

LITERATURA E INTERNET: HACIA UNA CARTOGRAFÍA DE LAS INSTANCIAS DIGITALES DE PROMOCIÓN DEL LIBRO EN EL RECIENTE AUGE EDITORIAL VENEZOLANO (2004-2009)

Gabriel Payares  
gabriel.payares@gmail.com  
Universidad Central de Venezuela

**RESUMEN**

Este artículo ofrece un abordaje crítico del incremento en la producción literaria venezolana iniciado en 2004, consistente en la aparición de nuevas y múltiples voces jóvenes y proyectos, con la prerrogativa de delinear una primera cartografía de las instancias promocionales y de difusión del libro que, empleando los recursos tecnológicos del Internet, acompañan, profundizan y justifican ese reciente fenómeno editorial en nuestro país. A través de dicho mapeo crítico, se espera dar los primeros pasos hacia una visión más completa del panorama literario actual venezolano, empleando las nuevas tecnologías comunicacionales como atalaya.

**PALABRAS CLAVE:** Literatura venezolana, Internet, cartografía

**ABSTRACT**

This essay proposes a critical approach on Venezuela's recent increase of literary production started on 2004 —which consists on the appearance of new and multiple young voices and projects—, with the purpose of delimitating a first cartography of the promotional instances of book which, using Internet's technological resources, accompany, deepen and justify this recent publishing phenomenon in our country. Through this critical mapping, it is hoped to offer the first steps towards a broader vision of Venezuela's actual literary panorama, using this new technologies as a watchtower.

**KEYWORDS:** Venezuelan literature, Internet, cartography.

Nuestra literatura vive un momento muy extraño...  
Con ella pasa como con la Vinotinto: después de  
acostumbrarnos a una vida de fracasos futbolísticos,  
el equipo venezolano empieza a obtener victorias y  
uno, como espectador, no sabe qué cara poner.

Roberto Echeto  
“La literatura venezolana no va detrás del camión de la  
basura”

Quizás sea llover sobre mojado repetir aquí que el desarrollo de una industria editorial robusta, en el país que sea, depende de diversas instancias políticas, económicas y sociales, que comprenden desde los lineamientos culturales del Estado, el interés de un público consumidor que conforme un mercado considerable, una oferta de escritores y productores de literatura que satisfaga la demanda de dicho público, hasta, por último aunque no en relevancia, un aparato de promoción y divulgación del libro que exponga al consumidor la variedad de proyectos y productos editoriales, tanto públicos como privados, que componen la oferta nacional.

Se trata de una articulación de las distintas instancias de comunicación e información masivas y de divulgación especializada, cuyo objetivo es el de cumplir con un principio en apariencia simple: mientras más se diga de un libro, más se le mencione, se le explique y se le critique, mayor será el interés que suscite dentro del público consumidor y por lo tanto mayor su demanda. Lo que no constituye, desde luego, una apuesta por constituir una voraz maquinaria de propaganda, sino también por alcanzar una importante función legitimadora de la obra, presente además en toda crítica literaria: colaborar en la construcción de un corpus literario nacional y en la preservación de nuestra memoria escritural, es decir, de aquello que Ana Teresa Torres denominó “el cuerpo escrito de la patria” (2006: 918).

Y tal vez resulte igual de redundante afirmar que en Venezuela no hemos gozado, supongo que por la debilidad conjunta de todas las instancias arriba mencionadas, sino de un magro mercado editorial, minoritario y marginado, en particular, por nosotros mismos, dado

nuestro tradicional desinterés por la producción literaria nacional. Una condición idiosincrática, ésta, que parece dar paso a partir del año 2004 a una etapa editorial, caracterizada por una mayor autoestima de las letras nacionales; hay quienes la consideran un “*Boom* editorial”, o el resultado de la “Revolución de la conciencia” que el Gobierno sostiene desde hace ya algunos años, y para otros es simplemente un momento interesante, ya sea fortuito en la naturaleza de su origen o producto de las arduas condiciones políticas del momento. En cualquier caso, desde 2004 se acusa con frecuencia un discreto y paulatino auge en nuestra producción literaria, un inesperado despertar de voces jóvenes y secretas, impulsado por el deseo (¡al fin!) del venezolano por conocer su propia anatomía histórica, política y literaria.

Ahora bien, determinar si esta “nueva etapa” de nuestra literatura responde o no a criterios objetivos de realidad y no a un ferviente deseo de renovación, será materia a debatir para las generaciones futuras; hoy en día, a cinco años de iniciado, considero más urgente pensar *in situ* las dinámicas en torno al libro que se encuentran puestas en marcha, abordando el debatible auge editorial desde una perspectiva sumamente específica: la de los engranajes de promoción y divulgación de la obra literaria que o bien lo han acompañado, o han sido en gran medida su consecuencia. Hablamos de medios promocionales que muy bien pueden servir de termómetro editorial, dada su necesidad intrínseca de un público consumidor de información, cuya presencia e interés justifiquen la inversión en una plataforma divulgativa.

