

El mercado literario: el regreso de la palabra escrita*

Sealtiel Alatríste

En el primer capítulo de su larga novela, *En busca del tiempo perdido*, Marcel Proust dedica diferentes momentos a mostrarnos las actividades en las que sus personajes ocupan, precisamente, su tiempo. Entre ellas, la de atender su correspondencia no era la menos importante. En muchas ocasiones, como si fuera el telón de fondo en que sucede la novela, se indica la hora en que la familia se retira a sus habitaciones para contestar su correspondencia, o el momento en que iban al correo a recoger las cartas del día, o la emoción que se siente cuando algún amigo entrañable contesta una misiva. En fin, el tiempo que los personajes dedican a escribir es, quizá, tan importante como el que emplean en leer. En la novela de Proust todo el mundo pasa buena parte de su vida en contacto con la palabra escrita, aunque al final, en ese prodigio que se llama *El tiempo recobrado* el narrador no se dé cuenta de que, de la misma manera en que la electricidad, los tranvías y todo lo que siga la modernidad marca el final de su época, también el tiempo de la palabra escrita parecía estar contado: el nuevo siglo, con su progreso, su bienestar, y el imperio del confort, se encargaría paulatinamente de que la escritura y la lectura no tuvieran cabida en la vida cotidiana.

Entre otras muchas cosas, el fin de la *belle époque* en la que vivió Proust está marcado por el fin, no de la palabra escrita en sí misma, sino de su función social, y aun el correo francés, que tantos buenos servicios le prestara a esa sociedad, estaba destinado a desaparecer, o a hacer un tanto superflua su función. La llegada del teléfono como elemento central de la comunicación sustituiría rápidamente a la correspondencia diaria. ¿Para qué enviar una nota en que se invita a alguien a una cena, si era más fácil descolgar el aparatito y hacer la invitación de viva voz? La palabra hablada sustituyó aceleradamente a la escrita, y el tiempo que la gente dedicaba a contestar su correspondencia fue sustituido por el que dedicaba a hablar telefónicamente. Las facturas del correo fueron

*Tomado del Centro Virtual Cervantes: <http://cvc.cervantes.es>

trasladadas a las compañías telefónicas, y, como digo, la escritura perdió buena parte de su función social.

Me atrevería a decir, incluso, que el siglo XIX terminó cuando los seres humanos no tuvieron, ya, necesidad de comunicarse por escrito. No sólo en la novela de Proust puede uno ver la necesidad que se tenía de escribir, si se lee a cualquier novelista del siglo pasado se notará el uso extensivo que los personajes hacen de la escritura, el tiempo que le dedican y la importancia que tiene en sus vidas. Aun para las situaciones nimias, escribir era un buen salvoconducto. En *El retrato de una dama*, la novela de Henry James, por ejemplo, Gilbert Osmond le dice a la heroína que se retira a su estudio para contestar dos cartas importantes, con la intención de indicarle que tiene grandes esperanzas en una entrevista que ella sostendrá con Lord Warburton. No hacen falta muchos ejemplos para constatar este hecho, como tampoco para asegurar que a lo largo de este siglo se fue perdiendo el gusto y la necesidad de escribir. Hay un cuento prodigioso, *Enoch Soames*, de Max Beerbohm, en que el autor pronostica una suerte de fin de la palabra escrita, cuando en un futuro no muy remoto la gente ya no sabrá ni cómo se escribe, y la ortografía, como quiere García Márquez, dejará de ser funcional.

