

LA CULTURA COM A MERCADERIA. UNA APROXIMACIÓ ALS *NOVÍSSIMOS* DES DE LA PERSPECTIVA ADORNIANA DE LA INDÚSTRIA CULTURAL

María Ayllón Barasoain

Universidad de Salamanca



Resum || Una investigació crítica a l'entorn de l'àmbit literari implica necessàriament l'apropament des d'eines d'anàlisi que posin en relleu les implicacions polítiques, econòmiques i de domini que moltes vegades imperen en la configuració dels cànons i models culturals. En aquest sentit, aquest text proposa abordar un fenomen editorial de gran rellevància en el panorama espanyol, com és l'antologia poètica *Nueve novísimos poetas españoles*, a partir de la perspectiva del concepte adornià de la indústria cultural, no solament des de l'accepció teòrica proposada pel filòsof alemany sinó també considerant els usos concrets en el panorama nacional del tardofranquisme.

Paraules Clau || Poesia espanyola | Crítica cultural | Novísimos | Theodor W. Adorno | Indústria cultural

Abstract || A critical investigation into the literary field necessarily implies an approach employing analytical tools that highlight the political, economic and domination implications often prevalent in the configuration of the canon and accompanying cultural models. In this sense, this paper proposes an approach to a publishing phenomenon of great relevance in the Spanish panorama, the poetic anthology *Nueve novísimos poetas españoles*; this analysis departs from the perspective of the Adornian concept of cultural industry, not only taking into account the theoretical meaning proposed by this German philosopher but also considering its specific uses in the national panorama of the late Francoist regime.

Keywords || Spanish poetry | Cultural critic | *Novísimos* | Theodor W. Adorno | Cultural industry

0. Introducció

La reflexió sobre el present comporta un exercici necessari de memòria per entendre el perquè de determinats fenòmens i, sobretot, de certes estructures que els defineixen i legitimen. Aquest esforç de clarificació es fa especialment ardu en ocupar-se de les qüestions relacionades amb la literatura, a causa de la pluralitat de significats que adquireixen no només les obres, sinó els sistemes teòrics que se n'ocupen. Alhora, en estudiar el procés de democratització a Espanya, aquesta investigació a l'entorn del discurs literari necessàriament hi ha de ser incorporada, ja que les icones de reconciliació d'aquest període, així com els seus mites de regeneració d'una nova cultura, amaguen la connexió amb processos en molts casos no només no superats, sinó perpetrats. L'aproximació a l'estudi literari des de la perspectiva d'una crítica de la cultura permetria, així, desxifrar determinats mecanismes d'exercici de poder, explícit o implícit, que determinaran els cànons i les línies de funcionament de la literatura oficial i de la pròpia concepció nacional. D'aquesta manera, un apropament curós de la cultura espanyola en els últims anys del franquisme revela l'existència d'una estructura ferma de creació, difusió i consum que comença llavors a ser descrita i criticada com a indústria cultural, malgrat la freqüent afirmació del canvi radical que la Transició va suposar per al món de la cultura. En aquest context, el cas de l'antologia poètica *Nueve novísimos poetas españoles* pot abordar-se com a exemple canònic d'una nova formulació de relacions de poder, en endavant profundament mercantilitzades, que acabaran configurant en bona mesura les línies de producció cultural a partir d'aquell moment.

1. Indústria cultural a Espanya

El concepte d'*indústria cultural* és un bon exemple d'aquests termes teòrics que amb el temps i el context es devaluen, perdent la càrrega crítica per a la qual van ser pensats originalment. Per això, és fonamental explorar aquesta progressió, en primer lloc per poder entendre com, per què i en quin moment es produeix aquesta pèrdua de significat i, en segon lloc, per intentar esclarir si aquest concepte pot resultar encara operatiu des de la seva perspectiva original. En el cas concret del concepte d'*indústria cultural* aquesta investigació tindria ple sentit, ja que s'ha convertit en un terme d'ús corrent que apliquen tant les institucions com els mateixos representants de diferents àmbits de la cultura per referir-se a la situació cultural¹.

A Espanya l'ús d'aquest concepte comença a ser relativament habitual des de finals dels anys seixanta del segle passat. Això significaria, d'una banda, que els autors espanyols tenen, a partir

NOTES

1 | El paper rellevant d'aquest concepte dins del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte es fa palès en la seva pàgina web: <http://www.mcu.es/industrias/> (última consulta 4/12/13).