#### LO QUE PASA ES QUE AQUÍ NADIE LEE

Hagamos, sin embargo, algunas consideraciones iniciales. En Venezuela hemos convivido con la queja de parte de escritores, críticos y editores sobre lo reducido y desinteresado que resulta nuestro público lector. Una denuncia que, cierta o no, da cuerpo a nuestra mirada decepcionada en torno al oficio del libro en el país, y sirve a la vez de combustible para momentos de auge como el presente, en el que las distintas instituciones nacionales del libro, públicas o privadas, pueden saldar de alguna manera su resentimiento avizorando una renovación inminente de nuestras letras, y con ella la llegada del reconocimiento que durante tanto tiempo nos hemos (y por ende nos han) denegado. Un síntoma muy nuestro —y para nada

exclusivo del ámbito letrado— que ha sido señalado con anterioridad:

El mundo no espera a que un venezolano llegue a explicarle cómo es la resurrección de la palabra. Espera (y quizá la palabra es abusivamente confiada) que un cuerpo literario se haga presente; que puedan verse sus tendencias, sus propuestas, sus temáticas, sus interrelaciones, su propia identidad, su vinculación con lo que se escribe en otras partes. Espera escritores, no genios. Espera trabajo de la escritura, publicaciones sostenidas, accesibles al mercado internacional, crítica al día. *Nosotros, en cambio, esperamos la renovación.* (Torres, 2000: 14).

Hemos de aclarar, en ese sentido, que no es nuestro interés afirmar que este “auge editorial” responda únicamente al deseo insatisfecho de genialidad en nuestra literatura —algo no del todo probable, dado el innegable crecimiento en la oferta editorial, comprobable en nuestras librerías—, pero sí señalar que estas ansias de renovación constituyen un aliciente para que las distintas facciones del mundo editorial venezolano pugnen por la creación —que no necesariamente imaginación— de un mercado nacional que consuma nuestra propia literatura. Es decir: que tanto los entes gubernamentales de difusión del libro y la lectura, como los privados y con fines de lucro, apuntan a la necesaria constitución de un mercado de consumo del libro, aunque atendiendo, en cada caso, a sus respectivos intereses particulares. ¿De qué otra manera se podría enseñar al venezolano que sí existe una literatura nacional, digna de su interés y su atención, sino ofreciéndosela a través de los distintos medios informativos a su disposición? Tal y como lo afirma Gisela Kozak (2008), en su ensayo “¿Lee usted literatura venezolana?”.

Esta cobertura mediática e informática es fundamental pues, lamentablemente, muchos esfuerzos llevados a cabo por instituciones públicas y privadas no han contado con la red de difusión y promoción que los daría a conocer convenientemente, y por tal razón se tiende a pensar que no existen o, lo que es peor, se comete el grave error de dejarlos perder paulatinamente (...) (Kozak, 2008: 24).

También conviene acotar, si bien no será esa nuestra principal preocupación, que la polarización política conlleva una discrepancia considerable entre las iniciativas públicas y privadas de promoción del libro. Mientras el estado postula una Plataforma del Libro y la

Lectura cuyo objetivo primordial es el de recobrar las voces minoritarias<sup>1</sup> y darles cabida en el aparato editorial del Estado; y lo hace a través de un ritmo vertiginoso de publicaciones —“Un libro cada día” constituye la colección insigne de la editorial estatal El Perro y la Rana— y de proyectos de masificación arrolladora del libro. Las iniciativas privadas e individuales, en cambio, apuestan por la creación de un mercado editorial que despierte en el venezolano las ganas de consumir su propia literatura, y así seducir y recompensar a las editoriales, nacionales o extranjeras, que apuestan por nuestros escritores y que echan a andar la famélica maquinaria del libro en Venezuela<sup>2</sup>, al mismo tiempo en que, paradójicamente, se inunda el mercado existente de títulos de autoayuda y de libros de figuras mediáticas estelares.

Entonces, si por un lado el Estado nos llama a leer a quienes tradicionalmente no tuvieron acceso a la publicación de sus textos — por haber estado, *dixit*, marginados política, ideológica, social y económicamente—, por el otro las instituciones privadas hacen hincapié en la idea de una nueva generación de escritores nacionales, punta de lanza de un nuevo mercado literario venezolano; los adjetivos “nuevo”, “novísimo”, “revolucionario” y “joven” acompañan hoy en día más que nunca a nuestra producción literaria, particularmente en lo que a antologías se refiere. De modo que las ansias de renovación y de novedad se encuentran de alguna manera presentes en ambos discursos promocionales, aunque ejecutadas a partir de ideologías disímiles, y en muchos casos, enfrentadas.

He allí la importancia que puede tener un inventario de las instancias de promoción editorial que mayor proyección informativa posean en el país, como una aproximación cautelosa a un territorio

---

<sup>1</sup> “El canon original de [La Biblioteca] Ayacucho, que es muy bueno, no tomó en cuenta algunos aspectos que ahora queremos rescatar” afirma Humberto Mata, actual presidente de la editorial Biblioteca Ayacucho, en entrevista con Diego Arroyo Gil: “No tomó en cuenta las literaturas originarias, la literatura oral. Eso tiene que publicarse. Ayacucho tampoco tomó en cuenta a la mujer (...). Asimismo la literatura de las minorías étnicas tiene que ser tomada en cuenta”. Convendría mencionar aquí, además, la edición reciente de una colección de relatos aborígenes por Monte Ávila Editores, titulada “Colección Warairarepano”.