En este contexto, nuestro siglo se ha encargado de que la imagen sea el vehículo central de la comunicación. La modernidad, a la que Proust temía tanto, se ha caracterizado por el imperio de lo visual sobre lo escrito. No fue solamente el éxito del cine, y más tarde, de su sucedáneo, la televisión, lo que marca este triunfo de la imagen sobre la palabra, sino la frase tan sobada en los años cincuenta y sesenta: "Una imagen dice más que mil palabras". Obsérvese, como ejemplo, la evolución de la publicidad en los primeros cuarenta años del siglo: si al principio fue eminentemente verbal, y junto a una pequeña imagen uno leía verdaderas parrafadas, en un momento dado el proceso se invierte y se convierte en predominantemente visual, los grandes carteles espectaculares o aun los anuncios de revistas y periódicos solamente requieren de imágenes y una que otra palabra que en la mayoría de los casos se reduce a la marca del producto: las cantilenas, los lemas, los mensajes, son sustituidos por imágenes seductoras. En México, Salvador Novo, uno de los grandes poetas de la lengua española, es un prodigioso creador de mensajes publicitarios: "Mejor Mejora Mejoral"; "De Sonora a Yucatán, todos usan sombreros Tardán"; "Siga los tres movimientos de FAB: remoje, exprima y tienda". No deja de ser curioso que su enorme capacidad de versificación, quizá como no se había visto en un poeta de nuestra lengua desde Quevedo o Lope, fuera usada en la creación de esta suerte de *jingles*. Pero, como digo, el tiempo de la palabra escrita estaba contado, y aun el ingenio de Novo

empezó a sonar "a viejo". Faltaba muy poco para que no se necesitara una frase para vender, digamos, un par de pantalones vaqueros, sino simplemente la imagen desencantada de James Dean, fumando un cigarrillo, enfundado en sus *jeans* azules y su chamarra de nailon roja. A Novo lo sustituyó un chico, casi iletrado, que era capaz de imaginar una imagen convincente.

Mi generación, la del medio siglo, creció en la creencia de que la palabra había perdido su poder, que escribir cartas era una actividad de diletantes o personas extravagantes, y que el teléfono sería nuestro mejor y único medio de comunicación. Aun la lectura perdió su poder seductor y para nosotros, la imagen de Marilyn Monroe sobre un respiradero del metro fue el icono sexual por excelencia. No más *madamas* Bovary, no más deseos a la sombra de las muchachas en flor. ¿A quién le importaba, teniendo el *Play boy*, leer novelas pornográficas? Aun Lolita, la perversa adolescente creada por Nabokov, tuvo a Sue Lyon para darnos la cruel imagen de su maldad literaria. Ni hablar, la imagen se había hecho con el poder que muchos años antes tuvo la palabra. Se pronosticó entonces el fin del libro, de la correspondencia, y aun se predijo que para los años noventa la producción de papel bajaría en todo el mundo. Los bosques se habían salvado aunque los libros estuvieran condenados.

La situación, sin embargo, parece haber derivado en su opuesto, y a pesar de las predicciones catastróficas, nadie parece haberse dado cuenta de que las computadoras iban a necesitar mucho más de la palabra que de las imágenes y que en la batalla comunicativa en que el lenguaje parecía tener todo que perder, éste se erigió como un vencedor contundente. Hoy día, una computadora se maneja con muchas más palabras que imágenes, y aun los tan llevados y traídos iconos de Apple y Windows funcionan como palabras (me refiero a *palabras* en el sentido en que Roland Barthes las define: como una unión indisoluble de significante visual y significado mental). Inclusive, la misma publicidad ha vuelto a ser verbal. Nótese, por ejemplo, la cantidad de mensajes escritos que tienen ahora las campañas publicitarias, y que aun la propaganda política ha vuelto a ser verbal. En los años sesenta, dichas campañas se orientaron a mostrarnos a los candidatos, a hacernos accesible su imagen, o a que los prefiriéramos por la idea que de ellos, a través de su imagen, nos habíamos hecho. ¿Cómo, en este contexto, Richard Nixon iba a vencer a John Kennedy? ¿Quién podía preferir a un narigón malencarado, al apuesto seductor de la amada Jacky? Sin embargo, ahora los candidatos necesitan, además de una imagen convincente, una frase contundente. Lo diría de otra forma: la imagen de un candidato es convincente si está afirmada por una frase, de tal forma que el refrán aquel de la fuerza de la

imagen sobre las mil palabras ha caído en desuso, y hoy, al menos en la publicidad o en la propaganda política, la contundencia está en encontrar dos o tres palabras seductoras. Piénsese en la foto de una mujer bella, de largas piernas —Kim Bassinger— junto a la marca de unas medias, en un émulo de la imagen de James Dean. No creo que nadie piense que es, por sí sola, una imagen vendedora de la marca de marras. Asíciélese, entonces, un eslogan: «El fin justifica las medias», y creo que podemos quitar a la Bassinger y poner a una modelo cualquiera.