d'aquell moment, un coneixement teòric suficient no tan sols d'Adorno, sinó d'altres pensadors (com Umberto Eco i Dwight McDonald²) que l'empren i, de l'altra, que podríem arribar a suposar que existeixen almenys certs elements en aquell context cultural que es poden descriure i analitzar des d'aquest marc teòric. La reflexió a Espanya sobre la indústria cultural anirà acompanyada d'una anàlisi més àmplia, de caràcter polític i econòmic, que permetria justificar l'ús d'aquest concepte centrant-se, sobretot, en aquests dos punts: en primer lloc, en la consideració de si l'Espanya de finals dels anys seixanta pot definir-se com una societat neocapitalista i, en segon lloc (i estretament vinculat amb el primer aspecte), si pot considerar-se una societat de consum³. Els motius que relacionen aquests dos pressupòsits (neocapitalisme i societat de consum) amb la indústria cultural semblen clars. Si seguim exclusivament Adorno, el concepte d'*indústria cultural* es remunta al 1944, durant l'experiència de l'exili als Estats Units i en contacte amb una societat immersa en els primers estadis de consum generalitzat que va suposar l'aplicació de les doctrines econòmiques fordistes. Aquestes condicions són fonamentals perquè la cultura comenci a ser entesa com un producte de consum més, integrat dins d'un mecanisme complex que abastaria tant les formes d'expressió cultural com els diferents nivells en què es classificaran els consumidors d'aquests productes. Així, Adorno i Horkheimer descriuen d'aquesta manera el procés pel qual aquest funcionament queda ja plenament assentat el 1944:

El cine y la radio no necesitan ya darse como arte. La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente. Se autodefinen como industrias, y las cifras publicadas de los sueldos de sus directores generales eliminan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos (Adorno y Horkheimer, 2006: 166).

La caracterització àmplia d'aquest concepte, en què per raons d'espai no ens hi podem detenir, implicaria per tant una dinàmica inherent a cert grau de desenvolupament del capitalisme i no només a la conseqüència de la introducció de formes industrials de producció i difusió. Suposaria, més aviat, una desarticulació de l'entramat cultural en tots els seus nivells: des de l'anomenat *art seriós* en les seves esferes més elevades fins a les formes més bàsiques de socialització determinades per l'ús de productes de la cultura de masses⁴. D'aquesta manera, la indústria cultural comportaria, a grans trets, la desarticulació absoluta del valor d'ús dels productes culturals a favor del seu exclusiu valor de canvi; es converteix, així, en un element més de l'organització exhaustiva de la vida de l'individu per part del sistema de producció capitalista, procés que comença, com resulta evident, en el temps de treball remunerat. Així, la indústria cultural configuraria curosament una parcel·la fonamental del temps aparentment oposat a ell mateix, el temps lliure, de manera que les seves dinàmiques (l'activitat frenètica i

NOTES

2 | Les profundes dificultats editorials que caracteritzen aquest període impliquen també que els diferents textos al voltant del concepte comencin a aparèixer durant el període de certa obertura dels anys seixanta (vegeu Maiso, 2009). Això significa que al lector espanyol el concepte d'*indústria cultural* en Adorno (i ni tan sols tal com apareix configurat en la *Dialéctica de la Il·lustración*, no publicat a Espanya fins al 1994, sinó tematitzat d'una manera més dispersa a *Prismas o Notas sobre Literatura*, ambdues aparegudes el 1962) se li ofereix alhora, per exemple, que la caracterització que d'ell en fa com a «apocalíptic» Umberto Eco (Eco, 1968). A més, la ràpida influència dels conceptes *lowbrow*, *midbrow* i *highbrow*, popularitzats al nostre país gràcies a les traduccions de l'obra de Dwight MacDonald (VV. AA., 1969a) va condicionar també aquesta recepció. Amb això, cal tenir en compte —a l'hora d'avaluar l'ús del terme «indústria cultural» en els autors espanyols d'aquest període— que moltes vegades s'hi veuen entrelaçades diferents perspectives de diferents pensadors, de manera imprecisa i no delimitada.

3 | La tematització d'aquestes preocupacions es fa patent, per exemple, en els diferents volums compiladors *Reflexiones ante el neocapitalismo* (VV. AA., 1968) i *España, ¿una sociedad de consumo?* (VV. AA., 1969b).

4 | Als anys trenta Adorno va teoritzar d'una manera encara avui en molts casos extrapolable als mecanismes d'acceptació i d'identificació que operen amb respecte a la música de la cultura de masses (Adorno, 2012).

irracional, la contribució activa al consum com a complement inherent a la producció) quedarien assentades en tots els moments de la vida del treballador. A través de tot aquest procés, per tant, es va desdibuixant el que en la cultura tenia un poder emancipador, reflexiu, de consciència crítica i apropament lúcida a la realitat, per convertir-se en un entramat de compravenda de productes indiferenciats en el seu contingut, l'adquisició dels quals ofereix, d'una banda, una confirmació d'estatus i, de l'altra, el desenvolupament d'unes formes de socialització perfectament establertes i classificades pel mercat.

Per tot això, gran part dels primers usos del concepte a Espanya aniran associats a aquestes reflexions, en molts casos assumint la falsa distinció dicotòmica entre artesanal-industrial, amb la intenció d'esbrinar si existeix un context general en el qual pugui donar-se en el nostre país una indústria cultural. Valeriano Bozal, en la seva introducció al volum compilador *La industria de la cultura*, aparegut l'any 1969, feia la següent afirmació:

Hasta hace poco tiempo un libro como *La industria de la cultura* carecía de sentido en nuestro país o poseía sólo el de responder a un prurito de erudición o de información. No había industria de la cultura, ésta era obra artesanal y como tal se enjuiciaba. La operatividad del concepto «industria de la cultura» parecía nula. Sin embargo, de un tiempo a esta parte las cosas han cambiado: el auge de la televisión, las ediciones populares, las enciclopedias por fascículos, las fotonovelas, etcétera, son fenómenos de cultura popular producidos por una actividad industrial. (VV. AA., 1969a: 8)