<sup>2</sup> Rodrigo Blanco Calderón, en su artículo “El boom editorial y las revueltas románticas”, por ejemplo, afirma que hoy en día los venezolanos nos hemos hecho “vendibles” y atractivos en el campo literario internacional, pues ofrecemos “el romanticismo de la Revolución y sí nos estamos vendiendo. En algunos casos, como el de Barrera Tyszka, a fuerza de un genuino talento para el cual nuestra crisis es apenas una cortina que anticipa su incursión”.

aún en movimiento y redefinición. Y en ese sentido, cobra realce el caso particular de uno de los mayores medios de divulgación masiva de nuestros tiempos, la Internet, contemplado como un medio de promoción del libro, ya sea en términos de crítica literaria (portales literarios, boletines electrónicos con recomendaciones y promociones, blogs personales y de reseña), o de promoción social del autor (invitaciones a bautizos, foros y a otros eventos de corte literario, en particular a través de redes sociales y de boletines electrónicos). La Internet es uno de los principales terrenos de exploración de un gesto panorámico del momento editorial, al que tal vez, por otro lado, se le suele prestar menos atención de la debida. Dicho espacio virtual, de manejo en muchos casos gratuito, constituye una de las herramientas insignes del movimiento editorial venezolano, sirviendo incluso de promotor y difusor de otros eventos y publicaciones, tales como las ferias del libro —ejes de exhibición pública de las distintas obras y autores—, así como de revistas y editoriales dedicadas al libro y a la cultura. Un espacio conveniente, en resumen, para dar los primeros pasos hacia una cartografía de nuestro prometedor momento editorial.

Una nueva forma de leer(nos)  
Internet exige también rapidez, ojeadas superficiales, saltos... Nada más distinto a la lectura de un libro, de una novela o poema, operación intelectual de máxima complejidad que requiere de un entrenamiento largo, a diferencia de la televisión o el cine comercial. La galaxia electrónica se traga a la galaxia Gutenberg por la ley del mínimo esfuerzo... (Kozak, 2008: 20)

Si bien desde hace mucho se ha vaticinando inútilmente la muerte del libro y la lectura a manos de los medios informáticos de comunicación masiva, no es por ello menos cierto que la inmediatez informativa de la *World Wide Web* implica, con el pasar de las generaciones recientes cada vez más y más duchas en la utilización de este tipo de tecnologías, un cambio en la manera que tenemos de leer la realidad y sus distintos discursos. Aún así, por más que este cambio en el paradigma de lectura —como lo apunta Gisela Kozak en el epígrafe— atente contra el ejercicio individual de la lectura

literaria, también ha constituido una herramienta útil en la expansión del mercado del libro a nivel global. El caso de las compras de libros por Internet es un ejemplo emblemático de la plataforma digital distribuyendo el libro en lugar de sustituirlo; por no hablar de los distintos medios de información masiva que ésta ofrece, y que constituyen una enorme plataforma mediática desde donde otear el flujo promocional del libro y de la literatura. De esa precisa manera, la Internet ha jugado un papel de suma importancia en nuestro auge editorial. Consideremos, a manera de amplio espectro, tan sólo tres casos de herramientas digitales puestas al servicio de la difusión del libro: los portales virtuales de literatura, entre los que estarían las páginas oficiales de las editoriales; los boletines electrónicos e informaciones masivas distribuidas por páginas de intercambio social; y finalmente los blogs, caso aparte por el efecto en apariencia democratizador que ejercen sobre la publicación de información, puesto que su carácter gratuito los convierte en una atractiva herramienta personal de difusión, debate y propaganda. En cualquiera de los tres casos, la creación y mantenimiento de estos espacios digitales dedicados casi por completo al libro y la literatura, constituyen un síntoma innegable de un mayor interés editorial entre los usuarios frecuentes de estas nuevas tecnologías.

En todo caso, el primer paso en nuestra revisión de la red lo ocupan los portales en línea provistos de un diseño, material y dominio propios, dado que representan la inversión de tiempo, esfuerzo y capital más significativa de los casos que hemos contemplado.

