

2023

Consumo, consumismo y afines: un itinerario en las narrativas de Argentina y de Chile

<https://hdl.handle.net/2144/48005>

"Downloaded from OpenBU. Boston University's institutional repository."

BOSTON UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF ARTS AND SCIENCES

Dissertation

**CONSUMO, CONSUMISMO Y AFINES: UN ITINERARIO EN LAS
NARRATIVAS DE ARGENTINA Y DE CHILE**

by

BRUNO F. NASSI PERIC

B.A., Pontificia Universidad Católica del Perú, 2011
M.A., The University of British Columbia, 2015

Submitted in partial fulfillment of the
requirements for the degree of
Doctor of Philosophy

2023

© 2023 by
BRUNO F. NASSI PERIC
All rights reserved

Approved by

First Reader

Alicia Borinsky, Ph.D.
Professor of Spanish

Second Reader

Rodrigo Lopes de Barros, Ph.D.
Associate Professor of Spanish

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresarle un gran agradecimiento a mi directora de tesis y asesora durante los estudios de doctorado, Dra. Alicia Borinsky. Las clases, las conversaciones, las recomendaciones, los trabajos y la convicción de la primacía de la voz del texto han sido muy motivantes y han hecho posible este proyecto. Asimismo, les agradezco a los miembros del comité de esta tesis por su lectura y sus valiosos comentarios. Gracias también a Boston University y al Departamento de Romance Studies por su continuo apoyo durante estos años.

Muchas gracias también a mis queridos amigos y compañeros del Departamento por su solidaridad, su generosidad, y la constante buena disposición para intercambiar ideas y compartir vivencias. Todos estos diálogos y experiencias han sido sumamente enriquecedores como experiencia académica y personal. Han sido la familia de Boston.

Mi familia de Perú también merece un eterno agradecimiento por su amor y preocupación que siempre han superado la distancia física. Gracias a su apoyo incondicional, el doctorado ha sido posible.

**CONSUMO, CONSUMISMO Y AFINES: UN ITINERARIO EN LAS
NARRATIVAS DE ARGENTINA Y DE CHILE**

BRUNO F. NASSI PERIC

Boston University, Graduate School of Arts and Sciences, 2023

Major Professor: Alicia Borinsky, Professor of Spanish

ABSTRACT

This dissertation explores how Argentinian and Chilean narratives have depicted consumer society, consumption, consumerism, and related subjects such as capitalism, ideology, alienation, etc. It seeks to demonstrate that these topics have been significant in the productions of both canonical and non-canonical authors for centuries. Thus, I present an “itinerary of consumption” starting in the late 19th century with two novels of the *Ciclo de la Bolsa* (Stock Market Cycle), which show characters practicing what Thorstein Veblen calls “conspicuous consumption,” a key feature of what later has been called consumer society. The itinerary ends in 2018 with a novel that demonstrates that today consumption and consumerism play an important role even in art appreciation.

Establishing the itinerary allows me, on the one hand, to corroborate the fundamental presence of consumption, consumerism, and related topics in a wide range of literary works and, on the other hand, to analyze how the depictions of these issues varied according to contexts in which the novels situate their plots. I argue that since these topics are crucial in Latin American societies and, therefore, in the establishment of personal identity and social relations, it is important to take them into consideration when analyzing the construction of literary characters, the actions they take, and the thoughts

they express. Reading literary works from the point of view of their depictions of consumption and consumerism is not common in Latin American literary criticism; hence, it is a promising field of study.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1. El ciclo de la Bolsa: el viaje inexorable hacia el consumismo.....	12
1.1. La Bolsa: medio rápido para obtener distinción social.....	16
1.2. Estrategias de desplazamiento de la culpa de la crisis.....	36
CAPÍTULO 2. Roberto Arlt: la búsqueda de dinero a través de la invención y del espectáculo.....	54
2.1. El inventor anacrónico: fracaso comercial y consumo de saber.....	56
2.2. La sociedad comercial del Astrólogo.....	68
2.3. El simulacro espectacularmente místico del Astrólogo.....	84
CAPÍTULO 3. José Donoso: el <i>insólito</i> consumismo.....	97
3.1. <i>Tres novelitas burguesas</i> : identidad(es) a través de los objetos.....	100
3.2. <i>La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria</i> : una consumidora consumida.....	121
CAPÍTULO 4. César Aira y Diamela Eltit: la opresión del hiperconsumo.....	141
4.1. El (súper)mercado: controlar, vigilar e hiperconsumir.....	145
4.2. El tiempo como mercancía onerosa.....	151
4.3. <i>La prueba</i> : intento de resistencia y atentado contra el (súper)mercado.....	153
4.4. <i>Mano de obra</i> : la sujeción a través del tiempo.....	169

CAPÍTULO 5. Fuguet y Gainza: la búsqueda de autenticidad en la sociedad de hiperconsumo.....	185
5.1. <i>Mala onda</i> : la búsqueda de una identidad auténtica en medio del consumismo..	186
5.2. <i>La luz negra</i> : la autenticidad de lo falso.....	213
CONCLUSIÓN.....	222
OBRAS CITADAS.....	227
CURRICULUM VITAE.....	236

INTRODUCCIÓN

Esta tesis pretende demostrar que el consumo (en términos económicos), el consumismo¹ y los asuntos afines a ellos (capitalismo, ideología, alienación, política, etc.) son temas importantes en las narrativas de Argentina y de Chile² producidas tanto por autores canónicos como por otros que no lo son. Para ello, trazo un “itinerario del consumo” que abarca una línea temporal extensa —desde fines del siglo XIX hasta la actualidad— que demuestra que el tratamiento de estos temas, con los matices propios de cada época, no es reciente, sino de larga data. En ese sentido, este es un aporte a los estudios literarios, pues el consumo, el consumismo y los temas alrededor de ellos no son

¹ Bauman hace una distinción importante entre el concepto de consumo y el de consumismo:

A diferencia del consumo, que es fundamentalmente un rasgo y una ocupación del individuo humano, el consumismo es un atributo de la sociedad. Para que una sociedad sea merecedora de ese atributo, la capacidad esencialmente individual de querer, desear y anhelar debe ser separada (“alienada”) de los individuos. . . y debe ser reciclada/reificada como fuerza externa capaz de poner en movimiento a la “sociedad de consumidores” y mantener su rumbo en tanto forma específica de la comunidad humana, estableciendo al mismo tiempo los parámetros de estrategias de vida específicas y así manipular de otra manera las probabilidades de elecciones y conductas individuales. (Bauman 47)

Para el análisis literario, el consumismo resulta especialmente interesante, pues la agencia de los personajes que se inscriben en un contexto consumista o proto consumista es, sin que estos sean conscientes de ello, limitada. Sus personalidades, sus deseos, sus conductas están mediados por esa “fuerza externa” de la sociedad de consumo que dicta el modo de vida. De allí que sea importante que un estudio de su configuración tenga en cuenta este factor.

² La elección de estos países responde no solo a la necesaria delimitación en trabajos como este, sino también a que su historia económica hace que hablar de consumo, consumismo y temas afines sea muy propicio. A inicios del siglo XX, Argentina poseía una economía sólida (la idea de Argentina como “potencia” es polémica), cuyo PBI en 1895, tras superar la crisis de 1890, llegó a ser el más alto del mundo, superando a Estados Unidos. Chile, por su parte, fue el primer país en el que, durante la dictadura militar de los setenta, se pusieron en práctica las políticas económicas neoliberales, lo cual, evidentemente, promovió una economía de mercado que reorganizó su sociedad.

usualmente el eje central de trabajos académicos³; sin embargo, como el itinerario que propongo corrobora, son asuntos fundamentales a partir de los cuales se puede articular una propuesta original. Por lo tanto, es pertinente discutir más su presencia en la literatura y, en un contexto más amplio, también en otras representaciones artísticas⁴.

En este recorrido es importante considerar las categorías de “consumidor” y “sociedad de consumo”. De acuerdo con Trentmann, el surgimiento del primero como una entidad equiparable al ciudadano data de principios del siglo XX: “In the years around 1900, ‘the consumer’ arrived on the political stage as the twin of the citizen” (21). La segunda, por su parte, surge (nominalmente⁵) después de la Segunda Guerra Mundial:

³ Incluir a países latinoamericanos en un trabajo que cifra su análisis a partir del consumo, el consumismo y los temas relativos a estos resulta novedoso porque Latinoamérica, en términos de interpretación teórica, sigue padeciendo, al menos desde cierta crítica, el prejuicio del realismo mágico que la distorsiona como un subcontinente telúrico, opuesto a la modernidad y nostálgico de un pasado precolombino. Alberto Fuguet y Sergio Gómez criticaron con razón esta exotización en el prólogo de la antología *McOndo* (Mondadori, 1996). Allí comentan que “Vender un continente rural cuando, la verdad de las cosas, es urbano (más allá que sus sobrepobladas ciudades son un caos y no funcionan) nos parece aberrante, cómodo e inmoral” (9). Entonces, América Latina no es Macondo, sino McOndo, donde “hay McDonald’s, computadores Mac y condominios, amén de hoteles cinco estrellas construidos con dinero lavado y malls gigantescos” (8). Fuguet, en un artículo titulado “Magical Neoliberalism” (2009), agrega que “McOndo is a global, mixed, diverse, urban, 21st century Latin America, bursting on TV and apparent in music, art, fashion, film, and journalism, hectic and unmanageable. Latin America is quite literary, yes, almost a work of fiction, but it’s not a folk tale. It is a volatile place where the 19th century mingles with the 21st” (4).

En este trabajo la perspectiva de la que parto es que los textos estudiados no aluden a una realidad macondiana, sino *mcOndiana* en la que el consumo, el consumismo y asuntos relacionados conforman el contexto y determinan conductas.

⁴ Salvatore comenta acertadamente que “[a] market society produces an abundance of representations about what people do in the marketplace” (3). Evidentemente, la literatura es solo una de estas, lo que permite afirmar que el campo de estudio de las representaciones artísticas de la sociedad de consumo es ingente.

⁵ Hago esta precisión, pues se puede inferir que la nomenclatura “sociedad de consumo” es un reconocimiento teórico a posteriori de la gran preocupación por consumir—incluso, de la ansiedad por hacerlo— ya muy sólidamente asentada en la sociedad, y retratada en la literatura y reconocida por algunos autores. Por ejemplo, en 1920 se publicó *The Acquisitive Society*, de R. H. Tawney. Allí, el autor comenta sobre la existencia bastante difundida de sociedades cuya tendencia, interés y preocupación “is to promote the acquisition of wealth. The appeal of this conception must be powerful, for it has laid the whole modern world under its spell” (29 – 30).

It was only after this, in the interwar years when mass-produced, standardized goods took off, that companies and advertisers made the customer the ‘king’ of the marketplace. In the next few decades, users of health, education and sports services started to be addressed as ‘consumers’, until, by the 1960s, observers sighted a whole new type of society: a ‘consumer society’. (21)

Lo que ha seguido, naturalmente, es que “[i]nstead of warriors or workers, we are more than ever before consumers. In the rich world—and in the developing world increasingly, too—identities, politics, the economy and the environment are crucially shaped by what and how we consume. Taste, appearance and lifestyle define who we are (or want to be) and how others see us”⁶ (19).

Todo esto no quiere decir, sin embargo, que el consumidor y la sociedad que gira en torno al consumo hayan surgido recientemente o que la importancia de este último sea una novedad reciente o de la segunda mitad del siglo pasado. Como el mismo Trentmann afirma, “In the last few hundred years⁷, the acquisition, flow and use of things—in short, consumption—has become a defining feature of our lives” (18). De allí mi interés de

⁶ Por precisión teórica, en el cuarto y en el quinto capítulo, en los que se retrata el contexto de los últimos cuarenta años, me refiero a la “sociedad de hiperconsumo”, un concepto de Gilles Lipovetsky con el que alude, a su modo, lo que menciona Trentmann: el dominio absoluto, sin cortonos definidos que, en las últimas décadas (fines de los setenta, aproximadamente) ejerce el consumismo en todos los ámbitos de la vida (se puede proponer la existencia de un “desborde consumista”). Lipovetsky, además, explica el surgimiento de un “turboconsumidor”. Paradójicamente, este cuenta con opciones de elección de objetos y servicios prácticamente infinitas, pero, a la vez, esto hace que su dependencia con el mercado sea muy fuerte e indesligable.

El matiz que propone Lipovetsky entre sociedad de consumo y sociedad de hiperconsumo me parece útil para enfatizar, en el marco del análisis, la poca capacidad de agencia de los personajes y, a partir de allí, estudiar la relación con su contexto y las respuestas que pueden plantearle a este.

⁷ Al igual Dobbs en *Theories of Value and Distribution since Adam Smith* (1973), Trentmann alude a la importancia que ya tenía el concepto del consumo en *The Wealth of Nations* (1776), de Adam Smith: “Consumption is the sole end and purpose of all production” (877).

plantear un itinerario que no empiece a mediados del siglo XX, sino un poco antes, cuando varios de los elementos que más tarde se exageran en la época amparada bajo la sociedad de consumo ya están presentes.

En el marco de la sociedad de consumo (y de hiperconsumo), se puede presumir que existe una literatura de consumo que se vende, por ejemplo, en los anaqueles de los supermercados. Al mismo tiempo, dada la hegemonía del consumo en la vida social, se puede proponer también que hay una literatura sobre el consumo. Esto no quiere decir que necesariamente los autores planteen adrede una reflexión en torno a este, pero sí que es relevante en el desarrollo de la trama y en la construcción de los personajes. Este tipo de literatura es el que me interesa estudiar en esta tesis y, por consiguiente, ese ha sido un criterio muy importante para hacer la selección de las obras estudiadas.

Dado que el consumo, el consumismo y los temas relacionados a ellos deben ser entendidos cabalmente para poder utilizarlos luego como herramientas de análisis, planteo un aparato teórico que abarca diversos autores que se acercan a estos asuntos desde diferentes perspectivas y desde distintas épocas, lo cual va en consonancia con la idea del itinerario: Thorstein Veblen (*Teoría de la clase ociosa*, 1899), Jean Baudrillard (*La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*, 1970), Zygmunt Bauman (*Vida de consumo*, 2007), Tomás Moulián (*El consumo me consume*, 1998), Gilles Lipovetsky (*La felicidad paradójica*, 2006), Gilles Deleuze (“Postscript on the Societies of Control”, 1990), Michele Foucault (“Panopticism”, en *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, 1975), Frank Trentmann (*Empire of Things. How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-First*, 2017). A estas perspectivas

teóricas sobre el consumo, el consumismo y sus asuntos afines se les suma la crítica especializada para cada una de las novelas y autores estudiados. Los elementos de este aparato crítico-teórico se utilizan según sea pertinente a lo largo de los capítulos.