A partir d'aquell moment, per tant, començaran a aparèixer textos crítics que atendran als canvis mencionats per Bozal i la seva repercussió en el funcionament de la cultura. Malgrat que no aprofundirem en l'ús que molts autors espanyols atorguen a aquests arguments i anàlisis, sí que podem al·ludir a alguns dels noms de major rellevància i amb un component molt crític respecte a aquestes qüestions: Manuel Vázquez Montalbán, Valeriano Bozal y l'Equipo Editorial Comunicación, Eduardo Chamorro, Pedro Altares o Antonio Martínez Sarrion. Com a mostra de la part assumida del concepte, pot esmentar-se també la publicació, el 1972, d'un especial de *Cuadernos para el diálogo*, el número XXXII, amb el següent títol: «Que trata de los libros y su industria, las censuras, las culturas —la establecida y la por establecer— clases sociales, ideologías, y algunas cosas más que también tienen que ver con la actividad editorial».

2. Els *novísimos*

El cas concret d'aplicació de tot aquest entramat en el qual volem detenir-nos són les crítiques aparegudes després de la publicació,

el 1970, de l'antologia poètica de Josep Maria Castellet *Nueve novísimos poetas españoles*. Com és sobradament conegut, l'obra es va enquadrar dins del debat, ja latent en aquells anys, entre realisme i formalisme, d'una manera especialment radical atès que, com es deu recordar, Castellet havia estat mitjançant *Veinte años de poesía española* i *La hora del lector* un dels màxims promotors i defensors de la literatura realista. Després de la publicació, tanmateix, de *Veinte años de poesía española* la seva tasca es va centrar sobretot en la crítica de la literatura catalana, editant obres com *Poesía catalana del siglo XX* (1963) o *Ocho siglos de poesía catalana* (1969), iniciant així una tasca inqüestionable en la difusió, defensa i normalització d'una literatura (l'escripta en català) que havia estat, quan no directament perseguida, almenys qüestionada i brutalment ignorada en les primeres dècades del franquisme. Aquest nou gir en les preocupacions teòriques de Castellet es va veure radicalment interromput amb la publicació dels *Novísimos*, la seva nova aportació a la detecció de tendències a nivell nacional. Tanmateix, i com es veurà més endavant, aquest treball anterior de l'antòleg sobre la literatura en català sí que influeix, d'alguna manera, en aquesta nova obra: dels nou poetes de l'antologia, quatre havien nascut a Barcelona (Vázquez Montalbán, Gimferrer, Azúa y Moix; les obres posteriors a l'antologia del segon estaran escrites, de fet, en català). Així mateix, la proposta estètica llançada per Castellet tenia com a punt de referència inevitable la ciutat comtal, que començava ja a configurar-se a finals de la dècada dels seixanta com la més oberta, cosmopolita i europeïsta d'Espanya. A més, aquesta diferenciació és també reflex de la progressiva centralització en els nuclis urbans de Madrid i Barcelona dels moviments culturals més significatius, ja aleshores organitzats des de petits grups de poderosa influència intel·lectual (avui ressona encara el clixé poderós de *gauche divine*⁵) que, tan sols uns mesos després de l'aparició dels *Novísimos*, van donar lloc a una agra polèmica començada a les pàgines de *Triunfo* però ràpidament estesa a altres mitjans de comunicació influents del moment. Aquesta discussió, que se centrava en el poder definidor del que ja aleshores era conegut com Escuela de Barcelona (i que, simplificant molt, podríem situar al voltant de Barral i Castellet), partia d'una acusació general contra les pràctiques d'un suposat «imperialismo catalán» (Luis, 1970: 35), derivant en qüestions en molts casos totalment extraliteràries. Tanmateix, va posar de manifest (i això sí que pot ser important en el tema que ens ocupa) la situació de tensió davant de la creixent polarització dels nuclis d'influència cultural, tal com queda reflectit en el següent article signat per l'Equipo Comunicación⁶, en què els autors intenten entendre el perquè d'aquest nou concepte d'imperialisme català:

En principio, existe una razón pedestre y perogrullesca (pero que en nuestro perogrullesco mundo cultural tiene su peso): los movimientos de subnormalismo, novísimos, Carnaval filosófico⁷, etc.; las actividades

NOTES

5 | Les publicacions a la premsa nacional amb motiu del recent decés d'Ana Maria Moix han tornat a posar d'actualitat el concepte, com resulta evident en el titular aparegut al diari *El País* «Muere Ana María Moix, poeta de la “gauche divine”» (http://cultura.elpais.com/cultura/2014/02/28/actualidad/1393608441_117527.html, última consulta 2/05/14)

6 | El 1970, l'Equipo Editorial Comunicación era compost principalment per Valeriano Bozal, Alberto Corazón i Ludolfo Paramio, i estava darrere de les obres —la majoria d'altres autors, però també el volum col·lectiu firmat pel mateix equip *Teoría práctica teórica* (1971)— aparegudes en la col·lecció *Comunicación* i publicades per Alberto Corazón.