De esa manera, una de las páginas más significativa para nuestra revisión la constituye *Ficción Breve Venezolana* (<http://www.ficcionbreve.org>), portal conducido y mantenido por el también narrador Héctor Torres y su consorte Lennis Rojas, quienes cumplen ya diez años de labores construyendo lo que vendría a ser la base de datos digital de autores venezolanos más grande que existe. Inicialmente avocada a la narrativa por entero —en sus páginas podemos hallar publicadas reseñas, artículos, ensayos y cuentos breves—, ha emprendido en fechas más recientes la expansión de su registro de autores a través de la inclusión de otros géneros. *Ficción Breve Venezolana* se ha constituido con el paso del tiempo en una referencia digital obligatoria dentro del auge editorial venezolano, no sólo debido a su elevado número de lectores y visitantes, que encuentran en ella un mostrario de las voces de la actualidad literaria venezolana, sino también a su boletín informativo

semanal —dirigido por correo electrónico a un público verdaderamente masivo—, al cual nos referiremos más adelante. Conviene destacar, más bien, el carácter panorámico de la lectura que este catálogo de autores y textos propone, al construir una base de datos en línea consultable desde otras latitudes del continente.

Semejante es el caso de *Letralia, Tierra de Letras* (<http://www.letralia.com>) dirigida por el editor y narrador Jorge Jiménez Gómez. Se trata de la más antigua publicación digital que, bajo el formato de una revista quincenal, alcanza ya los 220 números publicados desde su aparición en 1996. Dotada también de un boletín electrónico semanal centrado en compilar la convocatoria y los fallos de los principales premios literarios en español, *Letralia* apunta a un público que no se restringe a Venezuela, sino que abarca diversos países hispanoamericanos: lo que incrementa aún más su valor referencial y por lo tanto su capacidad de legitimación dentro de las instancias promocionales de la literatura en Internet. Algo que, por otro lado, sirve a la vez de nexo entre nuestros autores y el resto de Hispanoamérica, tal vez sacrificando un poco el impacto nacional en cuanto a promoción interna se refiere.

También es llamativo el caso del portal *ReLectura* (<http://www.relectura.org>), dedicado a la publicación tanto de crítica como de ficción, así como a la reseña de eventos literarios, en particular los promovidos u organizados por el colectivo homónimo que lo produce, encabezado por el joven narrador Rodrigo Blanco Calderón y el docente de literatura Luis Yslas. *ReLectura* responde a un formato de actualizaciones mensual, que abarca no sólo las páginas del portal como tal, sino su propia lista de distribución de invitaciones y notificaciones, y un foro virtual abierto al público interesado, en el que las diversas secciones e intereses del grupo y de la página Web cuentan con un espacio para la discusión informal y la conversación a todo nivel. Además, cuenta con un listado de autores a quienes se suele entrevistar o encuestar, constituyendo así, de alguna manera, un espacio de agenciamiento colectivo y de exposición individual a la vez que, combinado con su estrategia de formación y promoción de grupos de lectura en diversas ciudades del país y con su programa radial también dispuesto en Internet, ofrecen un sustancial radio de difusión y alcance del libro y las letras en un alto porcentaje del territorio nacional.

Notemos lo constante, en los casos revisados, del hecho de que quienes sustentan con su trabajo y/o su escritura estos espacios de

difusión en línea, son también quienes se benefician de él: narradores, poetas y críticos; algo que plantea en términos mucho más complejos el ejercicio de metalegitimación presente en sus páginas: invitar a algún autor reconocido a escribir para ellos, entrevistar a algún personaje consagrado, tener el mayor público cautivo en sus listas de distribución o simplemente ofrecer una selección de textos de calidad. De la manera que sea, el objetivo de estos medios digitales no es tan sólo contar con el mayor índice de visitantes diarios cuantificable, sino además agenciarse dentro del cuadrante más prestigioso posible del engranaje literario, al mismo tiempo en que se constituyen en una vía posible de conocimiento, reflexión o difusión masiva del mismo, siempre bordeando los peligros —en muchos casos necesarios, y para nada exclusivos del medio, menos aún cuando las partes implicadas (autor, crítico, editor) son indistinguibles— de la autopromoción, del compañerismo promocional y de la sobreexposición pública.

Piénsese esto último a la luz de las páginas Web pertenecientes a las principales editoriales y fundaciones públicas o privadas: tomemos a Monte Ávila Editores (<http://www.monteavilaeditores.gov.ve/>), por ejemplo, y a la Fundación para la Cultura Urbana (<http://www.fundacionculturaurbana.org/>), instituciones que no sólo disponen de un presupuesto regular dentro de su organización para el mantenimiento de su plataforma informativa, sino que además se adhieren, mayormente, a retribuir ese capital mediante la exclusiva promoción de sus propios libros, certámenes y productos. Basta acceder a ambos portales, o a sus informaciones distribuidas por correo electrónico, para constatar el apego existente y casi exclusivo a las obras que integran su catálogo, y a los lineamientos promocionales (premios, publicaciones, eventos) particulares que son definidos por su propia estructura e intereses empresariales<sup>3</sup>.