En este estudio, el consumo o el consumismo y los temas relativos son utilizados como herramientas de análisis bajo una lógica hermenéutica en la que prima la interpretación del texto literario. Parto de la premisa de que todo análisis e interpretación deben corroborarse en el texto, de allí que la metodología de trabajo sea el *close reading*. En ese sentido, la teoría y la crítica están al servicio de este.

Dicho lo anterior, considero pertinente establecer una diferencia entre lo que denomino *consumo denotativo* y *consumo connotativo* basándome en los planteamientos de Veblen, Bauman y Baudrillard. El primer concepto alude al acto individual destinado a satisfacer necesidades básicas (consumo de alimentos, de servicios básicos, etc.). El segundo, en cambio, es una conducta que, si bien también es individual (una persona puede ser consumista), se relaciona con la dinámica social. Por esa razón, posee carácter connotativo: es un tipo de consumo que implica reconocimiento social. De este modo, comprar, por ejemplo, una prenda de vestir es un *consumo denotativo* en tanto que busca satisfacer la necesidad de abrigo. Sin embargo, comprar específicamente determinada marca o seguir cierta moda es un *consumo connotativo*, pues implica reconocimiento social. Lógicamente, mientras más costosa sea la marca, mayores serán el reconocimiento y el prestigio.

Ahora bien, el *consumo connotativo* no solo genera reconocimiento, sino que también propicia comunidades imaginadas de consumidores. Sin embargo, estas no se

basan, como plantea Anderson, en la simultaneidad temporal, sino en la coincidencia de las marcas que se consumen. Así, por ejemplo, alguien que compra una marca costosa sabe que existen otros consumidores de la misma y que forman un grupo reducido y “exclusivo” que los distingue de consumidores de otras marcas que no connotan tanto poder adquisitivo. Socialmente, la pertenencia a estas comunidades imaginadas de consumidores genera reconocimiento y orgullo; al mismo tiempo, la no pertenencia o, en todo caso, la pertenencia a comunidades de consumidores de marcas que no connotan gran poder adquisitivo genera frustración y deseo de pertenencia a otros grupos más exclusivos. Baudrillard estudia muy bien toda la carga simbólica del consumo: distingue entre la naturaleza de utensilio de los objetos y lo que estos representan (o, en mis términos, lo que connotan).

Asimismo, el *consumo connotativo* se relaciona de manera directa con el derroche ostensible que plantea Veblen: este implica una acción connotativa, pues su intención es demostrar gran poder adquisitivo. En el marco de la sociedad de consumo (y más aún en la de hiperconsumo), el derroche ostensible y el prestigio que se adquiere a través de este no desaparecen, sino que se exacerban a través el consumismo.

Contemporáneamente, la publicidad y la mercadotecnia se encargan de que la línea entre *consumo denotativo* y *consumo connotativo* sea borrosa y logra que este último parezca el primero. En otras palabras, de lo que se trata es de hacer pasar como necesario lo innecesario, o volver necesario lo superfluo a través del reconocimiento que la posesión del último puede suponer. En ese sentido, se puede plantear que el *consumo*

connotativo alude también a la satisfacción psicológica que el consumidor cuando este siente que ha consumido lo que le corresponde de acuerdo a los criterios sociales.

Esta tesis se divide en cinco capítulos que son los puntos que conforman el “itinerario del consumo”. Cada uno de ellos examina dos novelas no necesariamente del mismo autor, pero en las que se puede encontrar una coincidencia en cuanto a su aproximación al consumo, el consumismo y los temas concomitantes. Hay, además, un criterio temporal en el ordenamiento de los capítulos que busca mostrar la evolución de estos. Así, la naturaleza del “itinerario del consumo” se basa en un criterio dado por el sentido que se ordena cronológicamente.

El primer capítulo —o el punto de partida del itinerario— estudia dos novelas del “ciclo de la Bolsa”⁸: *La Bolsa* (1891), de Julián Martel (seudónimo de José María Miró), y *Quilito* (1891), de Carlos María Ocantos. Los textos plantean un tono de denuncia en contra de la “fiebre” bursátil producida por un afán de enriquecimiento rápido que los personajes buscan para poder practicar lo que Veblen denomina derroche ostensible. Este se puede interpretar como un proto consumismo, pues se trata de un consumo exagerado de bienes con el objetivo de demostrar riqueza y así lograr reconocimiento social. Las novelas plantean que este afán de enriquecimiento rápido y de ostentación son vicios producto del cosmopolitismo. Ellas proponen una defensa de los valores tradicionales —

⁸ Este se refiere al conjunto de novelas que retratan el crac bursátil en medio de la grave crisis financiera ocurrida en Argentina en 1890. Este episodio se conoce también como “Pánico de 1890”. Cabe resaltar que no solo la literatura da testimonio de esta época, sino también la pintura a través del famoso cuadro *Sin pan y sin trabajo* (1894), de Ernesto de la Córcova, que actualmente se exhibe en el Museo Nacional de Bellas Artes de Argentina (Buenos Aires).

por ejemplo, el trabajo arduo como único medio válido para conseguir riqueza— que en última instancia significan compromiso patriótico.

En las novelas del “ciclo de la Bolsa” ya se aprecia al consumidor-ciudadano al que alude Trentmann: el bolsista ejerce su ciudadanía a través de sus inversiones bursátiles que, espera, le permitirán rápidamente convertirse en un gran consumidor. De este modo, si bien todavía no hay una sociedad de consumo propiamente dicha, sí se aprecia el impulso por el enriquecimiento rápido que, evidentemente, tiene como fin un consumo de muchos bienes, lo que implica ganar prestigio. En otras palabras, el *consumo connotativo*, elemento fundamental de las sociedades de consumo y de hiperconsumo, ya se encuentra instalado.

En el segundo capítulo, que analiza las novelas *Los siete locos* (1929) y *Los lanzallamas* (1931), de Roberto Arlt, se aprecia la figura del inventor, quien, al igual que el bolsista decimonónico, busca la riqueza inmediata, es decir, inventar algo que tenga éxito comercial, que sea consumido masivamente. El problema es que, al menos el que presenta Arlt, no posee realmente una idea comercialmente viable. Por otro lado, estos textos también muestran un consumo de ideologías —como si fueran objetos de una tienda o ingredientes de una receta— por medio de un personaje que elabora una suerte de *melting pot* ideológico con el único propósito de crear una empresa lucrativa. Asimismo, este desarrolla una mejor lectura del contexto que el inventor e idea todo un espectáculo —una especie de campaña publicitaria— para poder atraer socios y consumidores.

Más allá del devenir de sus proyectos, estos personajes muestran tener clara consciencia de una sociedad preocupada e interesada por el consumo. De allí la ansiedad por un invento que sea del agrado de las masas o de formar un proyecto que atraiga a determinado grupo social. Lo interesante en estas novelas de Arlt es que este reconocimiento de estar en una sociedad atraída por el consumo y el deseo de tener éxito en ella parten de personajes marginales, ya no de una burguesía —consolidada o venida a menos, pero burguesía finalmente— como la que aparece en *La Bolsa* y en *Quilito*. Esto, a su vez, corrobora que toda la dinámica del consumo como un lenguaje social se ha generalizado.

El tercer capítulo se concentra en dos novelas de José Donoso: *Tres novelitas burguesas* (1972) y *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria* (1980). En ellas se aprecia lo que denomino *insólito consumismo*, es decir, la representación de situaciones inauditas en un tono de humor corrosivo que destacan lo absurdo de una vida entregada al consumo desmedido de objetos y que cifra su sentido en estos. En ese sentido, en cierta medida se convierten también en personajes, lo que demuestra la presencia de un contexto que prácticamente los venera.

Cabe precisar que la inclusión de Donoso responde también a que es un autor cuya reflexión en torno al consumo no se agota con las novelas aquí estudiadas y que su acercamiento a este ha sido desde varias aristas. Así, es innegable que los objetos — desde las casas hasta los paquetes— son una parte importante de la obra donosiana. Por otro lado, existió entre él y dos autores que también abordo en este trabajo —Diamela Eltit y Alberto Fuguet— una relación alumno-profesor en que la que, a pesar de ciertas

asperezas, destacó la admiración. De hecho, uno de los personajes de *Tres novelitas burguesas* guarda relación con otro de Fuguet.

El cuarto capítulo aborda las novelas *La prueba* (1992), de César Aira, y *Mano de obra* (2002), de Diamela Eltit. Ellas se inscriben en el contexto concreto de la sociedad de hiperconsumo, lo que resulta determinante en la construcción de los personajes y en el desarrollo de las tramas. En ambas novelas aparece un supermercado como un espacio que, en este contexto de hiperconsumo y de turboconsumidores, se puede leer como una metáfora del mercado económico; por ello, planteo la existencia de un (súper)mercado como entidad que determina las existencias y moldea los destinos.

Las obras de Aira y de Eltit contrastan no solo en el tono de su narrativa —humor negro en la primera, opresión absoluta en la segunda—, sino también en el posicionamiento de los personajes frente al (súper)mercado. Los que se presentan en *Mano de obra* son víctimas inermes cuyas vidas han sido colonizadas completamente por este a través del tiempo, que en la sociedad de consumo —y en la de hiperconsumo— es una mercancía que no todos pueden adquirir. En *La prueba*, en cambio, los personajes gozan de una posición privilegiada que les permite disponer de tiempo y derrocharlo. Por ello, pueden plantear una resistencia al (súper)mercado. Empero, en los dos casos, se hace evidente que cualquier intento de destruirlo o escapar de él, más allá de la posición social, está condenado al fracaso.

Finalmente, el quinto capítulo examina las novelas *Mala onda* (1991), de Alberto Fuguet, y *La luz negra* (2018), de María Gainza. El interés de estudiarlas radica en que ambas, aunque de modos distintos, plantean la búsqueda (difícil) de una identidad

auténtica, no contaminada por el hiperconsumo. En el caso de la novela de Fuguet, es un adolescente quien se siente sofocado por su entorno y busca encontrar la autenticidad que lo defina. En el texto de Gainza, se cuestiona la autenticidad en el contexto del mercado de obras de arte (en concreto, de pinturas) en el que los cuadros valen no por su calidad, sino por el prestigio que otorgan, es decir, se alude a un *consumo connotativo* que la novela critica.

Terminar la tesis con la novela de Gainza responde a una lógica temporal y también a establecer una conexión entre este último punto del itinerario con el primero. *La luz negra* demuestra que la búsqueda de reconocimiento social a través del derroche ostensible —en este caso manifestado en el *consumo connotativo* de pinturas— que se aprecia en las novelas decimonónicas se mantiene con suma vigencia y es exacerbado en el marco del hiperconsumo.

En suma, el análisis de estas diez novelas permite trazar un “itinerario del consumo” que corrobora la importancia y vigencia de este y de sus temas relacionados en las narrativas de Argentina y de Chile. Al mismo tiempo, delinea una metodología de análisis que si bien parte de un concepto social —el consumo—, lo enfoca de modo que ofrece una perspectiva que promueve un detallado análisis literario.

CAPÍTULO 1

El ciclo de la Bolsa: el viaje inexorable hacia el consumismo

Se conoce como “ciclo de la Bolsa”⁹ al grupo de novelas cuyas tramas retratan el crac bursátil en Argentina de 1890. Desde un punto de vista formal, estas obras se inscriben dentro de la corriente naturalista y tienen como referente a la novela *L’Argent*, del escritor francés Émile Zola, que se publicó en serie en la revista *Gil Blas* entre 1890 y 1891 antes de materializarse como libro en 1891. Este capítulo se concentra en dos novelas del ciclo que son las más difundidas: *La Bolsa*¹⁰, del periodista y poeta Julián Martel¹¹, publicada a modo de folletín en el diario *La Nación* entre el 24 de agosto y el 4 de octubre de 1891, y *Quilito*, del diplomático y escritor Carlos María Ocantos, aparecida en forma de libro en Francia también en 1891. El interés de estudiar estas novelas radica en que muestran una sociedad en la que se aprecia ya en el tránsito definitivo hacia el

⁹ En su prólogo a una edición de *La Bolsa* de 1981, el historiador argentino Osvaldo Pellettieri explica que este rótulo fue creado por el crítico literario Antonio Pagés Larraya en su artículo “La crisis del noventa en nuestra novela: El ciclo de La Bolsa” aparecido en *La Nación* el 4 de mayo de 1947 (8). El mismo autor enumera las once novelas que componen este grupo:

Abismos, de Manuel Bahamonte, 1890; *La Bolsa*, de Julián Martel, 1891; *Quilito*, de Carlos María Ocantos, 1891; *Horas de fiebre*, de Segundo L Villafañe, 1891; *Buenos Aires en el siglo XIX*, de Eduardo de Ezcurra, 1891; *Contra la marea*, de Alberto del Solar, 1894; *Grandezas*, de Pedro Morante, 1896; *La Maldonada*, de Francisco Grandmontagne, 1898; *Quimera*, de José Luis Cantilo, 1899; *Grandezas chicas*, de Osvaldo Saavedra, 1901; y *El 90*, de Emilio Gouchón Gané. (8 – 9)

¹⁰ El título completo de la novela es *La Bolsa: (estudio social)*. La referencia parentética es adecuada, pues, en efecto, la novela pretende explicar, desde una óptica social, el porqué de la gran ansiedad por invertir en la Bolsa. Se puede decir, en ese sentido, que es un ensayo sociológico en forma de novela.

¹¹ Este es el seudónimo de José María Miró. *La Bolsa* fue su única novela, pues falleció antes de cumplir 30 años.

consumismo en el marco de una novel economía de mercado¹². Gracias al influjo cosmopolita de fines del siglo XIX, se genera una ansiedad por consumir para demostrar poder adquisitivo, pues este es el vehículo para conseguir distinción social. En este contexto, invertir en la Bolsa es una operación conveniente: otorga rápidamente el dinero necesario para consumir y conseguir prestigio. Esto, sin embargo, genera una crisis de valores que las novelas retratan críticamente.