7 | El terme «subnormalismo» al·ludeix aquí a l'obra experimental de Vázquez Montalbán *Manifiesto subnormal* (1970), de difícil classificació (i, d'altra banda, amb una forta càrrega crítica respecte als processos cosificadors i alienadors de la indústria cultural en l'individu). Així mateix, el *Carnaval filosófico* fa referència als nous plantejaments del pensador Eugenio Trías, part activa en tota aquesta polèmica, que cristal·litzaran en l'obra *Filosofía y Carnaval* (1971).

ínfimas de Tusquets, Anagrama, Lumen, Barral Editores, etc., son movimientos y actividades que aparecen en Barcelona y no tienen igual en la Meseta, aunque en la Meseta pueda haber innovadores y pretendidos novísimos, pero siempre aislados y no como grupo representativo. [...] Ahora bien, ni éste ni hipotéticas referencias al catalanismo (que ocasionalmente se producen) dan razón de los ataques (imperialismo cultural, esnobismo, etc.) que se están produciendo. (Equipo Comunicación, 1970: 55-56)

En qualsevol cas, l'aparició de l'antologia, com dèiem, va despertar una gran controvèrsia al relacionar-se, immediatament, amb les anteriors obres de l'antòleg (cal no oblidar que, malgrat que la primera edició de *Veinte años de poesía española* data del 1960, Castellet va reeditar —i per tant s'entén que la va revalidar— l'obra cinc anys després, amb el títol *Veinticinco años de poesía española*). En aquest sentit, part de la polèmica que va aixecar va encaixar perfectament amb l'afartament existent enfront d'un dogma realista que havia succeït en una sort de producció en cadena d'una literatura fàcilment classificable i consumible, però de qüestionable valor estètic⁸. Tanmateix, aquí no ens ocuparem de les controvèrsies literàries despertades per l'antologia, ja abordades i estudiades en gran mesura, sinó d'aquelles altres crítiques també suscitées per aquesta i en les quals es denunciava el que el volum confeccionat per Castellet tenia d'estratègia comercial, producte de consum i, en definitiva, evident reflex del que ja s'anomenava *indústria cultural*.

La primera menció explícita a l'antologia de Castellet com a producte de la indústria cultural apareix en la revista *Triunfo* abans que la pròpia obra sigui publicada. A finals del 1969 Eduardo García Rico publica una nota en aquesta mateixa revista que afirma que Castellet «prepara el lanzamiento de una nueva escuela literaria» (García Rico, 1969: 54). Com a resposta, a penes un mes després, apareix en la secció de cartes dels lectors un text, firmat pels poetes Aníbal Núñez i Julián Chamorro Gay, en el qual s'afirma això:

Parece que los Planes Económicos de Desarrollo también afectan, en su léxico y modelos neocapitalistas, a los más diversos quehaceres estéticos. Y así venimos observando, con sorpresa -perdón- un tanto carpetovetónica, cómo se fabrican productos artísticos con los más refinados métodos (exiliados que vuelven, inflación de premios literarios, grandes complejos editoriales...) de lo que Adorno ha llamado «industria cultural». Vientos renovadores han comenzado a soplar, de la noche a la mañana, por todos los recovecos de nuestra literatura. La invasión de la novela hispanoamericana, con un mercado desusado de lectores, parece ser el más aparente punto de partida de esta carrera por el «nivel europeo». (Núñez y Chamorro, 1970: 39)

2.1. La normalització del panorama cultural

D'aquesta manera, els autors no identifiquen com un fenomen aïllat l'aparició de *Nueve novísimos poetas españoles*, sinó que

NOTES

8 | Les següents declaracions d'Alfonso Grosso, considerat un dels màxims exponents de la narrativa realista durant aquell període, donen idea de fins a quin punt la situació del debat (a l'entorn del realisme, però també entorn dels nuclis de poder cultural) era fins i tot violenta a principis de la dècada dels setanta: «Los años han demostrado que aquello [el realismo social] tampoco podía ser el camino. Es culpa de ciertos mandarines de la izquierda. Sí, claro que existía —y existe— una dictadura de la derecha. El señor Castellet, que ahora defiende lo *camp*, fue el que de alguna manera se sacó de la manga aquel numerito, y era dogmático e inflexible hasta límites increíbles. Entonces, desde posturas de la izquierda, aprovechándose de lo más digno que puede tener la izquierda, se montó un tablado comercial. Ya les digo hasta qué punto existió la dictadura, que había que ser tan austero como un castellano o tan decadente como un catalán, para que un andaluz pudiera hacer literatura en Castilla o Cataluña, porque toda esa floritura nuestra, de Andalucía, igual de la que tienen los latinoamericanos, entonces no pegaba en absoluto» (Tola de Habich, 1971; 186).

