

**LA CIUDAD Y LOS PERROS
Y EL BOOM HISPANOAMERICANO**

**ACTAS DEL CONGRESO REALIZADO POR
LA CASA DE LA LITERATURA PERUANA**

**Sandro Chiri Jaime y Agustín Prado Alvarado
Coordinadores**



La ciudad y los perros y el Boom hispanoamericano
Actas del Congreso realizado por la Casa de la Literatura Peruana

Primera edición: febrero de 2019

© 2019, Casa de la Literatura Peruana

Jr. Ancash 207, Centro Histórico de Lima

Lima 1, Perú

Telf.: (511) 426 2573

© 2019, Biblioteca Regional Mario Vargas Llosa de Arequipa

Jr. San Francisco 308

Arequipa, Perú

Telf: (054) 23 5044

© 2019, Estación La Cultura

para su sello *Animal de Invierno*

Las Musas 291, San Borja

Lima, Perú

Telf.: (511) 671 1404

info@estacionlacultura.pe

Coordinadores: Sandro Chiri Jaime y Agustín Prado Alvarado

Producción editorial: Estación La Cultura SAC

Fotografía de portada: Cortesía de la revista *Caretas*

Tiraje: 500 ejemplares

Impreso en los talleres de Litho & Arte S.A.C.

Jr Iquique 026 - Breña.

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú: 2018-18181

ISBN: 978-612-4406-03-4

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción y distribución total o parcial de esta obra, por cualquier medio o procedimiento, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, fotocopiado u otro; sin la autorización escrita de los editores, bajo las sanciones establecidas por la ley.

ÍNDICE

Presentación

Por Yamila Osorio Delgado

Gobernadora de la Región Arequipa

El germen de *La ciudad y los perros*

Por Mario Vargas Llosa

Una novela ante la prueba del tiempo

Por Guillermo Niño de Guzmán

PRIMERA PARTE

Estrategias narrativas de *La ciudad y los perros*

Por Carlos Garayar de Lillo

La ciudad y los perros: El itinerario moral

Por Alonso Cueto

La ciudad y los perros, novela inaugural

Por Marie-Madeleine Gladieu

Gallinas, vicuñas, vinchucas y yucumamas:

Una comparación entre *La ciudad y los perros* y *El sueño del celta*

Por Roy Boland Osegueda.....

La ciudad y los perros: una ciudad para la cultura de masas

Por Agustín Prado Alvarado

La España literaria que Vargas Llosa ayudó a cambiar

Por Pablo Sánchez.....

Mesa redonda: <i>La ciudad y los perros</i> en debate Marco Martos, Carlos Garayar y Alonso Cueto	91
--	----

SEGUNDA PARTE

Entre lo vivible y lo vivido: La escritura autobiográfica de José María Arguedas y Mario Vargas Llosa Por Francesca Denegri	107
Juegos espec(tac)ulares en la mentira literaria de Mario Vargas Llosa Por Elena Guichot Muñoz	119
Recreación y reflexividad en dos diaristas vargasllosianos: Don Rigoberto y Gauguin Por Hedy Habra	135
La figura del padre en <i>El héroe discreto</i> de Mario Vargas Llosa Por Roland Forgues	147
Decadentismo y Postmodernismo: Relaciones intertextuales entre <i>A contrapelo</i> de Joris Karl Huysmans y <i>Los cuadernos de don Rigoberto</i> de M. Vargas Llosa Por Diemo Landgraf	159
Todo lo sólido ya se ha desvanecido: Los retos del intelectual en <i>La civilización del espectáculo</i> Por Ángel Esteban	171
¿Y el mercado editorial, Mario?: <i>La civilización del espectáculo</i> de Vargas Llosa Por Ana Gallego Cuiñas	185
Biodatas	195

Presentación
Yamila Osorio Delgado
Gobernadora de la Región Arequipa

El más insigne arequipeño de nuestra era, Mario Vargas Llosa, es el referente vivo más importante de las letras hispanoamericanas. Su obra literaria ha sido motivo de diferentes estudios, como la presente publicación, resultado del Congreso Internacional organizado por la Casa de la Literatura Peruana en Arequipa, iniciativa a la cual nos sumamos con la presente publicación que recibimos con mucha satisfacción porque representa un valioso aporte a los estudios críticos sobre la obra del escritor.