La Bolsa y Quilito son novelas que enarbolan un discurso conservador que ve negativamente los cambios sociales de su época, es decir, consideran al cosmopolitismo como un peligro, pues lo juzgan opuesto al patriotismo, valor cuya ausencia genera alienación y egoísmo. El crac bursátil les da la oportunidad perfecta para establecer una diatriba en contra del cosmopolitismo, pues la especulación se considera una importación de este¹³. Asimismo, la Bolsa es considerada inmoral y perjudicial porque otorga una

¹² Lewald explica que “[t]he question of the formation of a market economy in Argentina is a difficult one” (“Society” 5), pues existen varias posturas al respecto: “For those who look for institutional transformations leading to the formation of markets in land, labor, and capital, the period from 1880 to 1914 is crucial. . . . During this time, an almost inexistent market in land was replaced by a sophisticated and active market, operated by specialized agents, while European immigrants, coming and going in response to wage differentials, gave life to an active labor market” (5). Por otro lado, “Hilda Sabato and Luis A. Romero locate the formation of a free labor market in the period that preceded mass immigration (1850–80)” (5). Por su parte, “Fernando Rocchi sees the emergence of a mass consumer market (ca. 1910–40) as a phenomenon restricted to the city of Buenos Aires” (5). Finalmente, “Other historians, such as Carlos Mayo, go even further back and situate the beginning of capitalist relations in labor in the postindependence or even in the late colonial period” (5).

Las novelas estudiadas se pueden leer como un argumento para defender que, para 1890, ya existía una economía de mercado por lo menos en Buenos Aires. Sin esta, no se hubiese desarrollado la ansiedad por obtener distinción social a través de la adquisición de objetos que hizo de la Bolsa un lugar tan popular. Todo el contexto social que retratan las novelas es el de una sociedad de mercado ya establecida en el marco de una economía capitalista.

¹³ En el libro *Dos novelas sociológicas*, que, por su fecha de publicación (1892), se puede deducir que es el primer estudio de las novelas aquí comentadas, el abogado, historiador, sociólogo y escritor argentino Ernesto Quesada manifiesta que “[s]in duda el comercio, y sobre todo la alta banca y la especulación, tienen hoy un marcado sello de cosmopolitismo, y el dinero no reconoce patria ni época” (84). El autor sintetiza muy bien con esta cita la hipótesis de las novelas y la suscribe.

riqueza que no se basa en el tradicional (y patriótico) valor del trabajo arduo. La crisis se presenta, por lo tanto, como demostración irrefutable de sus postulados en contra del cosmopolitismo y los personajes gravemente afectados por la crisis se vuelven una severa advertencia de lo que ocurre cuando los valores tradicionales son dejados de lado.

Ahora bien, las novelas se enfrentan a un problema: deben conciliar su discurso conservador con un sistema económico capitalista¹⁴ cuya vertiente especulativa fue, en gran medida, la causa de la crisis. En otras palabras, no son textos revolucionarios que se amparen en la crisis de 1890 para preconizar la implementación de un sistema comunista o socialista. Su objetivo, por el contrario, es que la sociedad vuelva a sus valores tradicionales, se despoje de la ansiedad por distinción social y, por consiguiente, se aleje de su camino hacia el consumo desmedido, pero sin que eso implique un cambio medular en el sistema económico vigente. Su propuesta, en ese sentido, es un capitalismo sin cosmopolitismo¹⁵, lo cual, visto en retrospectiva, resulta bastante ingenuo y, sobre todo, muestra un desconocimiento del funcionamiento del capitalismo y de que este no es

¹⁴ Cueva afirma que la adopción del capitalismo en Latinoamérica no ocurrió espontáneamente: “la plena incorporación de América Latina al sistema capitalista mundial, cuando éste alcanza su estadio imperialista en el último tercio del siglo XIX, no ocurre a partir de un vacío, sino sobre la base de una matriz económico-social preexistente, ella misma moldeada en estrecha conexión con el capitalismo europeo y norteamericano en su fase protoimperialista” (11). Explica que la estructura económico-social de la Colonia supuso un molde precapitalista que se luego se adoptó en las nuevas repúblicas; en ese sentido, “la primera fase de nuestra vida independiente, lejos de impulsar la inmediata disolución de esta matriz precapitalista, registró un movimiento en sentido inverso” (16).

¹⁵ Se debe notar que esta pretensión de capitalismo sin cosmopolitismo es la versión decimonónica del discurso conservador actual que pretende un capitalismo sin globalización. Al igual que las novelas de Martel y Ocantos, los conservadores actuales exaltan lo nacional en detrimento de lo extranjero, lo cual muchas veces adquiere, al igual que en el siglo XIX, un tinte antisemita. Asimismo, muestran la misma nostalgia por un pasado supuestamente mejor, donde los ciudadanos no estaban alienados por modas foráneas y, más bien, eran patriotas.

estático, sino que evoluciona. Martel y Ocantos no son capaces de ver que están un momento transicional en el que el consumo es cada vez más importante que la producción, lo cual, por supuesto, supone que para obtener rentabilidad una sociedad de consumo es imperiosa.

En su desesperación por volver al pasado en términos morales y, a la vez, mantener vigente el sistema capitalista, las novelas recurren a una serie de estrategias que incluyen el discurso xenofobo con un marcado antisemitismo, la metáfora de la enfermedad y la denuncia de la corrupción política, que ciertamente existía. Esto les permite depositar la culpa de la crisis fuera del sistema capitalista y de la sociedad argentina. Así, se establece que ambos habrían sido víctimas de un plan judío macabro para conquistar al mundo. Este incluye propagar la infección de la fiebre especulativa, entre otros males morales y económicos. En este contexto, está implícito que la conspiración extranjera y la enfermedad infecciosa podrían erradicarse con una vuelta a los valores tradicionales como el patriotismo, lo cual también sería beneficioso para el capitalismo, pues sería salvado de elementos que buscan pervertirlo a través de un capital sucio y de negocios turbios, entre los que se incluye a la especulación.

Tomando en cuenta todo lo expuesto, este capítulo se divide en dos secciones. La primera estudia cómo el influjo cosmopolita que sufrió Buenos Aires se concatena con el surgimiento de la fiebre bursátil y cómo las novelas muestran a la Bolsa como una entidad corruptora, cuando, en realidad, ella no es más que un reflejo, un microcosmos de la sociedad ansiosa por consumir y así obtener distinción. La segunda sección se concentra analizar las estrategias que las novelas utilizan para desplazar la culpa de la

crisis fuera de la sociedad y del capitalismo, y así poder conservar una versión ideal de este que puede prosperar en armonía con los valores tradicionales que defienden.

1.1. La Bolsa: medio rápido para obtener distinción social

Salvatore explica, con respecto a Buenos Aires, que, durante las últimas décadas del siglo XIX, “[t]he city experienced more directly the turmoil of ‘progress’, receiving massive inflows of immigrants from Europe and rapidly absorbing modern means of transportation and distribution. Soon, a large a consumer market developed, underscoring the modernity of the city’s economy” (1). Por su parte, Ericka Beckman, refiriéndose al mismo período, afirma que “[f]or the first time, the rhythms of daily life in Buenos were altered by the vertiginous and unpredictable world of high finance. The home of this speculative bubble was the stock exchange” (19). Por supuesto, este ingreso de la sociedad bonaerense a la modernidad económica generó consecuencias en el ámbito social; por ejemplo: “The upper classes tried to emulate the styles of the rich in Europe (the dress codes, the clubs, the sports, the balls, the interiors, the art), but did it with exaggeration and excess¹⁶. In the competition for social distinction, the stakes got higher and higher, as opportunist newcomers managed to disguise themselves as gentlemen and ladies from ‘good families’” (Salvatore 15); asimismo, “[l]iving beyond one’s means was socially beneficial; sumptuary buildings and decor disseminated the ethos of progress,

¹⁶ Al respecto, el narrador de *La Bolsa* denuncia la existencia de “un afrancesamiento en los trajes y modales, un falso exquisitismo parisién, un estiramiento forzado que hacían ridículo contraste con los resabios de las maneras abiertas y chacotonas de los buenos tiempos de antaño. No podía dudarse de que se estaba en presencia de una sociedad en evolución, cuyo carácter definitivo no ha empezado a marcarse todavía” (269). La nostalgia por un pasado no alienado a modas extranjeras y la denuncia de un presente enajenado es recurrente tanto en la novela de Martel como en la de Ocantos.

energizing society” (Salvatore 20). Es decir, la modernidad trajo consigo un consumo exagerado de las modas extranjeras, pero al mismo tiempo sumamente necesario para obtener la anhelada distinción social. Comprender la existencia de esta nueva ansiedad social es vital para entender por qué el mercado bursátil de pronto adquirió gran importancia.

Tanto *La Bolsa* como *Quilito* se encargan de retratar críticamente todo este contexto social de modernidad cuyo denominador común es claramente la enajenación. Como anota Katharina Niemeyer,

[en las novelas] se manifiesta este afán de modernidad en lo que los narradores [del ciclo de la Bolsa] presentan como la desmesurada europeización de la nueva alta burguesía. Con bastantes detalles se describen su gusto por el lujo europeo y su imitación de modas, modales y, en general, toda la ‘high life’ francesa e inglesa que se ostenta en los ya mencionados lugares de la vida pública; y en ello se deja entrever bien claramente que *esta cosmopolitización debe servir de señal de distinción social a la vez que de modernidad*. (128 – 129; mi énfasis)

En esta cita, la autora trae a colación dos conceptos que son de mucha importancia para el análisis de las novelas: distinción social y cosmopolitización (o cosmopolitismo). Son varios los pasajes en los que se detallan las nuevas modas importadas que se han impuesto en la ciudad y que se vuelven un requisito indispensable de distinción social y muestra de pertenencia a determinado grupo socioeconómico. En *La Bolsa*, por ejemplo, el narrador, saliéndose de su perspectiva en tercera persona (operación que realiza pocas veces con el fin de enfatizar su crítica y su condena moral), se refiere a todo el consumo

que deben realizar los burgueses para lograr la necesaria distinción social que les permitirá recibir la atención de las damas de sociedad:

¡Pobres burgueses! Mozos de tienda, de almacén, empleadillos de todas clases, es inútil que vuestros ojos devoren a las lindas damas que cruzan como hechiceras visiones ante vosotros. Es preciso gastar coche, trampear al sastre, si no hay con qué pagarlo, frecuentar teatros y salones, para que ellas os hagan la gracia de una mirada o una sonrisa. Es preciso ir a la Bolsa, al club, jugar a los títulos, al *lansquenet*, al *baccarat*... (167)

En la misma línea va la siguiente cita de *Quilito* con respecto al personaje del mismo nombre:

Y aquí cumple confesar otro de los inconvenientes en que el pobre muchacho tropezaba, un síntoma más de la vida artificial, que su mala educación y las pretendidas exigencias sociales le obligaban a llevar. Para ir a Palermo, se necesita coche de lujo y para hacer la corte a una muchacha *high-life* concurrir a teatros y a bailes; Quilito era pobre, pero él iba en coche de lujo y se mostraba en palco todas las noches. (38)

Vale la pena aquí hacer una breve digresión para comentar que una diferencia entre las novelas aquí tratadas es que el protagonista homónimo de *Quilito*, a diferencia del de *La Bolsa*, es, en efecto, muy joven (tiene 18 años) y perteneciente a una familia burguesa que devino en la pobreza en gran medida por mantener su orgullo y sus

valores¹⁷. Este contexto desfavorable del personaje hace que en *Quilito* la necesidad de conseguir distinción social sea mucho más dramática (y, por eso mismo, hace que para el lector sea mucho más notoria), pues el muchacho se ve obligado a realizar una serie de acciones para conseguirla que la novela cuestiona desde el puntos de vista moral (la principal de ellas, por supuesto, será su involucramiento con la Bolsa) y cuyas consecuencias finalmente tendrá que pagar con su vida.

Se debe precisar que el concepto de cosmopolitismo es también importante porque en las novelas es un término genérico que se utiliza para englobar todo lo que dentro de la crítica y la teoría se llama modernidad, progreso, ingreso al mercado financiero, construcción de una sociedad de consumo, etc. Los textos de Martel y Ocantos ponen dentro del mismo saco todos estos procesos y los sintetizan como cosmopolitismo; se podría decir que modernidad y cosmopolitismo son términos que van concatenados, pues se infiere que el segundo trae consigo al primero. Como es deducible, la visión del cosmopolitismo es sumamente negativa en los textos. Así, por ejemplo, en *La Bolsa*, el protagonista, el abogado Luis Glow, comenta lo siguiente:

Allí donde el dinero abunda, rara vez el patriotismo existe. Además de eso, el cosmopolitismo, que tan grandes proporciones va tomando entre nosotros, hasta el punto de que ya no sabemos lo que somos, si franceses o españoles, o italianos o ingleses, nos trae, junto con el engrandecimiento material, el indiferentismo político, porque al extranjero que viene a nuestra tierra, naturalícese o no, maldito

¹⁷ Esta trama paralela hace que, en términos literarios, *Quilito* pueda considerarse de mayor complejidad que *La Bolsa*. Hay que considerar que, a diferencia de Martel, Ocantos ya tenía una trayectoria literaria que empezó con la publicación de su novela *León Zaldívar* en 1888.

lo que se le importa que estemos bien o mal gobernados. . . . Ahora bien, lo peor del caso es que se nos has contagiado este culpable egoísmo importado; ¡a nosotros, los argentinos! Yo, para hablarte con franqueza, lo experimento en mí mismo. A pesar de todas estas declamaciones que ahora estoy haciendo bajo la impresión de un entusiasmo pasajero, sé que en el fondo no podría substraerme a los halagos de mi vida lujosa para lanzarme a... a una revolución, por ejemplo.