De modo que, en principio, los portales independientes mencionados se distinguen de los portales oficiales de las grandes editoriales en que su apuesta autopromocional no (sólo) estriba en

<sup>3</sup> Habría que hacer la salvedad, si se considera necesaria, de que Monte Ávila Editores, al formar parte de la Plataforma del Libro creada por el Estado, se hace además portavoz de la oferta ideológica promovida por los intereses gubernamentales, mientras que la Fundación para la Cultura Urbana, si bien es un organismo sin fines de lucro patrocinado por el Grupo de Empresas Econoinvest, centra más sus esfuerzos en la constitución de un catálogo editorial sólido y atractivo, es decir, de insertar sus publicaciones en un mercado de consumo específico, ya sea que devenguen o no las ganancias necesarias para justificar sus propios costos de producción.

la constitución de un mercado para los propios productos, pues no existe necesariamente una iniciativa comercial (o ideológica: sabemos que el mercado nunca es políticamente inocuo) detrás de ellos; por lo que estos portales independientes apuntan más bien a la consolidación de la presencia simbólica del autor y de los editores en el circuito literario, cosechando así un capital simbólico que, eventualmente, podría convertirse en el apoyo económico de mecenas y patrocinantes. La autopromoción, a fin de cuentas, como una estrategia de integración y de consolidación de la propia presencia en el mercado literario —de *agenciamiento*, en términos de Deleuze y Guattari—, suele ser la apuesta no sólo de los consorcios empresariales, sino de los creadores de revistas y publicaciones literarias, así como de productores literarios individuales que persiguen un sitio de reconocimiento en el medio. Cualquiera de los portales anteriores constituye una cristalización discursiva de las apuestas editoriales en vigencia, integrada a partir de la difusión de premios y eventos literarios, o convocatorias a concursos y seminarios; la oferta de lecturas y reseñas, así como novedades editoriales e invitaciones a bautizos, amén de vínculos a otros portales de interés, listados de blogs personales, páginas web de las principales editoriales y otros senderos posibles del libro en la Internet, y cuya presencia y repetición aseguran su mejor afluencia de visitantes, y por lo tanto, su permanencia en el vertiginoso tiempo de publicaciones que vivimos.

#### BOLETINES Y DISTRIBUCIÓN MASIVA

Según Carlos Pacheco (2008), profesor y editor, uno de los rasgos más importantes de *Ficción Breve Venezolana* estriba en haberse constituido “un poderoso medio de promoción si se piensa además que se mantiene actualizado y que sus boletines con agenda de eventos semanales alcanzan a una red de cerca de 1000 direcciones de correo electrónico”. Una cifra muy alentadora, sobre todo a la luz de un incremento en el interés del venezolano por sus escritores, ya que de una manera u otra, la rápida, expedita y además gratuita comunicación por correo electrónico propicia al público interesado vías más inmediatas de acceso a la información del mundo literario, al mismo tiempo que refuerzan, al responder a un formato de suscripciones, la idea de formar parte de un selecto grupo consumidor de estas informaciones: la invitación llega al usuario, en lugar de ser buscada por éste en la multitud de avisos de un espacio de prensa, por ejemplo.

El efecto más visible de estas convocatorias masivas es la popularidad que eventos como la Semana de la Nueva Narrativa Urbana, o las diversas y frecuentes presentaciones de libros y recitales de poesía, han cobrado paulatinamente, al gozar, propagandísticamente, de una presencia mucho mayor y mucho más cercana a un público acostumbrado al bombardeo diario de ofertas y propaganda, a la sobreexcitación y contaminación publicitaria que satura, por ejemplo, nuestra ciudad capital. Sumemos a esto la existencia periódica de otros boletines electrónicos ya mencionados, como el proveniente de *Letralia*, tal vez más avocado, en su recopilación de premios, a un público autor y menos espectador; o el proveniente de *ReLectura*, de frecuencia mensual, en el que se anuncian los eventos programados y las novedades del grupo; y otros boletines de menor envergadura, por su eventualidad y su menor densidad informativa, como los correos masivos de publicaciones existentes en físico (por ejemplo, de la Revista de Poesía *El Salmón*, o la revista *El librero*, que además inaugura recientemente su portal web) que utilizan la Internet como soporte promocional a su producto editorial real, y nos daremos una idea del intrincado panorama comunicativo que acompaña a estas nuevas generaciones de escritores: una ventaja indiscutible sobre sus predecesores que, paradójicamente, busca quizás compensar la inexplicable poca presencia que este tipo de informaciones gozan dentro de los circuitos informativos de la prensa diaria y la televisión nacionales, en un llamado momento de auge.

En años más recientes, nuevas tecnologías virtuales se han prestado a esta invasión de nuestras letras a la Internet: las redes sociales, páginas de encuentro e intercambio que han suscitado polémica desde su aparición, dadas las discusiones en boga sobre la privacidad en la red y sobre la cantidad de tiempo que a este tipo de servicios se dedica, pero han revelado a la vez un gigantesco potencial informativo, periodístico e incluso de mercadeo. *Facebook*, red social concebida como una cartelera virtual en la que sus usuarios exhiben fotografías, textos e invitaciones a eventos y a otras páginas Web, ha sido un medio acogido con entusiasmo por quienes están dispuestos a mantenerse conectados entre sí durante la mayor parte posible del día, y no es casual que prácticamente los mismos boletines mencionados de las mismas instituciones y páginas, cuenten también con un correlativo mensaje masivo desde su cuenta institucional en *Facebook*. Algo similar ocurre con *Twitter*, en donde dichas páginas Web poseen su representación pertinente, y aprovechan la plataforma

de mensajes breves en que consiste este servicio para alcanzar rápida y constantemente al mayor público posible, manteniéndolo actualizado con respecto a sus planes, noticias, novedades e intereses. En resumidas cuentas, de un conjunto de iniciativas que se ha servido de la plataforma digital para construir una red de intercambio informativo literario, cuyos impactos en el auge editorial venezolano no deben pasar desapercibidos<sup>4</sup>.