Su nombre, además, está íntimamente vinculado a los centros culturales que administra el Gobierno Regional de Arequipa, a través de los cuales se realiza un permanente homenaje a su trayectoria literaria, evocando a cada momento su vocación por la literatura, tomándolo como ejemplo para promover el fomento de la lectura entre los estudiantes arequipeños.

Arequipa tiene el privilegio de contar con su biblioteca personal, que está a disposición del público arequipeño y de los investigadores de su nivel mundial, que llegan a la Ciudad Blanca en peregrinaje cultural no solo para conocer el lugar que vio nacer al Premio Nobel de Literatura un 28 de marzo de 1936, sino también para consultar sus libros, aquellos que forjaron su pensamiento, que alimentaron su creatividad y lo motivaron a escribir sus obras maestras.

Este legado del laureado escritor peruano ha contribuido enormemente a potencializar a la ciudad de Arequipa como destino turístico cultural. Como tantos otros arequipeños ilustres, Vargas Llosa ha hecho honor al lugar de su nacimiento. Allí, donde comenzó a escribirse la historia del futuro Premio Nobel de Literatura 2010, es donde también está el origen de la “semilla de los sueños”.

La cultura es un eje de trabajo de nuestra gestión. En esa línea, auspicia esta magnífica publicación que se suma a otras iniciativas culturales impulsadas desde la Biblioteca Regional Mario Vargas Llosa.

Arequipa, noviembre de 2010

**¿Y EL MERCADO EDITORIAL, MARIO?:
LA CIVILIZACIÓN DEL ESPECTÁCULO DE VARGAS LLOSA**

Ana Gallego Cuiñas
Universidad de Granada

Allí donde hay un interlocutor, uno solo, ahí se constituye un mercado.

Héctor Libertella

Literatura y mercado

No cabe duda de que el mercado literario en lengua española ha sufrido un cambio significativo en la segunda mitad del siglo XX. Por un lado, tenemos la masiva transformación de los productos culturales en objetos de consumo después de la Guerra Fría. Por otro, nos enfrentamos a la proliferación de formas de producción editorial transnacionales —los grandes conglomerados— que desde los años ochenta hasta la actualidad cristalizan la clara preponderancia de capital español en América Latina. Asistimos, pues, al desarrollo de una suerte de paternalismo cultural —neocolonial— por parte de España, que fomenta la integración en virtud de una lengua española global y de un extenso sistema literario transnacional que opera en detrimento de la especificidad de la identidad nacional. La ilusión de cohesión social y la nivelación de la cultura que ha promovido el mercado español han devenido en la homogeneización de cierta literatura, fruto de un tiempo globalizado y un espacio transatlántico. En otra costa, sin embargo, se sitúan las editoriales independientes, pequeñas y diversificadas, que han adquirido un espacio notable y que sobreviven en el campo de la edición haciendo frente a la presión de los grandes grupos, garantizando la bibliodiversidad. Aun así, el ámbito de actuación de estas editoriales sigue siendo muy local, es frágil y corren el riesgo de ser absorbidas por las prácticas monopólicas de los grandes grupos.

Este panorama editorial no solo evidencia su supeditación a la práctica económica (ultra)capitalista de las últimas décadas, sino que conlleva una

determinada concepción de la “visibilidad” en el campo literario (Cf. Ránciere 2009). A esto hay que sumar las consecuentes problemáticas de la circulación y de la recepción de los textos, derivadas del hecho de que cada mercado (global o local) comporta un tipo de visibilización y de comunicación diferentes. Es decir: no podemos equiparar al lector limeño que compra en Lima “literatura peruana” al lector español que compra en Barcelona “literatura peruana”. Al igual que no es lo mismo aparecer en la escena literaria bajo el rubro de un sello independiente que bajo el de un gran conglomerado.