(127)

Esta cita es muy importante porque establece una dicotomía que es axial en esta novela y también en *Quilito*¹⁸: cosmopolitismo versus patriotismo. Los textos conciben como una amenaza muy grande al primero, pues argumentan, como hace Glow, que a gran velocidad está deshaciendo los valores tradicionales de la sociedad y que, incluso, las personas probas, moralmente solventes están alienándose. Es importante destacar que las novelas denuncian severamente esta realidad, pero no proponen ninguna solución. No pueden hacerlo: el cosmopolitismo es un fenómeno inevitable y ya no se puede revertir. Sin embargo, gracias al crac bursátil, lo que sí hacen es proponer implícitamente la erradicación¹⁹ de un elemento que consideran pernicioso por ser fuente de corrupción: la

¹⁸ En *Quilito* personaje de don Pablo Aquiles, padre del protagonista y encarnación de las viejas tradiciones nacionales y de los viejos valores se queja de que la fiesta por la independencia ya no se celebra con el mismo entusiasmo de antes:

[É]l pensaba lo que era en sus tiempos aquella fiesta: de día, *pruebas*, palo jabonado, rompecabezas en la Plaza de la Victoria, y fuegos artificiales por la noche. . . . Pero, como si la ciudad se avergonzara de que el extranjero la vea celebrar sus solemnidades a la moda de aldea, aquellos populares festejos se han desterrado a los barrios extremos, y ha quedado la gran plaza solitaria y fría, en medio de los resplandores de sus luces de gas. (14)

Ante este panorama que le genera mucha tristeza, el personaje finalmente sentencia lo siguiente: “O ya no hay patriotas, o el cosmopolitismo va ahogándolo todo” (14).

¹⁹ Esto es una ingenuidad y una quimera: no se puede desligar capitalismo del juego bursátil.

Bolsa. El problema es que ella solo es un reflejo de una sociedad transformada, ansiosa por obtener distinción, por lo que eliminarla solo sería atacar el síntoma mas no la enfermedad.

En este contexto donde el cosmopolitismo ha instalado una lógica de mantenerse a la moda, el único modo de conseguir distinción social es a través del consumo excesivo de objetos y servicios que luego se pueden ostentar y demostrar que, en efecto, se está a la moda. En otras palabras, se trata de practicar lo que, en términos propuestos por Thorstein Veblen en su famoso ensayo *Teoría de la clase ociosa*²⁰, es el derroche ostensible. El teórico afirma que “[l]a posesión de la riqueza confiere honor; es una distinción valorativa (invidious distinction)” (39). En consecuencia, “la propiedad se

²⁰ Aunque es un poco largo, vale la pena traer a colación el siguiente pasaje de *Teoría de la clase ociosa*, pues resume muy bien la hipótesis de trabajo que guía la teoría de Veblen:

Las cosas se producen y consumen como medios de conseguir un desarrollo más completo de la vida; su utilidad consiste, a primera vista, en su eficacia en cuanto medios para conseguir ese fin. El fin es, en primer término, la plenitud de la vida del individuo, tomada en términos absolutos. Pero la proclividad humana a la emulación se ha apoderado del consumo de cosas convirtiéndolo en medio para establecer una comparación valorativa y ha investido, en consecuencia, a los bienes de consumo de una utilidad secundaria en cuanto demostración de una relativa capacidad de pago. Ese uso indirecto o secundario de los bienes consumibles da un carácter honorario al consumo y a la vez a los bienes que sirven mejor a este fin emulativo del consumo. El consumo de bienes costosos es meritorio y los bienes que contienen un elemento apreciable de costo superior a lo necesario para conseguir su utilidad para sus fines mecánicos ostensibles son honoríficos. Los signos de costo superfluo que presentan las cosas son, en consecuencia, signos de valor —de alta eficacia para el fin indirecto y valorativo al que sirven mediante su consumo—; y recíprocamente, las cosas que muestran una adaptación demasiado económica al fin mecánico perseguido y no incluyen un margen de gasto en el que apoyar una comparación valorativa agradable son humillantes y, en consecuencia, no atractivas. Esta utilidad indirecta de una gran parte de su valor a las “mejores” clases de cosas. Para poder apelar al sentido educado de utilidad, un artículo tiene que contener algo que sirva a esta utilidad indirecta. (113 – 114)

Esta cualidad de otorgar reconocimiento es lo que hace al consumo un acto social indesligable de la idiosincrasia de las sociedades capitalistas contemporáneas, es decir, aquellas donde la importancia del consumo de bienes es mayor a la de la producción de estos. Las novelas del ciclo de la Bolsa se inscriben en la transición entre lo que Bauman llama una sociedad de productores y otra de consumidores. Es comprensible, por ello, que existiera la idea de que podía suprimirse el proto consumismo del capitalismo y quedarse con una suerte de versión más pura del mismo que fuera compatible con los valores tradicionales que buscan rescatar.

convierte ahora en la prueba más fácilmente demostrable de un grado de éxito honorable” (Veblen 41). Pero no basta con ser propietario de bienes para obtener distinción social; es necesario exhibirlos, ostentarlos, pues de nada serviría tener muchos bienes si la sociedad no los asocia con el poseedor y, como reconocimiento, le brinda distinción²¹: “Para ganar y conservar la estima de los hombres no basta con poseer riqueza y poder. La riqueza y el poder tienen que ser puestos de manifiesto, porque la estima sólo se otorga ante su evidencia” (27). En este contexto, se establece una competencia entre los individuos por obtener mayor distinción social, lo cual implica, necesariamente, una constante adquisición de mercancías que demuestran la solvencia del consumidor, es decir, se practica el *consumo connotativo*. De esta forma, se establece una lógica de derroche ostensible, pues este “es eficaz y satisfactorio en la medida en que se practica; es una buena presunción del valor social” (Veblen 123). Esto es lógico: si se establece una lucha por obtener distinción social y esta se adquiere a través del consumo de bienes, el derroche²² es la consecuencia ineludible.

Debe notarse, sin embargo, que los individuos inmersos en esta lógica no necesariamente reconocen sus gastos como un derroche, lo cual continúa vigente:

²¹ Se sigue la misma lógica que el viejo concepto del honor: no sirve de nada poseerlo si se mantiene escondido; es necesario que se valide socialmente para que el individuo pueda considerarse honrado. De la misma manera, la posesión de bienes solo es útil cuando le demuestra a la sociedad la solvencia del consumidor, la cual es premiada con prestigio. Asimismo, así como el honor, el respeto ganado por la posesión de bienes es también frágil, como ocurre en *La Bolsa* y en *Quilito*: la irresponsabilidad, un cambio de condiciones o, incluso, la mala suerte, pueden destruir en muy poco tiempo todo lo acumulado y, por añadidura, el respeto ganado.

²² Puede considerarse que el concepto de derroche ostensible de Veblen es una descripción temprana del consumismo: se trata de un consumo desmedido de bienes que no es percibido por el consumidor como un despilfarro, sino como la satisfacción de una necesidad.

“Ocurre con frecuencia que un elemento del nivel de vida que comenzó como forma de derroche, acaba por convertirse, a juicio del consumidor, en algo necesario para la vida; y puede, de este modo, convertirse en algo tan indispensable como cualquier otro artículo de los gastos habituales del consumidor” (Veblen 81). Esto se aprecia claramente en las novelas estudiadas aquí, pues tanto Luis Glow como Quilito, así como otros bolsistas que aparecen retratados, en ningún momento consideran que están derrochando, sino que están adquiriendo bienes necesarios para sostener el nivel de vida que poseen (Glow) o que anhelan (Quilito). Así, por ejemplo, la lujosa casa que el abogado Glow adquiere en la elegante avenida Alvear, en Buenos Aires, así como los suntuosos objetos que la adornan²³, no son considerados por él como un despilfarro, sino como elementos necesarios para un hombre que ha llegado a una alta posición social. Es posible deducir que en sus años de humilde estudiante de Derecho hubiera sido distinto su juicio con respecto a estos bienes, pero una vez convertido en un potentado gracias a la Bolsa, estos son vistos por él como una necesidad propia de su estatus. En la misma línea, para Quilito, el buen vestir, el andar en coche elegante y el frecuentar lugares exclusivos como el hipódromo o la sala de ópera, a pesar de su frágil economía familiar, no son vistos como gastos superfluos, sino necesarios para mantener el respeto y el aprecio de las personas con las que le interesa relacionarse.

²³ El narrador se encarga de describir con detalle la fascinación que Glow siente por su nuevo “palacio” y, sobre todo, por los objetos con que la decora: “Allí tenía él bajo sus ojos aquel espléndido vestíbulo, con sus adornos costosos, sus muebles de cuero *Cordú*, labrado, su percha con espejo y su mesa de maderas raras, en la que reposaban dos gruesos volúmenes de las obras de Shakespeare, edición Hetzel. Allí estaba el precioso mosaico de mil colores, que parecía una alfombra tendida para ser hollada por el zapato blanco de una sultana” (80). La única finalidad de estos objetos es otorgarle prestigio a su poseedor, es decir, son ejemplos de derroche ostensible, aunque para Luis Glow su adquisición haya resultado una necesidad.

De esta manera, el juego bursátil, es decir, invertir en la Bolsa, se convierte en una operación sumamente atractiva: otorga rápidamente y sin mayor esfuerzo el dinero necesario para derrochar ostensiblemente y así conseguir la tan ansiada distinción social. Morales lo sintetiza muy bien: “se agudiza [en Argentina] una sed de riqueza como valor supremo, que se encauza con frecuencia a través de la magia de la Bolsa, concebida como un medio asequible y rápido de ascender económicamente” (54). Quilito capta esta realidad muy rápidamente. Por eso, cuando su tía Casilda trata de convencerlo de que “no hay cosa mejor que ganarse el pan honradamente, por sus cabales, con tesón, sin impaciencias ni desfallecimientos, que así se va lejos, y de golpe y porrazo no puede hacerse nada bueno” (11), él le responde altaneramente lo siguiente: “Mire usted, tía, no de otra manera se hacen fortunas en Buenos Aires; ahí tiene a fulano, a zutano y a mengano: ¿dónde se han hecho ricos? ¿detrás de un mostrador? No, en la Bolsa. Ayer no poseían un centavo y hoy se les saca el sombrero. Yo quiero hacer como ellos y ser como ellos” (11). Obviamente, para un joven empobrecido y ambicioso por conseguir distinción social, la Bolsa se presenta como una panacea ante la cual el plan de hacer una larga carrera y trabajar duramente para ganar dinero se vuelve absurda. Algo parecido ocurre con el doctor Luis Glow: se da cuenta de que, a pesar de tener una exitosa carrera como abogado, la Bolsa le ofrece la fortuna de toda una vida en apenas unas cuantas operaciones. Por lo tanto, no tiene mayor sentido seguir practicando el Derecho.

Veblen comenta que “[l]a necesidad de derroche ostensible está, por tanto, dispuesta a absorber todo aumento de la eficiencia industrial o de la producción de bienes de la comunidad, una vez que se haya provisto a las necesidades físicas más elementales”

(88). Considero que, en el contexto de las novelas estudiadas, donde claramente existe derroche ostensible se puede considerar a la Bolsa como una herramienta absorbida al igual que alguna otra proveniente de la industria o de la producción. Afirmo esto no solo porque Bolsa ofrece la posibilidad de enriquecimiento veloz, sino, sobre todo, porque participar en ella es ya de por sí un ejercicio que confiere distinción social (siempre y cuando, por supuesto, se gane dinero). En ese sentido, es pertinente recordar la primera cita de *La Bolsa* de esta sección en la que Luis Glow comenta que los burgueses deben hacer una serie de cosas para que las damas de sociedad los miren, es decir, para obtener la distinción social necesaria para empezar a ser reconocidos; entre ellas, dice, *es preciso* ir a la Bolsa. Así, esta se convierte, para los que obtienen grandes ganancias, en una especie de club de alta sociedad que, evidentemente, otorga distinción social.

Ahora bien, el gran problema de la Bolsa —y esta es la crítica principal que le hacen ambas novelas— es que realmente no otorga fortunas sólidas, sino ilusiones: “*La Bolsa and other stock market novels highlight finance capital as an illusory and indeed fictive form of wealth*” (Beckman 24). En consecuencia, “false wealth allows people to pretend to be who they are not” (Beckman 24). Es decir, se construye una falsa riqueza que confiere una falsa distinción social. Eso nuevamente lleva a una de las grandes críticas al cosmopolitismo que se manifiesta en las novelas a través de sus personajes: produce alienación. No es gratuito, por eso, que Luis Glow termine sufriendo de locura, es decir, de una alienación patológica. En ese sentido, el delirio que sufre al final de la novela es muy elocuente:

Durante un momento, él probó todos los goces del amor y de la vanidad satisfecha, viéndose dueño de la criatura más hermosa que habían contemplado sus ojos. Pero de pronto vio que los brazos que lo estrechaban transformándose en asquerosas patas provistas de largas uñas en sus extremos. Y el seno palpitante se transformaba también, y echaba pelos, pelos gruesos, largos, cerdosos, que pinchaban como las púas de un erizo. Y cuando quiso huir, arrancarse a la fuerza que lo retenía, fue en vano. . . . Y él, debatiéndose en el horror de una agonía espantosa, ¡loco, loco para siempre! oyó estas tres palabras que salían roncamente por la boca del monstruo:

—Soy la Bolsa. (304)

Esta alucinación con que termine la novela y que sella definitivamente el ingreso de Glow a los laberintos de la locura es, sin embargo, una metáfora bastante racional con respecto al modo en que los textos de Martel y Ocantos representan a la Bolsa: un monstruo disfrazado de beldad que ofrece todos los placeres que una fortuna puede otorgar, pero que finalmente descubre su faz atroz, que es la del agio, la especulación, la falsa prosperidad y, por supuesto, la ruina material y moral de quienes incautamente se dejaron engañar por la pírrica riqueza, y que no tuvieron la entereza moral de atenerse los viejos valores del trabajo arduo y honrado para conseguir una prosperidad sólida²⁴.

²⁴ En ese sentido, Luis Glow comienza en el camino adecuado —desde la moral de la novela— para adquirir prestigio y solvencia económica antes de caer en el juego de la Bolsa: “[Glow] había empezado a luchar en esa vida oscura y abnegada del estudiante pobre y desconocido que se prepara en la sombra para salir a la luz, que suele ser la de la gloria” (85). Más tarde, se deja atrapar por la gloria pírrica que le ofrece la Bolsa y termina sumergido en la oscuridad de la locura.