aquesta obra queda aquí enquadrada dintre d'una manera general de funcionament de la literatura que sorgeix, com es reflecteix en el text, exemplificat per certs aspectes: els premis literaris, el fenomen mediàtic i a l'empara del règim de la tornada dels exiliats o el *boom* de la novel·la hispanoamericana. La crítica de Núñez i Chamorro, per tant, dóna a entendre que s'està produint una aparent modernització del panorama cultural, orientada a difondre de cara a l'exterior una imatge de normalització que resulta completament falsa. En aquest sentit, era molt important assumir determinades postures internacionalistes, calcs de models que ja havien estat exitosos a Europa i que tenien un halo avantguardista, per reflectir que la situació a Espanya estava canviant significativament, almenys pel que fa a la producció cultural. L'antologia de Castellet se situaria dins d'aquest model, amb la qual cosa, lluny de ser renovadora o rupturista en els seus plantejaments, quedaria deslegitimada pel fet de ser en realitat una maniobra efectiva de mercat amb la qual vendre un producte necessari per a aquest rentat d'imatge. Cal no oblidar, a més, que el mateix títol remet directament a *I novísimi. Poesie per gli anni 60'*, influent antologia poètica apareguda a Itàlia el 1961, que recollia la poesia rupturista que s'estava publicant en la important revista poètica *Il Verri*. Els freqüents contactes de Castellet amb el país italià (Castellet, 1988) així com l'estreta col·laboració editorial entre Barral i Einaudi⁹, responsable de la segona edició de l'antologia italiana, esborrarien qualsevol dubte respecte al coneixement, per part de l'antòleg i de l'editorial, de l'existència i rellevància de l'obra. No és escabellat per tant suposar que l'elecció del títol de *Nueve novísimos* no va ser casual i que, d'alguna manera, remetia a aquella altra obra i, també, a processos avantguardistes europeus d'un calat i una importància més gran del que el cas espanyol suposava.

És per això que Núñez i Chamorro situen l'aparició de *Nueve novísimos poetas españoles* com una conseqüència dels plans d'estabilitat i desenvolupament i del projecte de convertir Espanya en un país neocapitalista (o si no, almenys, aparentar-ho). Amb tot, semblen sumar-se a la posició que relaciona l'anomenada Ley Fraga (la Ley de Prensa e Imprenta del 1966) amb tot un projecte més general, encapçalat pel mateix ministre, que pretenia promoure una visió d'Espanya exportable a l'exterior, fomentant el turisme fins al punt que arribés a convertir-se en un dels motors econòmics del país. No deixa de cridar l'atenció que el concepte, tan repetit avui, de la *marca España* aparegui en aquest moment ja vinculat al *d'indústria cultural*¹⁰.

A més d'aquesta relació explícita entre els interessos polítics i el fenomen dels *novísimos*, un segon aspecte d'interès en aquestes crítiques seria el vinculat amb aspectes estètics. La qüestió que es posarà en entredit és on i qui dictamina les modes literàries, les catalogacions d'autors que apareixen en el mercat com a

NOTES

9 | Un bon exemple d'aquesta relació és el recentment restaurat Premi Internacional Formentor, que en la seva primera època (entre el 1961 i el 1967) premiava obres d'autors internacionals que automàticament eren traduïdes i publicades per les cases editores convocants, de prestigi indiscutible. Segons una nota apareguda l'1 de setembre del 1960 en el número 200 de *La Estafeta Literaria*, els convocants de la primera edició serien els següents: Giulio Einaudi, Heinrich Leding Rowohlt, George Weidenfeld, Barney Rossett, Carlos Barral, Víctor Seix i Gallimard.

10 | En aquest sentit, podria establir-se un paral·lelisme entre aquesta funció política de la cultura i l'estudiat procés d'exportació i acceptació de les avantguardes pictòriques espanyoles al llarg dels anys cinquanta (Marzo, 2007); salvant les distàncies, en ambdós casos trobaríem un interès del règim per legitimar-se de cara a l'exterior a través d'una aparent normalització artística i cultural.

indiscutibles i que orienten el lector-consumidor cap als productes que li han d'interessar.

2.2. La generació i legitimació de les modes culturals

En aquest sentit, tindrà una gran importància la incorporació de certs elements teòrics legitimadors, tant en el pròleg de Castellet com en algunes de les poètiques, a través dels quals el nou fenomen editorial pretendria constituir-se com a producte «modern»; tanmateix, en ser assumits de manera immediata i acrítica, aquests models queden en bona mesura desproveïts del seu veritable contingut.

En el pròleg que antecedeix l'antologia, el crític Josep Maria Castellet fixa certs referents a partir dels quals elaborarà el discurs de legitimació de la nova poesia que presenta, destacant Roland Barthes, Susan Sontag, Umberto Eco o Marshall McLuhan. Prenent certs elements descontextualitzats d'aquests autors (el *camp*, el mite en la cultura de masses, la cultura tàctil) i tractant d'incorporar-los, desarticulats, a un context diferent, el crític català no fa sinó apropiat-se de certs clixés que en el mercat editorial europeu ja han conformat categories consolidades i pretendre adequar-los a la situació d'Espanya. En el cas de Barthes, Castellet diu que pren d'ell el concepte de «mite» en la cultura de masses, però renuncia a la seva potencialitat crítica a l'afirmar paral·lelament que és alienador (seguint el teòric francès) i, alhora, alliberador. Aquesta confusió (més que contradicció) entre termes oposats es repeteix al llarg de tot el pròleg i sembla ser resultat del difícil equilibri que el crític vol mantenir entre, d'una banda, una posició moderna, cosmopolita, que ell considera que ha de ser frívola i despolititzada i, de l'altra, el contingut crític d'alguns dels autors que utilitza per recolzar-la. Un altre bon exemple és l'ús del *camp* a Sontag, del qual Castellet pren el sentit de la no-distinció entre objecte únic i de producció massiva (cosa que apareix efectivament en els poemes de l'antologia). Tanmateix, assumir-ho acríticament implica també acceptar com a característica una sensibilitat pop despolititzada (Sontag, 1996: 372), que difícilment pot identificar-se amb autors com Vázquez Montalbán o Panero.