Mi generación, que vivió a la espera del dominio del lenguaje visual, ha constatado, con sorpresa, el regreso de la palabra escrita, y la preparación y expectativas que durante tantos años tuvimos, nos han servido de poco. Hoy nos encontramos en una situación similar a la de los personajes de Proust, y necesitamos dedicar varias horas al día a contestar la correspondencia que nos llega en el correo electrónico. Gracias al *e-mail* —el único sistema de comunicación escrito que ha superado la eficacia del correo francés del siglo XIX— un individuo normal, un ejecutivo medio, digamos, tiene necesidad de dedicar entre una y dos horas de su día a contestar su correspondencia. Hace tres años, todavía, ese mismo ejecutivo podía llamar a su secretaria y darle indicaciones para contestar las pocas cartas que había recibido, o llamar directamente por teléfono a los destinatarios. Hoy tiene que responder sus cartas él mismo, pues la correspondencia electrónica tiene ahora un ingrediente fuertemente personal. Un amigo mío, conferenciante famoso, me dijo el otro día que durante años había sabido que sus conferencias eran un éxito porque el auditorio lo felicitaba al final de sus charlas, pero que, ahora, gracias al *e-mail*, recibe entre treinta y cuarenta cartas felicitándolo por lo que dijo o pidiéndole que aclare alguna duda que se quedó sin resolver. Este novedoso método de comunicación, como ningún otro, le ha devuelto a la palabra escrita su poder comunicativo, y aun, ha servido para romper la timidez de algunas personas: hoy, cualquier joven accede, vía Internet o a su correo electrónico, a insospechados lugares que nunca se hubiera atrevido a visitar en persona. Hay un anuncio en la televisión mexicana que describe lo novedoso de este fenómeno: una muchacha guapísima está en un museo, se vuelve al fondo de la sala y su mirada se topa con la de un joven que la observa extasiado; ella se retira coquetamente y el chico la sigue desde lejos; se miran, se descubren a través de miradas, hasta que se encuentran en un banco, y ella, con la misma coquetería seductora de todo el anuncio, apunta algo en un papelito. Corte a lo que ha escrito, y leemos su dirección de correo electrónico. Nuevo corte a la muchacha que se retira enfadada y una voz (con un texto sobre la pantalla) dice: «¿Todavía no tienes *e-mail*? ¿Qué esperas?»

Antes de seguir adelante, quisiera hacer una consideración que tal vez debería haber hecho desde el principio. Como soy escritor y editor, y disto mucho de ser un especialista en comunicación, debo confesar que solamente trato de reflexionar sobre un hecho que me parece evidente: la situación en que habíamos pensado que se iba a desarrollar la comunicación a final del siglo —esto es, del predominio de la imagen sobre la palabra— ha cambiado tan radicalmente que nos encontramos prácticamente en el punto opuesto a donde habíamos previsto. Mi intención, por lo tanto, no es demostrar nada, sino pensar en lo que está pasando y a dónde puede conducirnos. Dice Hugo Hiriart al iniciar su libro *Sobre la naturaleza de los sueños*, que el origen natural de la filosofía, de un sistema filosófico, es que alguien se ponga a pensar sobre un tema determinado, y que este es un hecho que en nuestros días parece antinatural: «En esta época de minuciosa especialización, asegura Hiriart, tal vez sea curioso para algunos asomarse a un texto donde puede hallarse qué sucede cuando una persona común y corriente piensa solitaria, detenida y largamente en un asunto que le interesa». Es lo que me ha pasado a mí. No tengo más datos, más certezas, que las que he venido observando al convivir con lectores de todo tipo y dedicar a la lectura la parte central de mi vida. De ahí que me haya atrevido a presentar este texto, tan poco académico, y siguiendo el ejemplo de Hugo Hiriart y otros muchos “pensadores”, y sin ánimo de sacar conclusiones apresuradas, me pregunte: ¿En qué condiciones se ha presentado este regreso de la palabra escrita?, ¿podemos asegurar, con alguna certeza, que los hombres que estamos entrando al nuevo milenio vamos a necesitar, como nunca en la historia de este siglo XX, volver a dominar el lenguaje escrito y la lectura?