Los escritores que apuestan por una editorial independiente nacional venden sus textos al consumidor local, y se mueven casi en exclusiva en los circuitos del país. Con esta decisión editorial, estos autores ponen en práctica una suerte de poética de la resistencia. No se trata de una denuncia, sino de resistir las dinámicas de consenso y homogeneización del mercado transnacional para vindicar determinadas referencias, marcas nacionales, identidades y tradiciones. En principio, se oponen a la hegemonía mercadotécnica que promueve discursos normalizados, anulando la diversidad y especificidad de lo local. Y es que la lógica homogeneizadora de sentidos del mercado global es un agente de producción de lecturas signado por la manipulación de la recepción (de lo latinoamericano en España y viceversa) y el acceso integral a la cultura.

El problema no es el tipo de literatura “neutra”, “híbrida”, “mundial” que propician estos conglomerados, sino que se rigen por las leyes del consumo, la rentabilidad máxima y la asociación con los medios de comunicación. Esto condiciona el valor del objeto literario —el modo en que se lee en cada campo— y genera una tensión entre los Estados nacionales y el mercado global, en manos de las grandes editoriales españolas que monopolizan la distribución de los libros en el continente americano. Me refiero evidentemente a los conglomerados transnacionales provenientes de España: Planeta, que compró Emeccé, Seix Barral, Ariel, Espasa Calpe, y Destino entre otras. O Random House Mondadori —ahora “Penguin Random House Grupo Editorial”, en manos del grupo Beltersmann— que se hizo con editoriales de renombre como Lumen, Grijalbo, Debate, Caballo de Troya, Sudamericana, Plaza&Janés, etc. E incluso el grupo Prisa Santillana que absorbió editoriales tan importantes como Aguilar, Taurus y Alfaguara.

Entonces, a la vista de lo expuesto, nos preguntamos: ¿podemos llevar a cabo un análisis del campo literario al margen del mercado editorial en la contemporaneidad?

La
Ma
me
cor
la p
ape
me
hay
tra
la r
dir
lib:
rat
an:
Ur
qu
rat
es:
tie
co
en
co
m
Ca
ha
a l
ve
el

1
2
3
4
5

***La civilización del espectáculo*¹**

Mario Vargas Llosa en su ensayo homónimo publicado en 2012 deja curiosamente de lado la problemática de la relación entre literatura y mercado en la contemporaneidad. Sin embargo, se suma a la visión apocalíptica que atenaza la pervivencia y el futuro de la literatura desde hace unos cuantos lustros², sin apenas calibrar la influencia que ha tenido y sigue teniendo —cada vez más— la mercadotecnia editorial en la fijación del valor literario. Por supuesto, también hay que tener en cuenta el culto a la banalidad y la frivolidad que predica nuestra civilización, la novedad, la rapidez, la exaltación narcisista (y voyeurista) y la reconfiguración de la subjetividad que, al margen de juicios de valor, inciden directamente en nuestra concepción de “lo literario”. El Premio Nobel, en el libro compilatorio³ que nos ocupa, pone el énfasis en la profusión de una “literatura *light*, leve, ligera, fácil, una literatura que sin el menor rubor se propone ante todo y sobre todo (y casi exclusivamente) divertir” (Vargas Llosa 2012:36). Una literatura que se asemeja más al elemento del aire que al del fuego con el que antaño la comparó al recibir el Premio Rómulo Gallegos en 1967: “la literatura es fuego [...] significa inconformismo y rebelión [...] la razón de ser del escritor es la protesta, la contradicción y la crítica”. Y esa postura es la que mantiene Vargas Llosa en estos ensayos, efecto de su descontento e insatisfacción con la situación cultural de nuestros días⁴. Aunque hay una diferencia sustancial entre ambas, del mismo modo que la ha habido en el orbe moral de su ficción con el paso del tiempo: si antes su tono era optimista, aguerrido e inconformista, ahora es pesimista, melancólico y resignado. O, como afirma Velázquez Castro, “nostálgico”⁵ (Velázquez 2012: 9). Y es que si en los sesenta el escritor habría de arrojar “el espectáculo no siempre grato de sus miserias y tormentos” a los lectores, en el siglo XXI es el escritor Vargas Llosa quien nos arroja a la verdad tormentosa de una literatura del espectáculo que produce miseria en el lector. En rigor, como expone el arequipeño, hallamos en la actualidad una