Si tenim en compte el catàleg editorial, primer de Seix Barral i més tard de Barral Editores, i ens aturem en els autors estrangers publicats, es pot comprovar fàcilment com Castellet se cenyeix a un cànon d'autors que ell mateix (o el seu cercle més proper) havia contribuït a introduir i difondre a Espanya; amb això, tot quedaria enquadrat dintre d'una mateixa estratègia comercial, en la qual els autors emprats al pròleg satisfarien una demanda de mercat prèviament configurada.

Pel que fa a les poètiques i als poemes dels autors antologats, els referents culturals podrien entendre's des de dues perspectives

diferenciades. D'una banda, hi ha les que estan més vinculades al *camp*, com abans hem mencionat, l'ús de les quals tindria la mateixa finalitat que vèiem respecte al pròleg de Castellet: transformar l'obra en un producte vistós segons els cànons imperants. D'altra banda, apareixen models literaris com Kavafis o Pound a través dels quals es pretén adquirir un prestigi intel·lectual, igualar-se a la producció europea i, en definitiva, legitimar-se a través de la cita. Félix de Azúa ho expressa irònicament d'aquesta manera:

Pero de repente entré un cenáculo literario. Era en Madrid y yo era mayor de edad. Sucedió que todos éramos estudiantes mal cobijados en pensiones del barrio de Salamanca y solíamos almorzar en el mismo lugar. Yo oía, hacia el fondo de la tasca, un canto de sirenas que consistía, sobre todo, en una letanía de la *kulchur* —«¡Octavio Paz, Wallace Stevens, Paul Jean Toulet, George Eliot!», me decían aquellas voces—, de modo que un día me acerqué al lugar con un ostentoso «¡Lezama Lima! » bajo el brazo. Fui inmediatamente adoptado. (Castellet, 2007: 134)

El recurs constant als autors que menciona Azúa, com a forma de legitimació estètica i proposta per abandonar el recalcitrant panorama literari espanyol, agafa quasi més importància en aquests poetes que la referència als mitjans de cultura de masses, cosa que per a Castellet té un paper central en el pròleg. Això és així fins al punt d'incórrer diverses vegades en la contradicció d'afirmar, d'una banda, l'absència de referències intel·lectuals en els *novísimos*, sent substituïts per icones o mites de la cultura de masses, per constatar altres vegades la presència de noms com Eliot o Fitzgerald. Tanmateix, i sembla ser que malgrat l'entossudiment del crític català, les referències citades pels poetes anaven més en la línia que suggereix Azúa, és a dir, en la configuració d'un prestigi intel·lectual «a l'europea» en detriment dels desgastats esquemes i referents del realisme.

El marcat caràcter normatiu de l'antologia de Castellet sembla clar des que García Rico parlés, com acabem de veure, de «nueva escuela» fins i tot abans que el volum fos publicat. La denúncia de Núñez i Chamorro se centra també en la idea que els criteris d'elaboració de *Nueve novísimos poetas españoles* són completament extraliteraris i estarien marcats i configurats des de dalt, atenent a interessos que Chamorro Gay va definir en una ressenya publicada a la revista *Álamo* com a «bien económico o de conservación de poder aristocrático-intelectual» (Chamorro Gay, 1970: s/n). Antonio Martínez Sarrión, un dels poetes que apareixen en l'antologia, també prevenia ja el 1970 contra aquestes manipulacions del criteri estètic, aquesta vegada els mateixos escriptors incorporats a la tendència *novísima*:

En el caso de los novísimos, ya que parece obligado, por ahora, esta etiqueta para referirse a un grupo que jamás lo fue y en todo caso

estaba desintegrándose antes de lanzado, lo que pienso es que algunos de ellos, no necesariamente recogidos en la antología, no sé hasta qué punto son conscientes de una manipulación del gusto a través de los modelos propuestos o, mejor, impuestos por mediación de la industria cultural de una incipiente sociedad de consumo bastante desarrollada en los niveles sociales y urbanos en que se mueven estos poetas. El sistema tiende a implantar, a niveles muchas veces subliminales, pautas ideológicas y de comportamiento que le favorecen, y el escritor tiene que ser consciente de esto lo más posible, so pena de perder de vista la totalidad y, por tanto, de ser inauténtico con su época, de no expresarla válidamente. (Martínez Sarrión, 1970: 58)

És significatiu que el mateix any de la publicació de l'antologia un dels poetes que s'hi hauria de veure representat s'hi refereixi amb un to tan crític. No només perquè posi en dubte (com, d'altra banda, faran també la majoria dels antologats) l'existència real d'un grup poètic, sinó per assumir com a inevitable, en un període tan breu de temps, la categoria de *novísimo*. Alhora, la cita de Martínez Sarrión fa referència als poetes que ja s'adjudicaven aquesta etiqueta recent elaborada, exemplificant el poder editorial no només de *Nueve novísimos*, sinó més aviat del lloc de mercat ja existent que aquesta antologia semblava legitimar.