Obviamente, por mi oficio me interesa y me sorprende este cambio. El medio natural de mi comunicación es la palabra escrita y le tengo al libro un cariño y una confianza ilimitados, y durante muchos años he intentado dar la batalla en defensa de la lectura y la escritura como medios naturales del desarrollo, pero como tantos, pensé que en esa batalla llevaba las de perder. Sin embargo, de repente me encuentro con algo sorprendente que parece darnos una ventaja inesperada. Muchas veces, por ejemplo, me he preguntado: ¿por qué hay que promover la lectura?, ¿por qué debe haber animadores de lectura en las escuelas primarias?, ¿no debería ser el hecho de leer lo suficientemente atractivo para que cualquiera se sintiera atraído a él?, ¿no es lo que pasa con la televisión? Pero no era así. Y digo con convicción que no *era*, en pasado, así. Pues de la misma manera sorprendente, la computadora está captando muchos más lectores que perdiéndolos. Piénsese en el desconcertante éxito de Amazon Books. Doy un ejemplo de mi experiencia: mis hijos ahora com-

pran por sí mismos, y los leen, los libros que antes yo me encargaba de comprarles. Las ventas de lo que se llama *back list* en el Amazon son mayores que nunca, y gracias a estas librerías *on line*, hoy volvemos a *recorrer* calmadamente una librería.

No estoy tratando, repito, de sacar conclusiones apresuradas, es muy pronto para saber a dónde vamos, pero es innegable que algo está pasando, y uno puede notar, en los países desarrollados (no en los que están en vía de serlo), el aumento paulatino de lectores, y la proliferación de nuevas formas en el comercio de los libros. Y junto a esto, lo que es el fenómeno más curioso, el incremento de las conversaciones por escrito. La cantidad de usuarios que ahora hacen uso de los *chat room* es notable. Sobre este fenómeno, la conversación por escrito, lo que se llama un *chat*, me gustaría hacer una última reflexión,

Cuando alguien sostiene un *chat*, lee y escucha su propia voz, es, en cierta forma, una conversación en silencio, consigo mismo, donde la capacidad de pensar está mucho más acertada que las conversaciones verbales. Me explico. Dice el doctor Sarukán, ex rector de la Universidad Nacional de México, que solamente leyendo y efectuando operaciones matemáticas el cerebro se ejercita, o que ninguna otra actividad, como estas dos, echa a andar las funciones cerebrales. Yo he repetido esta teoría cada vez que he podido diciendo que leer es poner a las neuronas a hacer aeróbicos. Déjenme agregar que Noam Chomsky, en sus ensayos sobre la comprensión de la gramática profunda, insinúa algo similar. Si esto es cierto, el hecho mismo del *chat* es un ejercicio primordial, pues la persona primero lee y después escribe, lo que quiere decir que está mucho más alerta, o que su actividad cerebral es más intensa. Por otro lado, está demostrado que la mayoría de las personas leen con una voz interior, no precisamente en voz alta, sino que su voz va leyendo dentro de ellas. En el *chat*, entonces, la propia voz, no la del interlocutor, es la que va siguiendo la conversación, lo que provoca que la capacidad de asociación sea mayor, pues entran en acción las dos formas usuales de memoria: la visual (observando la pantalla), y la auditiva (leyendo). Pero más allá de esto, es evidente que el tiempo que se dedica a este tipo de conversación, es un tiempo de lectura y escritura que antes se usaba en el teléfono.

En fin, no quisiera seguir abrumándolos con más ejemplos. Repito, no soy especialista en el tema y solamente, por mi cariño a la palabra, me he detenido a reflexionar y observar este nuevo fenómeno de lectura. Espero no estar engañándome, y que esta aparente revitalización de la palabra escrita nos conduzca a un mejor futuro y que, efectivamente, la lectura juegue un mejor papel en la vida cotidiana de todos nosotros.