En *Quilito*, el personaje de Mr. Robert tiene también una alucinación ominosa con respecto a la Bolsa. Sin embargo, a diferencia de Glow y de Quilito, él no cayó en la trampa; fue uno de los pocos que, gracias a su experiencia, su sabiduría y su moral intachable supo resistir a la tentación que era involucrarse en la Bolsa. En ese sentido, su delirio, que se produce al ver el edificio de la Bolsa mientras espera el tranvía, es más bien una visión profética que comienza de la siguiente manera: “Ahí estaba, en la actitud de fiera que reposa, bien nutrida de vidas y de honras; los lamentos de las víctimas no se oían, pero quizá, aplicando el oído, se escuchara la voz doliente de los desgraciados, que loca ambición sacrificara” (48). Tras presentar una serie de imágenes horribles de gente que le ofrece a la Bolsa hasta su honor como si esta fuera un dios al cual otorgarle sacrificios, concluye su visión así: “Más he aquí, que se oye un gran estruendo y la fortaleza se derrumba, *falta de cimientos*, arrastrando a los que subieron con alas y al que subió paso a paso. ¡Y en el campo de la catástrofe, *la fiera escarba y se ceba!*” (49; mi énfasis). Al igual que en la cita de la novela de Martel, la Bolsa también es presentada aquí de manera bestial, pero se hace énfasis en su principal problema: la falta de cimientos, es decir, la falta de solidez para generar riqueza. Y se subraya también que el derrumbe aplasta no solo a los que cayeron en la tentación de obtener una fortuna fácil y rápida a través del juego bursátil (“los que subieron con alas”), sino también a los que no (“el que subió paso a paso”). Esto agrava la tragedia, pues la Bolsa termina siendo terriblemente perjudicial incluso para quienes no se dejaron seducir por ella. El impacto social que genera es, pues, devastador.

Otro grave problema social —desde el punto de vista conservador de las novelas— que implica la Bolsa es que, dado el prestigio que confiere participar en ella y a la riqueza rápida y fácil que promete, atrae a “los advenedizos devorados por la ambición que llegan hasta a falsificar documentos firmados a usureros, y aves de presa que empiezan a pulular al calor de la situación” (“El naturalismo” 526). El narrador de la novela de Martel lo dice claramente: “Y, sin embargo, allí [en la Bolsa] estaba la flor y nata de la sociedad de Buenos Aires, mezclada, eso sí, con la escoria disimulada del advenedicismo de moda” (15). Por eso, creo que es posible plantear que la Bolsa se convierte, según las novelas, un medio perfecto para medrar, como dice el personaje de Agapo en Quilito: “Hoy, *para medrar*, no hay más que meterse con el Gobierno... o en la Bolsa” (35; mi énfasis).

Este arribismo social que se pone de moda trae consecuencias que las novelas denuncian claramente. En primer lugar, como dice Niemeyer, “[I]os arribistas no se proponen el ascenso por medio del trabajo ‘honrado’ y paciente o de estudios académicos, sino a través de la vida moderna de los negocios. Enriquecerse rápidamente se les presenta como la misión de la hora. . . Ante todo la Bolsa atrae arribistas” (126 – 127). Este es un atentado contra el valor tradicional del trabajo arduo para conseguir una posición económica beneficiosa, pero también es una afrenta contra las diferencias sociales; es decir, el arribismo genera un grupo de “nuevos ricos” que se mezclan los “viejos ricos” que, desde la perspectiva de las novelas, son quienes realmente merecen la distinción social, pues esta no la ganaron en el juego bursátil o de alguna otra forma

espontánea y muy cuestionable desde un punto de vista moral e incluso legal. El siguiente pasaje de *La Bolsa* es muy ilustrativo al respecto:

Allá van nuestros héroes todos, envueltos en el torbellino que confunde la carroza de la mujer pública con el majestuoso landó de la familia respetable y el ligero vehículo del tinterillo ensoberbecido, a quien quizás aguarda la cárcel al término de su carrera vertiginosa, con el potro altivo del joven galanteador que está rico sin saber cómo, porque la lluvia de maná alcanza para todo el mundo. (172 – 173)

Los arribistas son presentados como peligrosos no solo porque se confunden con quienes son los verdaderos merecedores del prestigio social, la élite tradicional, sino también porque son una mala influencia en estos: “Opportunists were joining established landowning families infusing with mercantilism the practices and culture of the elite” (Salvatore 32). De manera que la clase dirigente no solo está alienada por el cosmopolitismo, sino también por los arribistas. Desde la perspectiva conservadora de las novelas, esto es muy peligroso, pues una élite corrompida, como de hecho lo está en las novelas, supone una corrupción que se extiende a la dirección del país y a sus instituciones. El gobierno de Juárez Celman, bajo el cual ocurrió el crac, es el ejemplo perfecto de esto.

En *La Bolsa*, se retrata una discusión entre Luis Glow y su esposa, Margarita, que ilustra muy bien esta crisis de valores que la novela denuncia. Ella le propone, como medida para salvaguardar su patrimonio después del derrumbe de la Bolsa, que ponga las propiedades a su nombre y así los acreedores no puedan hacerse de ellas. Glow responde airadamente y argumenta que su palabra es su mayor patrimonio y la fuente de su honor.

Ella desdeña esta idea como anticuada y, entre otros argumentos, le dice el siguiente:

“Me he convencido de que el mundo solo rinde homenaje al dinero, venga de donde viniera... La pobreza más honrada le inspira desprecio, o cuando mucho, lástima, aunque hipócritamente finja respetarla” (190). Luego, agrega: “Fíjate, en cambio, en cualquiera de esos pobres hombres honrados cuya estricta honorabilidad nunca les ha permitido salir de su posición humilde... (citó varios nombres). ¿Quién se acuerda de ellos?” (191).

Margarita es muy perspicaz y, a diferencia de su esposo, se ha dado cuenta de que los valores han cambiado. Ella es consciente de que la honradez, la palabra empeñada ya no son, como paradójicamente cree aún su esposo²⁵ (y Martel y Ocantos), admirados y aplaudidos por la sociedad; por el contrario, ahora el derroche ostensible, la demostración de poder adquisitivo son lo que confiere honor. Por eso, al final no importa la estafa, pues

²⁵ Se debe notar que, a pesar de todo este discurso, Luis Glow sí traiciona los valores en los que cree, pues acepta participar en dos estafas: la sobrevaloración de terrenos que le proponen sus socios y, tras el crac, en la trampa para que un caballo gane una carrera y así cobrar una gran ganancia producto de la apuesta. Ambos fraudes resultan nocivos para él, lo cual es completamente predecible dentro de la moral de la novela: él es un hombre esencialmente honesto, no un delincuente; por lo tanto, cuando pretende actuar como tal, los planes le salen mal. En contraste, sus socios y otros truhanes que aparecen en la novela escapan y sobre ellos no cae ningún castigo, pues ellos sí son criminales y es esperable que sean eficaces en el fraude y la evasión de la ley. Dicho de otro modo, de ellos se espera que actúen delincencialmente, como en efecto hacen. Glow, en cambio, no cumple su rol de hombre honesto al participar en la Bolsa y al aceptar los negocios turbios que le proponen. Por ello, es castigado con un final trágico.

Por todo esto, se puede concluir que Luis Glow comete un error de percepción trágico: cree que puede seguir practicando los valores que defiende con ahínco en un medio corrupto como el de la Bolsa. Cuando se da cuenta de la contrariedad, es demasiado tarde, pues ya está envuelto en la vorágine bursátil y los negocios sucios alrededor de ella. En ese sentido, llama la atención por qué se niega tan rotundamente a seguir el plan que le propone Margarita, que salvaría a su familia de la ruina material. Se puede inferir de su discurso que, finalmente, considera que para él es más importante dejarles como herencia no lo material (ha aprendido dolorosamente lo efímero de este cuando se obtiene de manera deshonesto), sino lo moral. Esta reivindicación final, aunque lo redime ante los lectores que se identifican con la moral que defiende la novela, no es suficiente para salvarse: sus faltas han sido muy graves y merece un castigo. Él es usado para mandar un mensaje muy claro a los lectores: aquellos honestos que traicionan los valores tradicionales y no buscan prestigio y fortuna a través del trabajo arduo tienen un final aciago.

la sociedad la olvida rápido y solo respeta la robustez pecuniaria que se demuestra a través del derroche ostensible:

Al principio, muchas murmuraciones... Que eres un tramposo, un indigno, un miserable; ¡la mar!... Ya sabes lo que son las habladurías en nuestro villorrio... Pero cuando te vean seguir viviendo en tu buena casa, paseándote en tu gran coche, frecuentando tu palco, ya verás como se irá apaciguando la tormenta, y con el tiempo, esa gran esponja que todo lo borra, serás objeto de iguales o mayores consideraciones que antes. (189)

Esta apreciación de Margarita va en sintonía con una idea importante que postula Veblen: “Puede decirse que la falta de escrúpulos, de conmiseración, de honestidad y de apego a la vida contribuye, dentro de ciertos límites, a fomentar el éxito del individuo en la cultura pecuniaria (155)”. En esa línea, también comenta que “[e]l ladrón o estafador que ha ganado una gran riqueza con sus delitos tiene mayores posibilidades que el raterillo de eludir el castigo riguroso de la ley” (92). Con todo esto, Margarita demuestra ser quien en realidad está al corriente de los tiempos y del cambio de valores²⁶. Hasta antes de este diálogo —confrontación, en realidad— con su esposo, pareciera que éste, que se deja llevar por la fiebre bursátil, es quien está a la vanguardia; sin embargo, después de esta conversación, queda claro que solamente logró comprender (mal) la nueva dinámica económica, mas no las implicancias sociales detrás de esta.

²⁶ Asimismo, ese egoísmo importado del que se queja Glow ella lo demuestra claramente al decirle que “¡Para ti la sociedad deberían formarla tu mujer y tus hijos, nada más que ellos!” (195). Esta visión es completamente compatible con el individualismo que está asociado al capitalismo.

Ahora bien, la Bolsa no debe verse únicamente como una institución independiente que sirve de medio rápido y fácil de obtener dinero y, por ende, distinción social, sino también como una extensión o un reflejo de la sociedad cosmopolita²⁷ —o pretendidamente cosmopolita— de Buenos Aires²⁸. Sobre esta, comenta lo siguiente el narrador de Martel: “allá va, como inmensa visión apocalíptica, una sociedad entera levantada en vilo por el agio y la especulación, celebrando la más escandalosa orgía de lujo que ha visto y verá Buenos Aires” (173). Es decir, se trata de una sociedad entregada al materialismo, a un consumo tan excesivo de lujos que llega ser una orgía, esto es, algo desbordado, lejano al valor de la austeridad, y un pecado capital; desde el punto de vista conservador de esta novela y la de *Ocantos*, todo esto, evidentemente, es sumamente condenable. En ese sentido, Lewald comenta que “[c]omo tal, la Bolsa constituía más que nada un agente catalítico, símbolo del auge, de la especulación y la rapacidad materialista

²⁷ Lewald explica lo siguiente sobre la relación Bolsa-sociedad:

Quiebras fraudulentas, suicidios, descensos a la última miseria desde los más altos niveles de riqueza fueron temas predilectos de la novela naturalista de la época —entre otras, *La Bolsa*, de Julián Martel, y *Quilito*, de Carlos María Ocantos—, precisamente porque era el espectáculo revelador de esa sociedad cuya ley parecía ser el ascenso social fundado en la rápida conquista de la fortuna. Siempre fue esta esperanza un rasgo de las sociedades de gran movilidad. Y la fortuna fue siempre voluble. Los halagados por el éxito podían ser al día siguiente los menospreciados por el fracaso. (“La Bolsa” 269; mi énfasis)

En efecto, la Bolsa es el síntoma de una sociedad obsesionada con adquirir fortuna de manera rápida; no es, como sugieren las novelas estudiadas, una fuente de contaminación moral, sino el lugar donde se condensa la obsesión de medro que recorre la sociedad.

²⁸ Algunos críticos, refiriéndose a esta época, hablan de la sociedad argentina en general cuando se refieren a la desesperación por obtener distinción social a través del consumo y la consecuente fiebre bursátil; otros, en cambio, circunscriben el fenómeno la sociedad bonaerense. Me inscribo en la línea de estos últimos, pues, como bien retratan las novelas, es innegable la influencia que tuvo en todo esto el cosmopolitismo, que va en relación con las grandes olas migratorias de fines del siglo XIX, cuyo mayor impacto ocurrió en la ciudad de Buenos Aires. Por ello, me parece más prudente y preciso hablar, para las novelas de esta época, de una sociedad bonaerense obnubilada por el proto consumismo y la especulación, que calificar del mismo modo a toda la sociedad argentina.

desenfrenada que se desarrolló holgadamente durante la década del 80 hasta llegar al crack bursátil en 1890” (“La Bolsa” 19). Estoy de acuerdo con esta interpretación, pues verdaderamente la Bolsa, si bien es presentada en las novelas muchas veces como un agente corruptor²⁹, un canto de sirena del mundo financiero, en realidad tuvo su auge gracias a que la sociedad se había dado de lleno al consumo desenfrenado y, por lo tanto, la oportunidad de enriquecerse fácilmente que prometía la Bolsa tuvo un caldo de cultivo excelente en Buenos Aires.

En *Quilito*, el narrador comenta que “todos los días hábiles, es tal la afluencia de gente en la Bolsa, que diríase ermita de santo milagroso en día de romería. Por ambas puertas, porque tiene dos entradas, y por eso es tan difícil de guardar, llegan, salen, se tropiezan, se codean los neófitos y los iniciados en el culto del sagrado becerro” (51)³⁰. Esta religiosidad planteada aquí con evidente ironía, que le rinde un culto realmente pagano a los dioses del dinero y del consumo, obviamente no se origina en la ermita o en el templo, sino fuera de este, en la sociedad. Que la Bolsa tenga esta connotación de lugar de culto es bastante elocuente: retrata a una sociedad obnubilada completamente por el materialismo y el consumo desmedido, que ha desplazado sus viejos dioses (sus viejos valores) por estos nuevos, que realmente se presentan como antivalores.