¹ Una primera versión de este segundo apartado se publicó en el número 11 de la *Revista de la BUAP* (2013: 66-73) con el título: “La literatura es aire: a propósito de *La civilización del espectáculo* de Mario Vargas Llosa”.

² Me centro aquí en las reflexiones que hace Vargas Llosa sobre literatura en esta obra.

³ Buena parte de *La civilización del espectáculo* se compone de los artículos publicados en su columna “Piedra de toque”, del periódico *El País*.

⁴ Una postura similar aparecía ya en su recopilación de artículos *Desafíos a la libertad*.

⁵ Velázquez (2012: 9) sostiene a este propósito: “Leer el mal del presente desde la verdad del pasado solo puede conducir a utopías mesiánicas o a posiciones reaccionarias; en este caso, el liberal termina como un neoconservador que defiende un orden y unos valores que ya se disolvieron en el aire”.

sobreabundancia de páginas literarias (electrónicas o de papel)⁶ cuya levedad favorece que el aire se las pueda llevar con facilidad, “porque la cultura en la que vivimos inmersos no propicia, más bien desalienta, esos esfuerzos denodados que culminan en obras que exigen del lector una concentración intelectual casi tan intensa como la que las hizo posibles” (Vargas Llosa 2012: 36). Esta es, en mi opinión, una de las ideas más enjundiosas del libro, que apunta precisamente al veloz rédito que exige el mercado editorial a los autores, asunto que habría merecido un mayor desarrollo por parte del peruano, y que nos interpela y convoca a todos los estudiosos del campo. Como sugiere —y se lamenta— Vargas Llosa, hoy se ha desplazado el lugar del artista (del crítico y del intelectual) (ver Velázquez 2012: 11), situación que se debe en parte a las reglas del mercado editorial que no (le) da ni “tiempo” para concentrarse ni “crédito”⁷ para esforzarse. Problemática que se extiende a la lectura —el motor raigal de la literatura— y a la subsiguiente falta de lectores capaces —también se necesita “tiempo”, concentración y esfuerzo— de articular una correlación de sentidos, esto es: pensar, situar un texto en una tradición, crear genealogías. La literatura —alta, mayúscula o como se la quiera llamar— genera cultura, es parte de una biblioteca, pero su nicho de mercado es muy limitado (apenas se reduce al académico o a los lectores formados en letras), y esto habría de ser aclarado en *La civilización del espectáculo*. En cambio, la literatura *light* —o el *best seller*— de la que habla Vargas Llosa compone solo obras aisladas que el lector consume como un producto acabado, que los grandes conglomerados buscan ávidos de ventas y perpetúan en miles de tiradas. Los lectores así no crecen, sino que (se) agotan. A la sazón “Los lectores de hoy quieren libros fáciles, que los entretengan, y esa demanda ejerce una presión que se vuelve poderoso incentivo para

