

# Ento cincuenta ciento de filofilia aguada

LA CENA  
DE LOS NOTABLES  
PEQUEÑA



"La cena de los notables" C. Bertolo

la *Constantina Bertolo* es *bibliófilo de primer grado: er de Caballo de Troya - sello Random House - en "La Periferia, 2008" como po- ne una cartografía de la a escuela por su perspectiva os etapas del hecho literario punto de llegar a ser visibil- delantax' como lector*

del espacio ganado por do por agudismos y sa- edio social hierario. En de resultar curioso que a de sociología de la lie- aún una suerte de dis- peligrosa, quizá -cyan- ces anuncian verdades aunque provoquen son-

la *cuestión su propio plan- corder a la asunción de un- literatura en el que "la ille- y" se trazan como dos zonas- diformiadas, y diformiza- quico donde lo delimitado*



Foto de Rubén Arizbas

como sociológico ocupara un escalón secundario más o menos necesario. Justamente mi propósito con este libro era proponer una visión de la literatura en la que tal distinción quedase excluida. En todo caso y a partir de una comprensión de la literatura como un acto de violencia sobre la comunidad que la recibe al tiempo que la construye y que, en consecuencia, tiene su fundamento en lo que he llamado el pacto de responsabilidad entre el emisor y los destinatarios, el nuevo social no se presenta como un factor añadido sino como un elemento constituyente de lo literario. Por otra parte la inmediatez que evidencian tener los estudios en materia de sociología de la literatura siempre se ha resuelto por parte del poder hegemónico literario proponiendo precisamente esa distracción.

**Aristotéles, o la gestión de una "cartera de contactos" en la polis literaria ultracapitalista**

Más de lo anterior. Una cuestión que suele provocar incómodas miradas a la punta del zapato: ¿qué importancia concede a la gestión de las relaciones públicas frente al talento? O si quiere, ¿es posible sobrevivir en la literatura, como crítico o como autor, sin una cartera de contactos? Un paso más: ¿no deberíamos empezar a entender esa misma cartera como un estímulo o mecanismo socializador en lugar de como pervisión nepotista...?

**"Llevo tiempo pensando en la necesidad de reescribir la historia de la literatura saltándonos las fronteras nacionalfilológicas para atender a lo que realmente "lee" una comunidad dada en un momento concreto**

*Partiendo, con Aristotéles, del hombre como animal que se mueve en la polis", no es posible sobrevivir ni en la literatura ni en la alborizante sin "una cartera de contactos" y si entendimiento la expresión no es para remarcar ninguna condición perverso sino para hacer ver que la propia expresión contiene semánticamente unas concretas relaciones sociales, las delimitadas por el capitalismo, en las que lo social, los otros, devienen en meros volúmenes mercantiles, en "cartera", y en las que las relaciones interspersadas se han transformado en "contactos", es decir, en oportunidades de negocio. Es decir, que no se trata de empezar a entender nada nuevo al respecto pues hace ya siglos que el mercantilismo socializó funciones como estímulo y mecanismo socializador. Otra cosa son los efectos de tal ligera sobre nuestras vidas pero supongo que ahora no se trata de hablar de eso.*

**Últimísima crítica cultural "made in Spain"...**

*- En principio [la hipertexto del elemento metalingüístico que salta al abanico total de discursos - del disco gráfico a la sensibilidad grunge, de la ficción pulp a las series de televisión...] lo sobra muy positivamente, pues en definitiva responde a un desmoronamiento radical del humanismo paraguayo, si se me permite la redundancia, con todo lo que ello conlleva de compartimentación, entre lo bajo y lo alto, lo escaso y lo abundante, lo accesible y lo inaccesible, lo sagrado y lo profano [...].] tampoco conviene olvidar que esa oleada de nuevos influencias tiene su origen mayoritario en la cultura de la metrópolis USA, por lo que no deja de sorprender la alegría con que la colonia que al fin al cabo somos celebra las abstracciones, espejuelos y lenguajes con que nos someten y globalizan.*

Auster - Copérnico - Álvaro Pombo

*Llevo tiempo pensando en la necesidad de reescribir la historia de la literatura saltándonos las fronteras nacionalfilológicas para atender a aque-*

llo que realmente "lee" - entendido en su sentido más amplio - una comunidad determinada en un momento concreto. Si la Literatura, como pienso, es una forma de nombrarnos, veríamos que hoy, por ejemplo, nos estamos narrando más a través de Paul Auster que de Álvaro Pombo y no es que esto me parezca mal pero sí me parece saludable reconocer que no es el Sol el que gira alrededor de la Tierra.

**Crítica literaria y facultades semiológicas: la importancia del elemento paratextual...**

*- El libro como mercancía es un producto que incorpora un alto nivel de incertidumbre: quién compra un libro no sabe que se va a encontrar dentro [...].] Gran parte del trabajo editorial consiste precisamente en rebajar ese alto nivel de incertidumbre y es ahí donde los paratextos intervienen. Es evidente que la marca es una elemento sobresaliente: es un signo de Ikea, o es un signo de Moriscol, es un libro de Pre-Textos o es una novela de Eduardo Mendoza, pero aparte de las marcas o el título o los textos de contraportada, también el material del "embalaje": papel, color, tamaño, imagen de portada. Todo un espacio semiótico que se pone en movimiento y que en consecuencia "dice" qué tipo de comprador o lector está buscando el editor. Se quiera o no los paratextos forman parte de la lectura y por eso la crítica debe de atenderlos.*

**¿Algunas palabras sobre Caballo de Troya?**

*- Cuando proyecté el sello estos aspectos interiores fueron en más conversaciones con los diseñadores: quería transmitir una imagen sobria sin ser severa (de ahí la silueta del caballo de juguete), que revelase una voluntad de trabajar a medio o largo plazo (de ahí la importancia del concepto base), muy centrada en los textos (de ahí la ausencia de imágenes o de foto del autor) y con unos paratextos semióticos que encarrasen la filosofía general de la editorial: "Para entrar o salir de la ciudad sitiada", "Nuevas voces, nuevos autores, nuevas literaturas". Desde el principio pensé en unos textos de contra. Avisos de lectura, que de modo indirecto fueran degustando una "estética del editor". En los tres primeros libros incluso estí que apareciesen las biografías de los autores. Aprovechando que la empresa era favorable al poco gasto se logró consensuar un diseño muy cercano a lo que quería. Con el paso del tiempo creo que las portadas se han hecho reconocibles, pero la presión, lenta pero segura, del marketing o de los comercios hizo que hubiera que incluir las biografías de los autores o, más recientemente, a poner sobrecubiertas a todo color a tres títulos de los años que publicamos al año. Como Director gozo tanto de cierta dependencia.*

Antonio J. Rodríguez