²⁹ Niemeyer sintetiza muy bien la corrupción dentro de la Bolsa: “Mas el ‘juego’ de la Bolsa es un negocio de poca confianza y honradez. Se trata de puras especulaciones, a menudo con valores ficticios y dineros, y reinan la estafa y la corrupción. . . En fin, en este ambiente se pierden pronto el sentido moral y los miramientos” (127). Ahora bien, se puede inferir que si no hay moral ni miramientos en la Bolsa es porque la sociedad misma ya los había perdido y, por lo tanto, permite —e incluso alienta— negocios sucios. *La Bolsa* y *Quilito* buscan revertir este daño moral, pero manteniendo en esencia la estructura capitalista.

³⁰ La metáfora del becerro de oro cumple dos funciones: presenta a la Bolsa como un ídolo falso y, al mismo tiempo, abona el discurso antisemita del contexto. Si bien en *Quilito* el antisemitismo no tiene una presencia marcada como en *La Bolsa*, sí existen algunas referencias sutiles (como esta) de las que se puede deducir un tinte antisemita, que era parte de un discurso generalizado en la época.

Viñas comenta que la capital de Argentina había sido retratada en 1840 por Echeverría, Mármol o Gutiérrez de modo femenino, como si fuera una madre, una hermana o una amante; dice que, en ese contexto, “[l]a ciudad es la Cautiva y hay que liberarla” (209). Sin embargo, esto cambia cinco décadas más tarde: “En 1890 Buenos Aires sigue siendo mujer, pero convertida en una puta” (209). Esta metáfora de Viñas sintetiza muy bien la imagen de la sociedad bonaerense que hacen las novelas: por un lado, manifiesta el espíritu comercial que se había apoderado de ella y, por otro, la carga peyorativa, denigratoria que esta nueva devoción hacia el materialismo y el consumo desproporcionado generan en quienes ven con ojos críticos los cambios sociales de la época. Viñas comenta también que “[n]adie se margina al ritmo común y nadie se salva de la perdición general: ese vértigo los ha trastornado a todos y la ciudad entera termina ‘mareada por la fiebre’ de la especulación, complicándose cada vez ‘en la borrachera general de los negocios’, corrompida y condenada” (209). Esta cita es importante porque en las novelas estudiadas existe la idea de que los cambios sociales y la consecuente pérdida de los valores tradicionales ocurren porque la sociedad ha sido víctima de una epidemia —es una sociedad enferma, febril, delirante— que la llevó, como dice, Viñas a la corrupción y a la condena. Pero lo más importante de la noción de la sociedad enferma es que supone la posibilidad de una recuperación, algo con lo que las novelas pretenden colaborar.

La calificación de “puta” que le da Viñas a Buenos Aires también es significativa porque la promiscuidad es una de las características con las que se describe a la Bolsa. Así, al representarla, el narrador de novela de Martel dice lo siguiente:

Promiscuidad de tipos y promiscuidad de idiomas. Aquí los sonidos ásperos como escupitajos del alemán, mezclándose impíamente a las dulces notas de la lengua italiana; allí los acentos viriles del inglés haciendo dúo con los chisporroteos maliciosos de la terminología criolla; del otro lado las monerías y suavidades del francés, respondiendo al ceceo susurrante de la rancia pronunciación española. (12 – 13)

Este retrato de la Bolsa podría perfectamente ser también uno de la sociedad bonaerense, pues, como se vio al inicio de esta sección, para fines del siglo XIX el influjo inmigratorio hacia Argentina y, particularmente, Buenos Aires, había sido masivo³¹. Se puede afirmar, entonces, que hay una conexión entre la Bolsa y la sociedad porteña que no solo está dada por el hecho de que la primera sirva para saciar la creciente necesidad de dinero que permite un derroche ostensible que otorga distinción social, sino también por la migración. La Bolsa es, en ese sentido, es un microcosmos de la sociedad.

La siguiente cita de *La Bolsa* también es muy clara en cuanto a la relación sociedad-Bolsa: “El corazón de las corrientes humanas que circulaban por las calles centrales como circula la sangre en las venas era la Bolsa de Comercio. A lo largo de la cuadra de la Bolsa y en la línea que la lluvia dejaba en seco, se veían esos parásitos de nuestra riqueza que la inmigración trae a nuestras playas desde las comarcas más remotas

³¹ Morales brinda las siguientes cifras con respecto a la inmigración hacia Argentina que permiten este adjetivo:

Entre 1857 y 1900 Argentina recibió unos 2.000.000 de inmigrantes, de los cuales la mitad permaneció en el país. De 1869 a 1895 el número de habitantes extranjeros se multiplicó por cinco, representando una cuarta parte de la población total. Particularmente en Buenos Aires residen más forasteros que nativos. . . . Adolfo Mitre, refiriéndose a la época retratada de la novela de Martel, concreta la cifra de 300.000 para hablar de los inmigrantes llegados en el año 1889. (54)

(7). La Bolsa es, pues, presentada como un elemento vital de la sociedad, parte esencial de ella (está en sus vísceras, podría decirse siguiendo la metáfora de Martel), pues le da vida como el corazón al cuerpo humano. Pero, por supuesto, se trata, desde la perspectiva de las novelas, de una vida errada, pecaminosa, enferma. Y está así, desde la visión conservadora de los textos, en gran parte por culpa de esos inmigrantes que están junto a (y dentro de) la Bolsa.

En suma, el contexto socioeconómico de Buenos Aires a fines del siglo XIX en el que era indispensable obtener distinción social a través del derroche ostensible propició que la Bolsa tuviera tanto éxito, es decir, tantos individuos que, cual becerro de oro, le rindieran culto invirtiendo en ella todo su capital (el propio y el adquirido por deudas impagables). Por ello, al analizarla, es importante considerarla una extensión de la sociedad y no únicamente como una institución aislada.

1.2. Estrategias de desplazamiento de la culpa de la crisis

Lewald comenta lo siguiente con respecto al contexto de las novelas del ciclo de la Bolsa y la posición crítica de los escritores:

La Argentina, y en particular Buenos Aires, esa cabeza de Goliat, se encontraba firmemente ligada a la dudosa moralidad de un sistema de capitalismo absoluto dentro del Mundo Occidental, y consecuentemente a su símbolo máximo: la Bolsa. El escritor argentino se sitúa dentro de la corriente intelectual de su época, analiza y *censura las prácticas de un tipo de capitalismo que dejaba tanta margen para lo fraudulento e inmoral*. (“La Bolsa” 21; mi énfasis)

Esta cita trae a colación un aspecto esencial para comprender bien las novelas estudiadas: ellas critican una práctica capitalista (la especulación) y sus consecuencias (inicio del consumismo, alienación, pérdida de valores), pero no al capitalismo en general. En efecto, no se trata, pese a las severas críticas, de novelas que pretendan una revolución³² o un cambio radical de sistema económico. Lo que quieren, más bien, es proteger al sistema³³ de los elementos que se consideran perniciosos y que, desde su óptica, de persistir podrían terminar por arruinarlo. Dentro de este grupo de peligros está, en primer lugar, la especulación, que es el más grave, puesto que supone la posibilidad de perder el capital, es decir, el insumo básico en la sociedad capitalista. Le siguen los otros males ya comentados: el proto consumismo, la alienación por las modas extranjeras, la falta de patriotismo, el egoísmo, etc. Se podría sintetizar que las novelas buscan un capitalismo sin cosmopolitismo o adaptar el capitalismo con los viejos valores que se defienden. Por

³² Producto de la Crisis de 1890, en julio de ese mismo año se produjo la Revolución de 1890, también llamada Revolución del Parque, que, aunque no fue exitosa, sí logró la renuncia del presidente Miguel Juárez Celman, a cuyo gobierno se responsabiliza por la crisis. Tanto *La Bolsa* como *Quilito* abundan en referencias a la corrupción política de la administración de Juárez Celman; sin embargo, ninguna de estas novelas hace referencia a la Revolución. Se puede inferir que esto se debe al carácter conservador de los textos, que, a pesar de condenar al gobierno de Juárez Celman, tampoco ven con buenos ojos una revolución cuyas consecuencias son difíciles de prever. Las novelas abogan, más bien, por una vuelta a la tradición, a los viejos valores que, justamente, las revoluciones suelen subvertir.

³³ Esto conlleva, como comenta Beckman, a que se configure una estrategia narrativa que busca quitar el peso de la culpa del crac al sistema capitalista y depositarla en otro lado (ella argumenta que la novela propone “racial and sexual imbalances internal to the Argentine nation” [20] como causa de la crisis). La consecuencia de esta operación es que se genera una paradoja: “it [la estrategia narrativa] simultaneously condemns the financial realm, while at the same time working to restore belief in the integrity of the global financial system that produced the crisis in the first place” (20). Considero que no se trata de una contradicción, sino la creencia de que el sistema financiero puede mantenerse si se le despoja de los elementos que las novelas consideran perniciosos. En otras palabras, para Martel y Ocantos no es el sistema económico el que genera la crisis, sino algunos elementos que, de repararse, podrían hacer que funcione bien y, sobre todo, sea compatible con el sistema de valores conservador que defienden.

supuesto, visto en retrospectiva todo esto resulta ingenuo y quimérico, pero este es claramente el esfuerzo de las novelas que son esencialmente conservadoras.

Para lograr conservar el capitalismo y despojarlo al mismo tiempo de los elementos asociados a este que se consideran dañinos, tanto *La Bolsa* como *Quilito* recurren, desde mi perspectiva, a tres estrategias. En primer lugar, se presenta al desenfreno bursátil como una enfermedad infecciosa que ha generado una epidemia³⁴. La metáfora de la enfermedad infecciosa ofrece, por un lado, la ventaja de que presenta al mal como curable y pasajero a pesar de todos los estragos y víctimas que genera; no es un cáncer terminal para el cual ya no hay remedio. En otras palabras, hay una enfermedad en el sistema, pero esta no es mortal y, además, es traída por un elemento foráneo, no se trata de un mal orgánico. Por otro lado, esta metáfora ofrece una excusa para el comportamiento errático de la sociedad³⁵: no es que esta sea intrínsecamente mala, sino

³⁴ De esta manera, de acuerdo con Salvatore, “a healthy economy (based upon production, investment, and productive consumption) had been replaced in those years by a sick one, governed by gambling and speculation” (30). En realidad, no se trata de dos economías —una capitalista y otra no—, sino de una sola economía que, según las novelas, ciertamente está enferma, pero no de modo irremediable, sino de una infección curable.

³⁵ Al tratar de justificar la crisis económica y moral alrededor de la especulación bursátil, Quesada utiliza también la metáfora de la enfermedad infecciosa como una manera de exonerar a la sociedad de su culpa: “La fiebre se apoderó de todos: subía de grados por día y eran impotentes a dominarla las más fuertes dosis de quinina” (71 – 72). Luego, al hacer un recuento de la diseminación de la enfermedad, dice que “Pronto el contagio se vuelve general: de todas las capas sociales corre la gente al recinto de la Bolsa, embriagados los oídos por el dulce sonido del oro, deslumbrada la vista por el el oropel de las fortunas mágicamente ganadas en un toque de campana” (129). Esta cita es importante porque demuestra que la metáfora de la enfermedad no solo es usada por los novelistas, sino que es una excusa difundida en la sociedad. Esto tiene mucho sentido, ya que la posiciona como una víctima. Y si se añade a esto el antisemitismo, entonces se trata de una sociedad víctima de una conspiración judía que la busca corromper.

Quesada ensaya también otra excusa: “Se ve, pues, que no es solo la Argentina el país de las locuras, y que el ataque de fiebre que acaba de sufrir no es sin precedentes en el mundo” (41). Es decir, otras sociedades también han sido víctimas de la misma enfermedad, no se trata de un mal endémico ni mucho menos de una falla en el carácter. De aquí se desprende, además, que si otras sociedades también sucumbieron y luego se recuperaron sin necesidad de un cambio radical en su sistema económico, lo mismo puede ocurrir en Argentina.

que ha sufrido un contagio del que puede curarse. Ciertamente, los protagonistas de las novelas de Martel y de Ocantos tienen finales trágicos (el primero enloquece y el segundo se suicida), pero esto es porque justamente lo que se quiere mostrar son las consecuencias funestas a las que puede llevar el contagio para que, en el futuro, se tomen las precauciones necesarias para que no ocurra.

Salvatore comenta lo siguiente con respecto a todo esto: “*Infected with the speculative fever*, people were selling and buying almost everything (stocks, bonds, real estate, votes, and consciences) on the expectation of making rapid and easy gains” (32; mi énfasis). En ese sentido, las novelas se posicionan como una suerte de crónica detallada de la epidemia y, al mismo tiempo, son un documento que, al exponer lo traumática y perniciosa para la moral y la economía nacional que ésta resultó, se configuran como un antídoto o vacuna para que no vuelva a ocurrir.

En segundo lugar, se despliega un discurso xenófobo con un énfasis muy fuerte en el antisemitismo (sobre todo *La Bolsa*), que llega incluso a plantear teorías conspirativas y la falacia de que el capital judío es culpable del crac bursátil. Esta estrategia permite, primero, enfatizar que el sistema capitalista no es intrínsecamente malo, sino que ha sido pervertido por elementos externos que pretenden desestabilizarlo. Segundo, este discurso sirve para encontrar un culpable concreto del toda la crisis (un chivo expiatorio) y, al mismo tiempo, abonar la desconfianza por lo foráneo y abogar por un regreso a los valores nacionales.

En tercer lugar, se muestra con detalle la corrupción política (especialmente *Quilito*). Esta estrategia sirve para brindar otro argumento a favor de que el capitalismo

no es esencialmente nocivo: son aquellos, los egoístas y los antipatriotas, quienes desde el poder permiten el agio, la especulación y demás vicios los que pervierten al sistema con tal de beneficiarse. Está implícita la idea de que cambiando a los malos políticos el sistema puede funcionar bien. Dicho de otro modo, el sistema económico capitalista no es esencialmente corrupto, sino que son los malos políticos y administradores quienes lo corrompen.