⁶ La crítica ha vertido ríos de tinta al hilo de las aseveraciones catastrofistas de Vargas Llosa acerca de las nuevas tecnologías y del libro electrónico. Por un lado, algunos se han adherido al Premio Nobel demonizándolas o lamentando su supremacía (García de la Concha, César Antonio Molina, Vicente Molina Foix y Jordi Llovet entre otros); por otro, tenemos a los defensores del nuevo paradigma literario —positivo o no necesariamente negativo— que impone lo tecnológico (Jordi Gracia o Jorge Volpi). Me llama poderosamente la atención que solo sea este asunto el que haya acaparado (en su mayoría) las discusiones sobre *La civilización del espectáculo* ya que se trata únicamente de una de las aristas de una reflexión vasta, compleja y controvertida. La publicación no levanta ampollas solo por este asunto, sino por la radiografía cultural que nos presenta. Por esta razón ante todo constituye un revulsivo para el necesario debate de la literatura en la actualidad, asunto de más envergadura que el valor del soporte tecnológico (que se ha reducido a sus ventajas o desventajas) o la sobrevivencia del papel. Hay que aprovechar el diálogo que establece este ensayo con obras fundamentales que han articulado un análisis del mismo tema para retomarlo y ampliarlo, y no solamente condenarlo: T.S. Eliot, Steiner, Guy Dubord, Baudrillard, Lipovetsky; citados por el propio Vargas Llosa; o Bourdieu, J. J. Goux, Casanova y otros pensadores latinoamericanos no interpelados: Martín Barbero, García Canclini (ver Velázquez 2012: 12), Achúgar, Link, Arfuch, etc.

⁷ Sobre todo en el caso de los escritores noveles, orillados por los grandes grupos.

los creadores” (Vargas Llosa, 2012:36). Pero si nuestra cultura, aprovechando las leyes del mercado que la rigen, fuese capaz de formar a buenos lectores, la demanda cambiaría y la oferta sería *otra*: una literatura ígnea. La literatura en la que creía Vargas Llosa en los años setenta y que hoy día no se prodiga debido a la lógica mercantil capitalista que el autor de *Conversación en La Catedral* no contempla o “invisibiliza” en su análisis del escenario cultural. En rigor, “La cultura del espectáculo es consecuencia del capitalismo tardío” (Velázquez Castro, 2012:11) y de la economía global, que afecta a todas luces al objeto literario en tanto que producto editorial orientado a la obtención de capital económico: no ya de un capital simbólico que enriquece al escritor y al lector.

Esta tarea de análisis habría de corresponder al intelectual, al profesor, al crítico que detecta el valor literario en la obra de un autor. Pero desde luego, la función de la literatura no debe circunscribirse solo al dominio académico que, como indica Vargas Llosa, sufre en la actualidad una crisis epistemológica y está atrapado en la “burbuja” de producción crítica que ha impuesto el sistema universitario. De ahí la congelación, la superficialidad, las modas teóricas y el saber abstracto de muchos artículos y ensayos dedicados a la literatura. No se trata de la defensa o condena de una lectura de la obra literaria autónoma —separada— de lo real⁸ (Vargas Llosa, 2012: 91-3), sino de que tanto “lo real” —y la literatura comprometida que habría de representarlo según el peruano— como la ficción son impensables al margen de la economía. Incluso, la teoría que suplanta la obra de arte rinde pleitesía a dicho mercado, en este caso, al universitario que impulsó la academia norteamericana y que se ha expandido globalmente por facultades y grupos de investigación de todo el mundo en perjuicio de los lectores —los alumnos— que orillan la experiencia del hecho estético en favor del corsé interpretativo. Y algo parecido sucede con la crítica de los medios de información que, como bien manifiesta Vargas Llosa, prácticamente se ha extinguido. Pero esto es así no solo por los Departamentos de Filología (Vargas Llosa, 2012:36-7), sino porque los suplementos culturales se avienen a los intereses de los grandes conglomerados editoriales y suelen practicar el arte de la reseña como medio de promoción (espectáculo mediático) y no como ejercicio de crítica real. La labor del periodista cultural, y la del académico, debe incitar a la lectura, relacionar textos, ordenar libros, independientemente del medio en que publique. El papel central que estos han perdido en el espacio literario no solo responde a la lógica de la civilización del espectáculo en que se

⁸ La forma como una virtud en sí misma, como defendió Borges en su crítica y en su ficción. Y esta concepción, vanguardista, de la literatura que pone en crisis la representación de lo real es anterior al “delirio de ciertas teorías posmodernas” (Vargas Llosa, 2012: 88) y de lo que estas han hecho con ella.