Un últim aspecte relacionat amb aquestes qüestions seria la vinculació d'aquestes tendències aplicables a la literatura amb aquelles que definirien altres sectors i que presenten trets significatius en comú. Amb això, es posa de manifest el caràcter programàtic d'aquestes tendències. A propòsit d'això, Chamorro Gay afirmaria això en la ja esmentada ressenya de la revista *Álamo*:

En otro sentido es evidente la revalorización del modernismo y los procedimientos surrealistas que, válidos en su tiempo, su mimetismo actual resulta nostálgico y sospechoso, sobre todo por la existencia de un enorme tinglado mercantil que desde la moda femenina hasta la decoración administra en su beneficio gustos y objetos tan *camp* como la sensibilidad a que responde este tipo de poesía comentada. (Chamorro Gay, 1970: s/n)

El que l'antologia de Castellet representa en poesia seria, per a Chamorro, poc més que un objecte decoratiu, inspirat pels mateixos clixés que imperaven en els moderns béns de consum. Aquesta idea, també defensada per Claudio Rodríguez (García Rico, 1970: 61), és un altre dels elements propis de la indústria cultural, en equiparar tot producte cultural a la resta de béns fungibles, tots orientats per imposicions de mercat. Seguint aquest argument, podria afirmar-se que l'antologia de Castellet no tindria realment contingut¹¹. I seria així perquè, independentment del valor dels poetes antologats, l'antologia com a producte cultural omple un lloc de consum que s'havia generat prèviament. El fet que, com ja hem dit anteriorment, bona part dels autors antologats fossin catalans contribuïa també a reforçar poderosament aquesta idea: l'obertura

NOTES

11 | La irrellevància del contingut concret en les produccions de la indústria cultural és un dels aspectes clau en la caracterització d'Adorno i Horkheimer: «El caràcter de montaje de la industria cultural, la fabricación sintética y planificada de sus productos, similar a la de la fábrica no sólo en el estudio cinematográfico, sino virtualmente también en la recopilación de biografías baratas, investigaciones noveladas y los éxitos de la canción, se presta de antemano a la publicidad: en la medida en que el momento singular se hace indisoluble del contexto y fungible, ajeno incluso técnicamente a todo contexto significativo, puede prestarse a fines externos a la obra misma» (Adorno y Horkheimer, 2007: 208). Aplicant aquesta afirmació al context que ens ocupa, el significat real, publicitari, aliè al contingut concret de l'antologia, estaria carregat dels valors de promoció d'obertura de la cultura i generació d'espais comercials que s'ha anat explorant al llarg del text.

representada per la ciutat de Barcelona s'oposava a un model castellà i auster¹² que havia quedat associat al model realista (cal no oblidar que durant aquest període aquests autors van quedar ràpidament desqualificats com a «generación de la berza»), enfront de l'exemple, més burgès i industrialitzat, que es configurava ara com un reflex de la influència europea. En aquest sentit, el que es ven, més que poesia, és un sentiment de modernitat, d'obertura i de superació als seus protoconsumistes lectors, desitjosos d'una nova sensació de cosmopolitisme que ja començava a configurar-se i establir-se com a categoria comercial.

A fi que tot això funcioni, com va assenyalar uns anys més endavant Jenaro Talens (Talens, 1989: 17), és fonamental la figura de pes de l'antòleg. Josep Maria Castellet, el 1970, comptava amb prou difusió mediàtica per poder legitimar amb la seva firma qualsevol proposta literària. Sumat al fet que el llibre aparegués publicat per Carlos Barral en la seva nova editorial es donaven els elements per convertir l'obra en canònica des del mateix moment (o fins i tot abans, com s'ha vist) de la seva aparició a les llibreries. En relació amb aquest problema, és oportú recordar aquí una carta que Franco Fortini va escriure el 1970 a Josep Maria Castellet, inclosa per l'editorial Península en la reedició de l'antologia del 2007 i agafada de l'arxiu personal del crític català:

Si hay algún error —y, sinceramente, no puedo juzgar el fondo de la cuestión—, no está en lo que usted piensa, es decir en no haber llevado lo bastante lejos la visión crítica; está, quizá, en haber aceptado *desde el principio* una categorización (de edad, de tendencia, de grupo) que es precisamente la más apetitosa para esa *Kulturindustrie* que, como editores o colaboradores de la edición, conocemos demasiado bien. Eco, por ejemplo —cuya amplitud de conocimientos y cuya lucidez de inteligencia respeto—, y otros muchos menos inteligentes y preparados que él han optado por alimentar a la bestia, es decir por participar de su poder. ¿Pero nosotros? ¿De qué poder tenemos nosotros derecho a participar? ¿De dónde nos vienen los sufragios mudos —los más severos, los que no perdonan— en cuyo nombre declaramos, hace veinte o treinta años, nuestro derecho a la palabra? (Castellet, 2007: 273)