### EL FENÓMENO *BLOGGER*

El fenómeno de la publicación personal de blogs, y su posterior utilización para ofrecer al lector espacios periódicos semejantes a bitácoras digitales, se manifiesta desde hace unos años con suma fuerza en el mundo cibernáutico. Diversos servicios en línea ofrecen al usuario de hoy en día la posibilidad de mantener un espacio personalizado para sus publicaciones, constituyendo una suerte de red de diarios personales o colectivos, cuyo mayor atractivo parece ser no sólo la enorme e inmediata posibilidad de exhibición de sus contenidos en la red<sup>5</sup>, sino además su carácter gratuito, expedito, y siempre disponible a la configuración estética y funcional del usuario. Muchas de estas páginas personales se encuentran, para mayor promoción aún, inscritas en servicios de listado y organización, tales como el portal *Veneblogs* (<http://www.veneblogs.com>), en el que se jerarquiza, promociona y antologa una enorme cantidad de blogs venezolanos.

Ahora bien, refiriéndonos específicamente al tema de la literatura venezolana, lo que restringe nuestro espectro de blogs a citar a una lista demasiado voluminosa para colocar aquí, hemos de diferenciar

---

<sup>4</sup> De hecho, noticias como el veredicto del Concurso de Autores Inéditos de Monte Ávila Editores, que circulan minoritariamente en los medios impresos de circulación nacional, y a través de la plataforma web de la editorial del Estado, magnifican su impacto y alcance a través de estas redes de promoción independiente. Habría que reconocer un cierto talante democratizador en la difusión de estas informaciones que privilegian el hecho literario por encima de las parcializaciones políticas, que no por ello dejan de estar presentes.

<sup>5</sup> De hecho, el servicio *Blogger* (<http://www.blogger.com>), uno de los más populares en la red, ofrece a sus usuarios la ventaja de una alianza estratégica con el conocidísimo motor de búsquedas *Google*, de modo de facilitar la búsqueda y priorizar el acceso a los blogs creados bajo su dominio.

dos posibles usos del espacio virtual: el primero pretende ser un espacio crítico, reflexivo o promocional, de discusión y divulgación del libro, mientras el segundo desea más bien sustituirlo, convirtiéndose así en soporte virtual para textos literarios de toda índole, e incluso para obras enteras inéditas. Si bien esta última posibilidad abre un interesante dilema sobre el espacio digital como una forma de literatura, dotado de sus propios métodos de legitimación literaria, es innegable que la mayoría de los creadores, apuestan aún sus energías a la consecución del libro<sup>6</sup>, empleando el formato blog tan sólo como una vía de promoción del autor, en el mejor de los casos, previa o paralela a su publicación en físico. Asimismo, quienes no han podido irrumpir en el medio literario con sus escritos —ya sea mediante una publicación, un premio o ambas cosas—, encuentran en el blog la posibilidad de satisfacer sus deseos de exhibición y de preventa. Aún así, dado que sería imposible revisar organizadamente los miles de blogs portadores de poemas, cuentos o crónicas, sin entrar necesariamente en este dilema interminable de lo que es o no es la literatura hoy día, preferiremos dedicar nuestros esfuerzos a los espacios enfocados a la crítica y a la promoción del libro que cuentan con mayor visibilidad dentro del circuito.

Autores, críticos, estudiantes de letras y lectores interesados poseen blogs (incluso más de uno por persona) en donde ofrecen sus lecturas, recomendaciones y críticas, apoyados a veces por el anonimato (como en el caso de *Alicia Perdomo C.A.* —<http://www.aperdomoca.blogspot.com>—, dedicado a la crítica literaria anónima y feroz, o de *Panfleto Negro* —<http://www.panfletonegro.com>—, suerte de espacio múltiple y dinámico de opinión y de creación, que cumple ya 10 años de funcionamiento ininterrumpido), o más bien por la legitimación obtenida en sus áreas de estudio y/o ejercicio profesional, como el caso de los blogs de Luis Barrera Linares, *La duda melódica* (<http://barrerlinares.blogspot.com>); Héctor Torres, *El subrayado es nuestro* (<http://elsubrayadoesnuestro.blogspot.com>); Jorge Gómez Jiménez,

---

<sup>6</sup> Habría sin embargo que romper una lanza en esta afirmación por el escritor José Roberto Duque, quien se ha dedicado a la tarea de hacer disponibles, en formato blog, sus diversas obras publicadas en físico, enfrentándose así a la noción de autoría y a la propiedad intelectual, en pro, sin embargo, de la más amplia y gratuita difusión de sus escritos. En su blog actual, “El discurso del oeste” (<http://discursodeloeste.blogspot.com>), dedicado casi por completo a la crítica y el pensamiento políticos, es posible hallar los vínculos necesarios para acceder de esta manera a su obra literaria.