enmarca, sino a las exigencias del mercado editorial, por el que Vargas Llosa, como he dicho, pasa de puntillas⁹. Este tema es el que más he echado en falta en el libro. A saber: los dispositivos de consagración, el auge y la fluidez en que se mueven los textos literarios han reestructurado el campo; y no solo la escritura, sino la lectura de nuestro tiempo. El importante papel que juega el mercado en la apreciación y difusión de “lo literario” —en nuestra manera de leer— es incontestable. Es el editor el que lee y establece en primera instancia el valor de un texto como capital simbólico. Lo convierte en un objeto material, el libro, que inmediatamente pasa a ser un producto histórico cuya circulación y consumo responden a los consabidos efectos de la economía liberal y la globalización: “La edición de un libro ya es una actividad valorativa y selectiva en sí, y el mercado interviene activamente en la percepción que tenemos de un objeto estético; el objeto estético posee una dependencia constitutiva con la evaluación” (Cárcamo-Huechante 2007: 30). Y esto es fundamental porque los circuitos editoriales son los que hacen posible que los textos lleguen a manos de los lectores, por eso cada vez se hace más indispensable dedicar un espacio de atención —desde cualquier ámbito, pero aún más desde el académico— a la compleja relación entre literatura y mercado, que ya fue transitada en el *Boom* latinoamericano (Rama 1984), pero que hoy cobra una fuerza y una dimensión distintas. ¿Por qué? En primer lugar porque en el *Boom* coincidieron valor económico (un mismo mercado lingüístico y una zona de distribución continental y transatlántica) y valor estético. Algo que no sucede en el siglo XXI, donde la circulación de libros se reduce en buena parte a guetos nacionales; y está dominada por los grandes conglomerados que anteponen el consumo inmediato, reducen las tiradas, copan los medios de comunicación, persiguen la rentabilidad máxima, acaban con los catálogos de editor, saturan la oferta, etc. (ver De Diego:2006). Más aún: apenas apuestan por autores desconocidos e incluso con los conocidos proceden por acumulación (como en el caso del mismo Vargas Llosa), por lo que acaban interviniendo en los mecanismos de consagración y en los modos de lectura, toda vez que con sus prácticas nos llevan a discutir el valor literario (ver Padilla 2012). Ahora que el grupo editorial Bertelsmann controla la mayor parte del mercado del libro en español, las preguntas que habría de hacerse Vargas Llosa (y todos los críticos del campo cultural) son: ¿cómo puede el lector respetar y entender el valor de la literatura actual en un marco editorial oligopólico? ¿La alternativa son las pequeñas editoriales independientes? ¿Cómo se posicionan los escritores con respecto a la articulación de los diferentes aparatos editoriales: grandes (de qué manera afecta el “tiempo

⁹ Vargas Llosa se preocupa por la desaparición de esta industria, pero no por el la función coagular que esta desempeña en el campo literario.

dado”, es decir, los anticipos y los contratos que obligan a publicar cierto número de obras), medianos y pequeños? ¿Cómo lo hace el propio Vargas Llosa?