Si bé el text abans esmentat de Martínez Sarrión cridava l'atenció sobre la responsabilitat dels autors a l'hora d'assumir, o no, l'ús que es pogués fer de l'obra amb fins merament comercials, la carta de Fortini reprèn indirectament aquesta qüestió a l'hora de considerar el paper de l'editor. L'acusació directa del poeta i crític italià evidencia, alhora, el significat de l'ús de referents per part de Castellet per legitimar la novetat i necessitat de la seva antologia. La utilització del terme (aquí en alemany, cosa que pot aclarir dubtes sobre la seva procedència) de *kulturindustrie* posa en relleu el caràcter mercantilitzat d'una antologia que, en la seva apropiació de referents teòrics estrangers, però també de recursos avantguardistes, adquireix un caràcter

NOTES

12 | Es pot recordar, respecte a les connotacions locals de la literatura realista, la cita d'Alfonso Grosso en la nota al peu número 8.

autocolonitzador, en el sentit d'una imposició d'elements estranys a la pròpia cultura que, sense ser adequadament digerits, tenen tan sols una funció d'artifici, de vernís modernitzador i legitimador. Amb tot això, apareix clarament exemplificat un camí per venir de la cultura nacional en el qual la producció, la distribució i l'ús dels productes culturals passaran a estar cada cop més regits per mers criteris de mercat.

Bibliografía

- ADORNO, Th. W. (2012): «Sobre la música popular» en Rodríguez Ferrándiz, R. (coord.), *La polémica sobre la cultura de masas en el periodo de entreguerras. Una antología crítica*, Valencia: Publicaciones de la Universidad de Valencia, 217-260.
- ADORNO, Th. W. Y Horkheimer, M. (2007): *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid: Trotta.
- CASTELLET, J. M. (1957): *La hora del lector*. Barcelona: Seix Barral.
- CASTELLET, J. M. (1988): *Los escenarios de la memoria*. Barcelona: Anagrama.
- CASTELLET, J. M. (2007): *Nueve novísimos poetas españoles*, Barcelona: Península.
- CASTELLET, J. M. y MOLAS, J. (1963): *Poesía catalana del siglo XX*. Barcelona: Edicions 62. 1980.
- CASTELLET, J. M. y MOLAS, J. (1969): *Ocho años de poesía catalana*. Madrid: Alianza Editorial.
- CHAMORRO GAY, J. (1970): «Nueve novísimos poetas españoles», *Álamo, Revista de poesía*, mayo-agosto, s/n.
- EQUIPO COMUNICACIÓN (1970): «Otra alternativa cultural». *Triunfo*, nº 434, 55-57.
- GARCÍA RICO, E. (1969): «Castellet: Nueva Escuela», *Triunfo*, nº 392, 54.
- GARCÍA RICO, E. (1970): «Claudio Rodríguez. El hombre que escribía al caminar» (entrevista), *Triunfo*, nº 434, 61-62.
- GIULIANI, A. (1961): *I Novissimi. Poesie per gli anni Sessanta*, Rusconi e Paolazzi: Milano.
- LUIS (1970): «El imperialismo cultural catalán». *Triunfo*, nº 427, 35.
- MAISO, J. (2009): «Theodor W. Adorno en castellano. Una bibliografía comentada», *Constelaciones. Revista de Teoría Crítica*, nº 1, 51-71.
- MARTÍNEZ SARRIÓN, A. (1970): «Mesa redonda sobre poesía», *Cuadernos para el Diálogo*, número extraordinario XXIII: Literatura española a treinta años del siglo XXI, 53-60.
- MARZO, J. L. (2007): *Art modern i franquisme : els orígens conservadors de l'avantguarda i de la política artística a l'Estat Espanyol*, Girona: Fundació Espais.
- NÚÑEZ, A. y CHAMORRO GAY, J. (1970): «Cultura e industria», *Triunfo*, nº 397, 41-42.
- SONTAG, S. (1996): *Contra la interpretación*, Buenos Aires: Alfaguara.
- TALENS, J. (1989): *De la publicidad como fuente historiográfica*, Valencia: Centro de Semiótica y Teoría del Espectáculo. Universitat de València & Asociación Vasca de Semiótica.
- TOLA DE HABICH, F. y GRIEVE, P. (1971): *Los españoles y el boom. Cómo ven y qué piensan de los novelistas latinoamericanos*. Caracas: Editorial Tiempo Nuevo.
- TRÍAS, E. (1971): *Filosofía y Carnaval*. Barcelona: Anagrama.
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (1970): *Manifiesto subnormal*, Barcelona: Kairós.
- VV. AA. (1969): *La industria de la cultura*. Bozal, V. (ed.). Madrid: Alberto Corazón Editor.
- VV. AA. (1969a): *Reflexiones ante el Neocapitalismo*. Vázquez Montalbán, M. (ed.). Barcelona: Ediciones de cultura popular.
- VV. AA. (1969b) *España: ¿una sociedad de consumo?* Míguez, A. (ed.). Madrid: Guadiana de Publicaciones.