*Jorge Letralia* (<http://jorgeletralia.blogspot.com>); Valmore Muñoz Arteaga (<http://entreshandysybartlebys.blogspot.com>) o Violeta Rojo, *Ficción mínima* (<http://ficcioinminima.blogspot.com>); todos reconocidos profesores, autores o editores de la literatura nacional. En una lista similar es posible hallar a los escritores Fedosy Santaella (<http://fedosysantaella.blogspot.com>), Roberto Echeto (<http://robertoecheto.blogspot.com>), Jesús Nieves Montero (<http://cuestiondemetodo.blogspot.com>), Pedro Enrique Rodríguez, (<http://argonauticas.blogspot.com>), Gustavo Valle (<http://thecuatereros.blogspot.com>) o Israel Centeno (<http://israelcenteno.blogspot.com/>), o a personalidades del ámbito periodístico como Karina Sainz Borgo (<http://www.cronicasbarbituricas.blogspot.com>) o el co-conductor del programa radial *Librería Sónica* Jason Maldonado (<http://palabrasyescombros.blogspot.com>), e incluso a librereros como Roger Michelena (<http://libreriamichelena.blogspot.com>); pero en sus blogs la creación literaria juega también un papel eventual y significativo dentro de la construcción de su propio espacio virtual. Hablamos, como es posible observar, de un ámbito altamente demandado por personajes vinculados al libro y la literatura en nuestro país, y que posiblemente hallen en sus respectivos blogs la posibilidad de proveerse de un espacio en la escena literaria digital, es decir, que funcionan como políticas digitales de agenciamiento literario, de inserción de su voz individual en un medio cada vez más ávido de informaciones y de crítica.

Mención aparte requieren, no obstante, algunos ejemplos de blog cuya fuerza divulgativa reside, ya no en la exposición e interconexión de la voz individual del autor, sino en la convergencia de las que integran su colectivo escritural y poético. Tal es el caso de *500 ejemplares* (<http://www.500ejemplares.blogspot.com>), blog dirigido por el poeta y crítico Luis Moreno Villamediana y la narradora Carolina Lozada, avocado desde hace ya más de un año a la crítica y la reseña tanto de publicaciones de nuevos escritores nacionales, como de obras clásicas e internacionales. Otro ejemplo sustancial lo constituye el blog de reciente data *Prodavinci* (<http://prodavinci.com>), dirigido por el economista Ángel Alayón e integrado por una polifonía de colaboradores, que le confieren un talante de publicación diversa, periódica y noticiosa. Entre ellos figuran el poeta y profesor Alejandro Oliveros, el narrador Oscar Marcano, el retratista Vasco Szinetar, la Fundación para la Cultura Urbana dirigida por Rafael Arráiz Lucca, y

muchas otras instituciones del círculo no sólo literario, sino cultural venezolano. *Prodavinci*, por demás, posee una alta presencia en *Facebook* y *Twitter*, en donde promociona diariamente sus contenidos y anuncia sus próximas colaboraciones.

Otros blogs, ya de ficción, en manos de colectivos editoriales son *El blog de los hermanos Chang* (<http://hermanoschang.blogspot.com>), cuyos participantes suelen ser variados narradores venezolanos, de acuerdo a la edición que se propone; *Cuatrocuentos* (<http://cuatrocuentos.wordpress.com/>), revista en formato blog dirigida por el escritor Gustavo Valle; y *El apéndice de Pablo* (<http://elapendicedepablo7.blogspot.com>), un espacio que responde a las necesidades expresivas y experimentales de un colectivo aún joven de autores, entre cuyas voces destacan las de Mario Morenza, Hensli Rahn, Keila Vall de la Ville, Miguel Hidalgo Prince, Dayana Fraile, Carlos Colmenares y Yoel Villa.

Los ejemplos anteriores evidencian lo que, indudablemente, constituye un síntoma de la participación independiente de los sectores involucrados en el movimiento literario venezolano, aprovechando las ventajas tecnológicas de la plataforma llamada “blogósfera”; una herramienta que cobra cada vez mayor relevancia divulgativa, al punto tal que muchos de estos blogs suelen ser listados en las reseñas biobibliográficas de sus autores, e incluso figuran en completos listados de blogs de interés editorial, disponibles tanto en páginas semejantes a *Ficción Breve Venezolana*, como en otras bitácoras personales (listados como “favoritos” o “recomendados” por el autor). En ese sentido, mientras mayor sea la figuración del blog en los diversos medios digitales, mayor será su prestigio y su relevancia dentro del medio, y mayor será la cuota de exposición pública y de capital simbólico que el autor coseche.

Cabría entonces hacerse la pregunta de si esta proliferación masiva del blog responde a una necesidad crítica y divulgativa del medio, producto del supuesto auge en nuestra literatura, o si más bien la sensación de auge sea producto de este incremento en la exposición pública de nuestros autores. El tiempo, en todo caso, nos proveerá de la respuesta.