En *La Bolsa*, el narrador comenta cómo el doctor Glow deja su prometedora profesión de abogado para dedicarse al lucrativo, aunque engañoso, negocio de la especulación bursátil. Sin embargo, no es solo él quien se deja llevar —o, en términos de la novela, contagiar— por la falsa prosperidad, sino que se trata de una fiebre colectiva. Así, por ejemplo, en al describir el edificio donde queda la oficina de Glow, el narrador comenta lo siguiente: “Era un desfile continuo, un incesante ir y venir de gente de toda calaña, que corría de acá para allá, entrando a los escritorios, subiendo y bajando a saltos las escaleras, agitada, bullente, febril, empujada por esa impaciencia que acosa al hombre cuando va en pos de la engañosa fortuna” (41). La metáfora de la enfermedad infecciosa tiene como principal síntoma la fiebre, lo cual no es gratuito: esta implica un estado de delirio, de desconexión con la realidad que explica por qué tanta gente cometió la imprudencia de invertir todo su capital en la Bolsa y luego endeudarse con sumas astronómicas con tal de seguir invirtiendo. En la misma línea va la siguiente reflexión del personaje de Esteven en Quilito:

Hay cosas que no se explican; viene porque sí, cuando menos se piensa, de la manera más imprevista. La fiebre de los negocios dominando al país entero; la

alucinación de las ganancias fabulosas, que no era más que un síntoma de la misma enfermedad; a ciegas, en el laberinto de la especulación, la tierra pronto falta a los pies, no se pisa seguro, no se sabe por dónde se anda... (97)

Esta reflexión del personaje sintetiza muy bien la metáfora de la enfermedad infecciosa: se trata de un mal inexplicable, que llega de pronto y que genera una fiebre que causa alucinaciones. Pero más allá de esta descripción del mal, lo importante es que existe un reconocimiento de este, es decir, una vez llegada la crisis, los personajes se dan cuenta de que fueron víctimas de una infección cuyas consecuencias empiezan a padecer. Esto es muy importante para las novelas, pues ellas tienen un propósito didáctico que implica mostrar la enfermedad junto con sus peligrosos efectos y secuelas para así prevenir a los lectores (en ese sentido, siguiendo con la metáfora médica, se puede decir que pretenden ser una suerte de vacuna que prevenga futuras infecciones) y, de paso, dar una justificación conveniente a la crisis.

Ambas novelas ilustran los casos individuales de dos personajes cuyas vidas son destruidas por la infección: el doctor Luis Glow y Quilito. Se trata de individuos esencialmente buenos, es decir, que no actúan motivados por un fin perverso o por mero egoísmo; simplemente se trata de personas que se contaminaron, que sucumbieron ante la epidemia que azota la sociedad. En *La Bolsa*, por ejemplo, el narrador dice lo siguiente del doctor Glow: “El doctor estaba dotado de los sentimientos más puros, y era refractario a todo lo que saliera del terreno legal, abierto a las ideas honradas y generosas; pero el medio ambiente en que respiraba había influido lastimosamente en él” (62). También comenta que “[ya] hemos visto con qué facilidad cayó en el garlito, fenómeno

que se explica fácilmente, porque el pobre doctor estaba mareado por la fiebre de los negocios” (103) y que “allá va el buen doctor, como representación viva de la especulación irresponsable, de la fiebre de los negocios turbios, producida por el mareo general, por la influencia del medio ambiente” (168). Por su parte, en *Quilito*, el personaje de Mr. Robert le dice a la tía Casilda que Quilito “tiene todos los síntomas de la peste actual, señora. . . . A su sobrino de usted se lo advertí que tuviera cuidado con el contagio” (137). Hacia el final de la novela, poco antes de suicidarse, demostrando que tiene una buena consciencia, Quilito reconoce que cometió un error al no seguir el camino del trabajo duro: “tan feliz que podía haber sido, y no he podido serlo, a causa de esta tendencia maldita, que lo reconozco, me lleva por otro camino que el del trabajo, que, forzosamente, fatalmente, estamos obligados todos a seguir” (145).

Todas estas citas llevan a concluir que los personajes son, básicamente, víctimas. Esto, a su vez, lleva a un cuestionamiento: ¿por qué si son víctimas del ambiente contaminado y son esencialmente buenas personas que reconocen sus errores, su final es trágico, es decir, no tienen la oportunidad de redimirse? Considero que, como parte de la estrategia para lograr un fin didáctico, las novelas presentan a estos personajes sin mayores cuestionamientos morales para advertir que incluso las personas más intachables son susceptibles al contagio y a un fin trágico. Al mismo tiempo, si bien son víctimas de un contexto corrupto, también tienen parte de culpa: ellos, como buenas personas, debieron tener la entereza moral de resistir o, siguiendo la metáfora de la enfermedad contagiosa, debieron protegerse mejor y ser un ejemplo de prudencia y de buenas

costumbres. En ese sentido, las novelas lanzan también una advertencia: si los buenos, los que deben dar el ejemplo en la sociedad no se comportan como tales, merecen un castigo.

Niemeyer sintetiza de la siguiente manera el devenir de Luis Glow y de Quilito: Los protagonistas, de carácter nada ‘malo’ en sí, se han dejado seducir por las promesas y el brillo de la vida moderna, y cifran su proyecto vital en el rápido ascenso social a través del éxito en las especulaciones bursátiles. . . por medio de negocios no siempre muy limpios. Pero los protagonistas han invertido demasiado en ese juego de la Bolsa, de modo que en el *crack* pierden todo: sus bienes, su rango social, los amigos y hasta el nombre honrado. Ante esta situación se vuelven locos o se suicidan. . . . El suicidio o la locura con la cual los protagonistas reaccionan frente al derribo de sus esperanzas se debe a esa experiencia y, aún más, al reconocimiento de su falta de fuerzas interiores para afrontar la situación y abandonar los ‘falsos’ ideales de la vida moderna. (130)

Lo que dice esta autora es una lectura, a mi juicio correcta, de lo que ocurre en las novelas cuando se las interpreta más allá de la metáfora de la enfermedad; es decir, en efecto, Luis Glow y Quilito se dejan llevar por las falsas promesas de la Bolsa y cuando descubren que fueron débiles, que no tuvieron entereza moral, no les queda más remedio que la aniquilación de su ser, ya sea a través del suicidio o de la alienación que supone la locura. Sin embargo, las novelas complejizan todo esto al filtrarlo estratégicamente a través de la metáfora de la enfermedad. Esta permite dar la idea de que una recuperación es posible y brindar una justificación ante una conducta social errática, pero también vuelve más seria la moraleja: dejarse llevar por el afán de una riqueza inmediata que no

está mediada por el valor tradicional del trabajo arduo es tan grave como una epidemia y tiene consecuencias igualmente funestas.

Es importante precisar que, si bien el peligro de contagio es para toda la población³⁶, son los jóvenes los más vulnerables a sucumbir. Esto resulta lógico: inmersos en una dinámica donde la distinción social es muy importante, la Bolsa les ofrece la posibilidad de enriquecerse rápidamente y así poder llevar a cabo el derroche ostensible necesario para ser bien ponderados en la sociedad. Por supuesto, desde la óptica conservadora de las novelas esto resulta muy peligroso, puesto que los jóvenes representan el futuro de la patria y si desdeñan el valor tradicional del trabajo arduo y se dejan llevar por la engañosa prosperidad que otorga la Bolsa, entonces el porvenir nacional está seriamente comprometido. Por eso, las novelas de Martel y Ocantos se encargan de criticar severamente a la juventud y así llamarle la atención sobre lo errático y peligroso de su conducta. En *La Bolsa*, por ejemplo, se dice lo siguiente sobre un personaje joven:

³⁶ En *Quilito*, el personaje de don Raimundo Portas, el prestamista portugués, sintetiza muy bien el interés generalizado por participar en la Bolsa que había en la sociedad:

Pero, señor, si aquí todos estamos locos o poco menos; la pasión del juego de la Bolsa se ha desarrollado en forma tan alarmante, que hasta mi señora, Belarmina, una excelente mujer que no ha hecho otra cosa en su vida que espumar el cocido y pegarme los botones, ha echado también su cuarto a espadas, y hoy mi cocinera me ha preguntado, con mucho interés, si las cédulas tales subían o bajaban. Mi hijo, que tiene ocho años, me ha declarado que él será corredor de Bolsa, para ganar mucho, mucho dinero, cuando salga del colegio. . . En fin, sería el cuento de nunca acabar: el sebo de una fácil ganancia ha engatusado a muchos, y con el afán de lucro se han metido a ojos cerrados en el pantano, y ya han perdido pie y empiezan a hundirse; el liquidar de cuentas será un rechinar de dientes. (43)

A pesar de la “locura” generalizada, tanto en esta novela como en *La Bolsa*, se presentan personajes que, como Raimundo Portas, son capaces de darse cuenta del “engaño”. De esta manera, las novelas proponen que, aunque el contagio sea feroz y generalizado, siempre es posible reflexionar y darse cuenta del peligro. Esta es la única manera de salvarse del descalabro económico y moral.

Pertenecía Riffi a aquella juventud que la Bolsa levantó como una espuma en el periodo de su apogeo, salpicando con ella las mesas de las *rotisseries*, las carpetas de los clubs, los lechos de las cortesanas, los paseos públicos, los teatros; juventud enriquecida en un día, que ocupaba el primer puesto en todas partes, desterrando de los salones el ingenio y la chispa verdadera, y eclipsando al mérito real con sus fastuosidades insolentes. (46)

Evidentemente, el “mérito real” es el trabajo arduo y una vida seria, discreta, no ostentosa, que la juventud desprecia en pro de una existencia frívola donde el único valor es la obtención rápida de riqueza para lograr distinción social. El problema de esta cosmovisión, además de que supone la ruina moral y material en el mediano y el largo plazo, es que supone una visión nihilista de la vida que resulta autodestructiva, como se ve claramente en el siguiente pasaje de *Quilito*:

Porque él [Quilito] jugaba en la Bolsa, sí, señor, convencido de que la carrera de abogado no le sacaría nunca de pobre, y de que, después de mucho romperse la cabeza, alcanzaría un título, que no sirve de otra cosa, que para adorno del apellido, y se vería obligado a mendigar un empleo, que no conseguiría sino a fuerza de hacer antesala a mucho tipo con influencia y sin educación, y de gastar saliva y paciencia. Él tenía que ser rico, abrigaba el firme propósito de serlo y lo sería. Y del modo más fácil, sin matarse trabajando, ni vaciándose el cerebro; sin que sufran ni los brazos ni los sesos; juego a la alza, sube el oro, gano; juego a la baja, baja el oro, gano. Y se necesita ser muy torpe y muy desgraciado, para que

sucediera lo contrario. *Si la suerte lo favorecía, bueno; si no... se pegaba un tiro.*

Tan cierto, como ahora es de noche. (10; mi énfasis)

Si bien esta descripción es para el personaje de Quilito, ciertamente es posible extrapolarla a todos los jóvenes que son sus contemporáneos y que, como él, no le encuentran sentido a hacer una carrera larga, esforzarse durante varios años por lograr distinción social, pues ven en la Bolsa la oportunidad de una riqueza inmediata. Pero como se trata de una apuesta bastante arriesgada, de un juego de todo o nada, la propia vida pierde valor, ya que su único fin es tener éxito pecuniario. De allí que si los planes salen mal, la única salida sea la muerte: cambiaron la seguridad que otorga el estudio y el trabajo arduos por una apuesta sumamente arriesgada que, de no salir bien (como, de hecho, no sale) los deja sin ninguna estabilidad en el futuro. Sus vidas, pues, se deshonran, pierden valor y sentido como las acciones que bajan de precio en la Bolsa hasta llevar a la quiebra a quienes apostaron por ellas.

Se debe precisar que la crítica también está enfilada hacia los padres, quienes consienten la conducta irresponsable de sus hijos. En *La Bolsa*, por ejemplo, el narrador describe la siguiente escena:

Según podía deducirse de lo que hablaban, todos, o casi todos, eran bolsistas, y parecían estar muy al corriente de cuanto teje y maneje hay en la Bolsa.

Seguramente no tenía más de quince años el que daba consejos a los demás sobre lo que convenía hacer en caso de que el oro subiese o bajase, y cuáles eran los medios eficaces para salvar las situaciones apuradas. Otro, mayor que él, decía

que estaba seriamente comprometido por haberse encaprichado en comprar unos títulos a plazo.

—Papá me arreglará la deuda si pierdo.

Y todos, a una, se rieron del viejo, y de la gracia que tenía la travesura. (155)

Ciertamente, las novelas critican enfáticamente que la juventud se haya dejado seducir (contaminar, en verdad) por la especulación y la haya asumido como modo de vida en detrimento del trabajo honrado y arduo, pero también reprochan la ligereza con que esta conducta aparentemente es tomada por los padres. Para muchos de ellos, lo que hacen sus hijos se trata de una “travesura” que consienten sin darse cuenta de las graves consecuencias sociales, morales y generacionales que traerá su indulgencia. Desde el punto de vista de las novelas, gracias a esta excesiva permisividad de los adultos, la generación joven está perdida, pues su adicción a la riqueza y a los placeres fáciles la ha envejecido prematuramente: “La inteligencia de la juventud se esteriliza en el exceso de placeres. Viejo a los veinte años, lleva el joven en su fisonomía la señales indelebles del vicio o de la envidia” (155).

En suma, los padres son los grandes responsables del desastre, pues no fueron capaces de corregir a sus hijos y enseñarles la lección con la que termina *Quilito*:

Decía el uno: Que tu caballo sea el trabajo y tu espada la perseverancia; mas, si quieres vencer en la contienda, no dejes caer en tierra el escudo de la prudencia.

Y el otro: La mejor lotería es el ahorro, no el que amontona por vicio, sino el que guarda por previsión. (159)

Esta moraleja resume muy bien el mensaje que pretenden transmitir las obras de Martel y de Ocantos: lo sabio, lo prudente es ceñirse al trabajo duro y no dilapidar el capital, sino, por el contrario, acumularlo, ahorrarlo. Esta visión, por supuesto, se opone a la lógica del capitalismo contemporáneo que las novelas prevén donde prima la sociedad de consumo, en la cual el gasto constante es necesario. Los textos pretenden de modo bastante cándido encajar al capitalismo con el valor tradicional del trabajo arduo y el ahorro sin entender que éste está entrando en una nueva fase donde, más bien, el despilfarro es parte de su dinámica.