La espectacularización del escritor

Como he adelantado, en los años noventa del siglo XX se reconfigura la subjetividad y reaparece la problemática de la “vida” en nuestra cultura, que ha devenido en una sociedad del espectáculo cuyo centro de irradiación es un “yo” hipertrofiado. En los textos literarios se produce un retorno de la primera persona (a través de personajes antiheroicos, comunes y vulgares), y se ensalzan las estructuras relacionadas con el “documento” o el “testimonio”. La hegemonía del género autobiográfico —y de la autoficción— es incontestable para la crítica literaria, el público, y, por supuesto, la industria editorial. La vida del autor se convierte en el artículo de consumo máspreciado —y casi desplaza la obra—, razón por la cual se propicia además el codicioso interés por su material biográfico: memorias, diarios, cartas, entrevistas, y todo lo que se parezca a “la vida en directo” de los escritores (ver Arfuch 2006). Porque lo que atrae a los lectores es la ilusión de “verdad”, de crudeza y de inmediatez que ofrecen las obras biográficas o autoficcionales, a través de un lenguaje que suele estar desprovisto de ornamentación —emparentado con la oralidad— y que hace olvidar su impostura, la factura literaria del texto. En consonancia, el autor se convierte en personaje mediático que “se vende” en salas de conferencias, talleres y medios de comunicación, lo que redundará en el diseño de estrategias de autorepresentación por parte del escritor que pueden ser estudiadas por la crítica cultural y que Vargas Llosa en *La civilización del espectáculo* no aborda. Y es que la “marca” Vargas Llosa es uno de los grandes paradigmas —en la literatura en lengua española— de la espectacularización del escritor y de su conversión en objeto de consumo¹⁰. Estas circunstancias afectan al campo literario y habrían de retratarse en cualquier disertación sobre la civilización contemporánea. Máxime en el caso del peruano, que juega múltiples papeles ambivalentes: como juez y parte; como escritor, profesor universitario, personaje mediático y “marca” en el mercado; como creador de una obra de calidad y como éxito de ventas.

De todas formas, y a pesar de estas carencias, pienso que *La civilización del espectáculo* es un texto necesario que invita a cuestionar el valor de la literatura en nuestros días y que desencadena en el lector preguntas difíciles de responder. Y esta es la literatura que engendra buenos lectores: la que despierta

¹⁰ Dice Velázquez del libro: “la novedad no radica en la feroz condena, sino en la paradoja de un artista mediático que ataca a la sociedad del espectáculo” (2012: 12). Una paradoja que podría resultar muy provechosa para el lector si Vargas Llosa ahondase en el modo en que se ha movido en sus comienzos y en cómo lo hace ahora (con el Nobel) en el mercado.

interrogantes, no apta para los que solo buscan el solaz de las respuestas. Podemos estar de acuerdo o no con algunos de sus controvertidos planteamientos, pero lo importante es que un intelectual del tamaño de Vargas Llosa nos haga reflexionar sobre el estado de la cultura —y el “nuevo” lugar que ocupa dentro el objeto literario— y que lo haga de una forma tan valiente. Al cabo, como se desprende de la cita de Héctor Libertella que abre este ensayo, todos —escritores y lectores— somos mercado.

Obras consultadas

Arfuch, Leonor. *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2002.

Bourdieu, Pierre. *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama, 2002.

Cárcamo-Huechante, Luis E., Fernández Bravo, Álvaro y Laera, Alejandra (comps.) *El valor de la cultura: arte, literatura y mercado en América Latina*. Rosario: Beatriz Viterbo, 2007.

De Diego, José Luis (dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2006.

Gallego Cuiñas, Ana. “La literatura es aire: a propósito de *La civilización del espectáculo* de Mario Vargas Llosa”. *Revista de la BUAP*, n° 11. 2013:66-73.
---. (coord.). “Literatura y mercado global en español”. *Insula*, n° 814. 2014.

Herrnstein Smith, Barbara. *Contingencies of Value. Alternative Perspectives for Critical Theory*. Harvard: Harvard University Press, 1991.

Padilla, Jose Ignacio. “Independientes. Editoriales, experiencia y capitalismo”. En: Ana Gallego Cuiñas. *Entre la Argentina y España. El espacio transatlántico de la narrativa actual*. Madrid - Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert, 2012.

Rama, Ángel. *Más allá del Boom: literatura y mercado*. Buenos Aires: Folios Ediciones, 1984.

Ranciere, Jaques. *La palabra muda. Ensayo sobre las contradicciones de la literatura*. Buenos Aires: Eterna Cadencia, 2009.

Schiffrin, André. *El dinero y las palabras. La edición sin editores*. Barcelona: Ediciones Península, 2011.

Vargas Llosa, Mario. *La civilización del espectáculo*. Madrid: Alfaguara, 2012.

Velázquez, Marcel. "El espectáculo del capitalismo invisible". *Libros & Artes*, n° 56-57. 2012:9-12.

VV. AA. *Conversaciones con editores. En primera persona*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2006.