## A MODO DE CONCLUSIÓN

En este modesto primer paso hacia una cartografía digital de nuestras letras venezolanas, seguro hemos dejado mucho en el tintero. Aún así, una vez revisados estos tres casos de agenciamiento literario en la red, no resulta descabellado afirmar que la Internet ha constituido una herramienta comunicativa fundamental para la construcción de este auge editorial, no sólo porque aglutina en torno a sus ejes informativos principales a un público interesado en consumir nuestras ficciones, e incluso en comentarlas y hacerse así partícipe también del momento literario; resulta además sumamente indicativo de nuestro deseo de (re)fundación de una literatura brillante y atractiva, el hecho de que los principales portales avocados a ello contengan listados de autores participantes: una manera de organizar, de exponer, de reunir y resumir las voces en las que depositamos la esperanza, quizás desesperada, de una generación de relevo que finalmente supere el tan mentado desgano nacional por leernos a nosotros mismos.

De igual manera, llama a reflexión el hecho de que en su mayoría, las iniciativas digitales que hemos revisado tienen su origen en sectores relativamente independientes del medio, que si bien —y como toda publicación de su tipo— no renuncian a su intención de fomentar y promover un mercado específico, el del libro y la lectura, recaen mayoritariamente en manos de quienes más interesados están en ello: los propios escritores y lectores, los que se han quejado de su perpetuo estado de desamparo durante años, y que ahora podrían estar asumiendo en sus propias manos y teclados la labor de su promoción y difusión, es decir, de la construcción de su mercado de consumo. ¿Una respuesta autopromocional, tal vez, a la tan acusada ausencia de recepción crítica en nuestro país, que, como aseveraba Miguel Ángel Campos en su intervención en la VI Bienal Mariano Picón Salas, “...ha venido siempre de la gestión de los escritores pero no ha adquirido estatus corporativo, tenemos así críticos pero no crítica” (2009:5).

De ser así, el auge editorial vendría a ser una invitación que los venezolanos se extienden a sí mismos a leer(se), a escribir(se) y a mantener en alto la autoestima escritural del país, valiéndose de los medios digitales como una plataforma libérrima y gratuita, que satisfaga tal vez la carencia de otros espacios más tradicionales y más demandantes de inversión y de capitales. No faltarán, sin

embargo, quienes vean en ello el titánico momento del triunfo revanchista, quienes se fijen más en la estruendosa onomatopeya del “boom” que en lo editorial, y cuyo entusiasmo y desmesura sentencie al fracaso la empresa venezolana del libro, una vez que ésta se estanque o comience a sufrir sus primeros (y necesarios) reveses; quienes esperan el nacimiento de un gigante mientras hacen morir de hambre a los niños. Y es que, como señala Roberto Echeto en el ensayo que nos ha servido de epígrafe en esta investigación, quienes han aprendido a ver perder constantemente a su equipo, le apuestan el todo por el todo con la misma premura con la que luego renuncian a la fanaticada.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arroyo Gil, D. (2008, octubre 7). [Entrevista a Humberto Mata, presidente de la Biblioteca Ayacucho]. *El Nacional*. Escenas, p.3.
- Barrera Linares, L (2006). Nuevos aires para la narrativa venezolana. [En línea]. En el blog *La duda melódica*. Disponible: <http://ladudamelodica.blogspot.com> [Consulta: 2006, noviembre 8].
- Guzmán, M. (1993). Figuras retóricas [Libro en línea]. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura: Editorial Popular.
- Blanco, R. El “boom” editorial en Venezuela. Encarte del *Lector Urbano*. Fundación para la Cultura Urbana. 3: 10: 2008. p.2.
- Campos, M. Á. Nostalgia de la crítica. Papel literario de *El Nacional*. Sábado 15 de agosto de 2009. 4-5.
- Echeto, R (2005). La literatura venezolana no va detrás del camión de la basura. [En línea]. En el blog *Roberto Echeto presenta*. Disponible en: <http://robertoecheto.blogspot.com/2005/03/la-literatura-venezolana-no-va-detras.html> [Consulta: 2005, marzo 25]
- Kozak, G. (2008). *Venezuela, el país que siempre renace*. Caracas: Alfa.
- Pacheco, C (2008). Las fibras tiernas. Lo nuevo en la narrativa venezolana. [En línea]. En el portal *Ficción Breve Venezolana*. Disponible en: <http://www.ficcionbreve.org/site/contenido.php?id=869> [Consulta: 2006, noviembre 8]

Torres, A. T. (2000). *A beneficio de inventario*. Caracas: Memorias de Altagracia.

\_\_\_\_\_ (2006). Cuando la literatura venezolana entró en el siglo XXI. En C. Pacheco, L. Barrera Linares, B. González Stephan (Coords). *Nación y literatura: itinerarios de la palabra escrita en la cultura venezolana*. (pp. 911-925). Caracas: Equinoccio.