En *La Bolsa*, el discurso anti inmigratorio se establece desde el inicio: “Es cierto que la inmigración en general nos reporta grandes beneficios, pero también lo es que todo lo que no tiene cabida en el viejo mundo, viene a guarecerse y medrar entre nosotros” (31). Sin embargo, rápidamente esta crítica general se vuelve específicamente antisemita, como se ve en la siguiente descripción de un prestamista de origen judío:

No ignoraba el doctor que aquel semita era un enviado de Rothschild, el banquero inglés, que lo había mandado a Buenos Aires para que operase en el oro y ejerciese presión sobre la plaza. Lo que el doctor no sabía era que Mackser tenía la consigna de acaparar, de monopolizar, con ayuda de un fuerte sindicato judío, a cuyo frente estaba él, las principales fuentes productoras del país” (35)

Se crea así una suerte de teoría de la conspiración en torno a que la crisis bursátil —y, por añadidura, la moral— es producto de un plan judío para conquistar (y corromper) el mundo. A pesar de lo absurda y falsa que resulta esta tesis desde un punto de vista histórico, logra un cometido importante: “Los ‘culpables’ están establecidos: se los ha

encontrado ya sea porque estaban en el ambiente, ya porque el argumento sirve para escamotear un análisis más concreto de responsabilidades actuales” (“El naturalismo” 523). Y, de este modo, se concluye que “los agentes corruptores, los que fríamente traman apoderarse del país y destruir a sus hombres y, especialmente, su sentido moral: son los judíos y en ellos se detiene la mirada profunda, sagaz; hay una esencia en ellos a que debe remitirse toda comprensión del fenómeno” (“El naturalismo” 522).

Más allá de si Martel (y, en menor medida, Ocantos) creía en este discurso, lo importante es que, en su narrativa, estratégicamente se culpa a los judíos de la crisis, con lo cual, como explica Beckman, se establece una distinción entre un capital corrupto y otro no corrupto que sí sería capaz de crear una verdadera prosperidad: “the illusion cultivated by *La Bolsa* [is] that foreign capital, as long as it is the good, productive, ‘British’ kind, can continue to offer Argentina opportunities for stable, lasting growth” (33)³⁷. Entonces,

³⁷ Se establece una dicotomía entre capital británico “bueno” y capital judío “malo” que “seeks to preserve a fantasy of British investment capital as productive and stable in contradistinction with an unstable, mobile, and parasitic ‘Jewish’ kind” (Beckman 32). Esto, por supuesto, supone una reescritura de la historia que no tiene sentido si se le contrasta con los hechos reales que desencadenaron la crisis: “The identification with Britain as model for ‘honorable’ and productive investment is, of course, totally irrational, given the fact that British loans—and the speculative behaviors of Argentine creole and British speculators—had sparked the bubble in the first place” (Beckman 33). Sin embargo, desde el punto de vista de la estrategia que establece Martel, es completamente lógico: se libra de culpa al capitalismo por la crisis, pues se establece que este ha sido contaminado y, por lo tanto, no es este el que suscita la especulación y demás males que la novela denuncia, sino un agente externo que, en su intento de dominar el mundo, lo ha pervertido.

Así, Luis Glow, fungiendo claramente de vocero de Martel, repite varias veces a lo largo de la novela la culpabilidad de los judíos, como en la siguiente cita: “Vampiro de la sociedad moderna, su oficio es chuparle la sangre —decía el doctor manoteando—. *Él es quien fomenta la especulación*, quien aprovecha el fruto del trabajo de los demás” (136; mi énfasis). Luego, al hablar de un prestamista judío, el Barón Mackster, dice que es “el enviado secreto de Rothschild, la causa oculta de tantos kracks y desastres, cuya responsabilidad ha recaído injustamente sobre los que no la tienen” (172). En ambas citas, el personaje simplifica dramáticamente todos los factores que generaron la crisis y se limita a echarle la culpa a los judíos. Enfatiza, además, que otros posibles culpables son realmente inocentes, con lo cual limpia completamente el capital británico —gran responsable del crac— y al mismo capitalismo, que propicia la especulación.

no es que el sistema capitalista en general esté dañado, sino que éste ha sido contaminado por el capital de los judíos que, en su siniestro plan para dominar el mundo, han puesto ya los ojos en América, como le dice Glow a su socio Granulillo, a quien no recrimina por sus negocios ilícitos (de hecho él mismo se vuelve parte de uno), mas sí por su asociación con el prestamista judío:

¿No sabes que los banqueros judíos son hoy los reyes de las finanzas europeas, y que ese barón de Mackser, cuyo socio eres, es el general avanzado del ejército israelita lanzado sobre la América para conquistarla con el dinero, arma poderosa, formidable, contra la cual son impotentes todas las que podamos emplear nosotros, nosotros los arias, acostumbrados a luchar a cara descubierta, frente a frente, y demasiado nobles y confiados para no ser víctimas de los manejos traidores, escondidos, solapados de los descendientes de Judas? [...] Mientras cada pueblo está absorbido por el grande anhelo del perfeccionamiento social, ellos, los judíos, ocultos en la sombra, van avanzando paso a paso, conquistando todas las posiciones, haciéndose dueños de la prensa y por lo tanto de la opinión, de la cátedra, de la magistratura, del Gobierno... (130 – 131)

En consecuencia, advierte Glow, “[l]a América debe ponerse en guardia, porque el terrible azote la amenaza. Y lo peor es que nuestras leyes protegen a los judíos, como protegen a todos los hombres, seas cuales fueren su patria y su religión” (132). Esta

De primera mano resulta inverosímil que Luis Glow tenga estos comentarios en tono airado, pues se le presenta como un hombre sosegado, racional, es decir, alguien de quien no se esperaría un análisis tan absurdo de las causas de la crisis. No obstante, nuevamente esto cobra sentido cuando queda claro que lo que hace Martel es reescribir la historia para encubrir a los verdaderos culpables de la crisis. Es tan fuerte esta intención que incluso sacrifica la calidad literaria de su novela, pues, como digo, le resta verosimilitud al personaje de Luis Glow.

advertencia, junto con todo el discurso anterior, resulta muy efectiva como técnica distractora: desplaza el debate sobre los problemas que puede traer consigo el capitalismo hacia una discusión de carácter político, legal y racial que, además, tiene una proyección hacia el futuro, es decir, para la reconstrucción de la patria luego del desastre financiero. Entonces, se establece que el sistema capitalista no ha sido la causa esencial de la crisis, sino que los agentes que infiltrados en él con una agenda de dominación lo han pervertido con prácticas moralmente cuestionables como la especulación.

En esta misma línea distractora se encuentra el retrato de la corrupción política. Ciertamente, esta, a diferencia de la teoría de la conspiración de tinte antisemita, sí tiene un sustento histórico real; sin embargo, la razón de retratarla en la ficción va en la misma línea de insistir en que no es el capitalismo el problema, sino los agentes externos que lo corrompen (llámense judíos o políticos). En *Quilito*, por ejemplo, se afirma que “[a]poderarse del caudal del prójimo es un robo; sisar del tesoro público no lo es. El que cae en aquel pecado pierde la estimación y la libertad; el que mete mano en arcas fiscales gana posición y renombre” (53). Claramente, hay una denuncia contra la corrupción que se ha enquistado en el servicio público y que lo ha distorsionado al punto de volverlo un arca abierta para todos aquellos que buscan riqueza y la consiguiente distinción social. Se trata, pues, de una dinámica similar a la de la Bolsa. Esto no es ninguna sorpresa, ya que, como anota Romero, existía en la época una relación cercana entre el mundo mercantil y la política:

Sin duda, los miembros de las nuevas burguesías, especialmente en las capitales, lograron controlar simultáneamente el mundo de los negocios y el mundo de la

política, y operaron desde los dos para desatar y aprovechar el proceso de cambio. Manejaron los centros de decisión económica fundando bancos o consiguiendo su dirección mediante operaciones a veces sinuosas, dominando la bolsa hasta donde pudieron, asociándose con los capitales extranjeros que operaban en el país a través de sutiles agentes. (268)

Otra vez, se trata de reflexionar sobre las causas de la crisis prestándoles atención a elementos relacionados a cómo se administra el sistema, pero no a la naturaleza del mismo. Al respecto, Viñas hace la siguiente reflexión: “Conviene recordar que darwinismo y liberalismo económico son contemporáneos [al ciclo de la Bolsa], y el *laissez faire* la idealización en el plano económico de la sobrevivencia del más apto; ambos veneran el ascenso vital y el *hecho* neto y ejemplar que es la vida, pero sobre todo la vida triunfante” (208). En realidad, si las novelas quisieran llegar a una reflexión profunda sobre las causas de la crisis tendrían que detenerse en la naturaleza del capitalismo y destacar, como dice Viñas, que en este lo que prima es el éxito individual que se traduce en un consumo que otorga distinción social, lo cual, lógicamente, lleva a que se usen todos los medios, lícitos e ilícitos, para conseguirla. Por eso, como reflexiona Margarita, la esposa de Glow, en el pasaje citado en la sección anterior, lo que realmente aprecia la sociedad es la riqueza del individuo, pues esta es la muestra innegable de su éxito dentro del sistema capitalista. Tanto *La Bolsa* como *Quilito*, sin embargo, no están interesadas en hacer un análisis exhaustivo; su tarea, por el contrario, es encontrar justificaciones de la crisis en elementos externos y así dar a entender que el problema no es el capitalismo, sino el modo en que se (mal) administra. Una vez corregido estos

elementos que hacen funcionar mal el capitalismo, este debería funcionar bien y, sobre todo, ser capaz de convivir con los valores tradicionales de patriotismo y trabajo arduo que las novelas defienden.

En suma, a través de la metáfora de la enfermedad contagiosa, de la teoría de la conspiración antisemita y del énfasis en la corrupción política, *La Bolsa* y *Quilito* buscan demostrar que el capitalismo no es problemático o corrupto en sí mismo, sino que hay elementos externos que lo pervierten. Se entiende que, una vez corregidos estos, el capitalismo podrá funcionar bien y, sobre todo, será compatible con los valores tradicionales del patriotismo y el trabajo arduo como único medio de alcanzar la riqueza.

CAPÍTULO 2

Roberto Arlt: la búsqueda de dinero a través de la invención y del espectáculo

En este capítulo estudio las novelas *Los siete locos* (1929) y *Los lanzallamas*³⁸ (1931), de Roberto Arlt. En retrospectiva, estas obras resultan novedosas para su tiempo, puesto que en una época en la que primaban las novelas de la tierra, Arlt construye una narrativa citadina y, específicamente, centrada en aquellos que viven al margen de la urbanidad³⁹, es decir, de la esfera de lo que se considera progreso. Los personajes son conscientes de su marginalidad y saben que para salir de ella necesitan capital (básicamente la lucha por conseguirlo es lo que los define en estas novelas) y encontrar la manera de insertarse en el circuito comercial, pues existe una sociedad que, si bien nominalmente todavía no es nominalmente una sociedad de consumo, sí es una sociedad muy preocupada por el consumo.

En las novelas decimonónicas del capítulo anterior, los personajes desesperados por obtener riqueza rápidamente a través de la Bolsa eran burgueses citadinos y, por lo tanto, la moraleja en contra de esta ambición que Martel y Ocantos pretenden transmitir se dirige a ellos. Aquí, en cambio, los personajes empeñados por obtener dinero son los marginales, pues saben que es la única manera pueden progresar en una sociedad

³⁸ Aunque se trata de dos libros diferentes, combino el análisis de ambos en los apartados, puesto que se trata de las dos partes de una misma historia; es decir, *Los lanzallamas* es la continuación de *Los siete locos*.

³⁹ La inclusión de Arlt también es importante porque su influencia sobre escritores que más tarde también retratarían a personajes marginados de la ciudad y de la sociedad capitalista. Entre ellos se encuentra César Aira.

capitalista. Asimismo, son conscientes de la existencia de un mercado que se rige por el consumo constante; por ello, su lucha es por encontrar el modo de insertarse en este. Del mismo modo, la novela, a pesar de su concentración urbana, da cuenta de que la obsesión por el dinero se ha extendido más allá de Buenos Aires⁴⁰.

El análisis de este capítulo se divide en tres secciones. La primera se enfoca en la figura del inventor, emparentada con la del inversionista bursátil de finales del siglo XIX, pues ambos pretenden una riqueza espontánea, basada mucho más en el azar que en el trabajo. Ambos fracasan estrepitosamente en esta empresa. Pero lo más importante con respecto a la figura del inventor, encarnada en las novelas en el personaje de Remo Erdosain —aunque también difuminada en otros—, es que se presenta como una entidad anticuada, con un aura de alquimista que de ninguna manera puede funcionar bajo la lógica de la creación constante de novedades en el marco de la formación de una sociedad de consumo. Así, el inventor propuesto por Arlt no es un productor efectivo (no es capaz de crear ningún objeto que le interese al mercado) ni un gran consumidor (su fracaso laboral lo condena a no salir de la marginalidad). El único consumo que ejerce este personaje es el del saber, pero este es uno también marginal que no le otorga las herramientas para progresar como él quisiera y, por lo tanto, salir de la pobreza.

⁴⁰ En *Los lanzallamas*, el personaje de Hipólita comenta lo siguiente: “Ese campo era un pedazo de la provincia de Buenos Aires, pero... ¡qué importa!, allí esos hombres y esas mujeres, hijos de italianos, de alemanes, de españoles, de rusos o de turcos, hablaban de dinero. Parecía que desde criaturas estaban acostumbrados a oír hablar del dinero” (296). Un poco más adelante explica que la discusión en torno al dinero ha invadido también el ámbito privado: “En la mesa, a la hora del té, cenando y después de cenar, hasta antes de acostarse, la palabra dinero venía a separar a las almas. Se hablaba del dinero a toda hora, en todo minuto; el dinero estaba ligado a los actos más insignificantes de la vida cotidiana” (297). Si se lee esto bajo el paradigma de las novelas de Martel y Ocantos, el cosmopolitismo parece haberse extendido y, con él, la nueva moral materialista.

La segunda sección se centra en otro personaje clave de las novelas: Alberto Lezin, conocido con el apelativo de “Astrólogo”. Propongo que realmente lo que este personaje quiere es crear una empresa lucrativa que disfraza bajo la apariencia de una sociedad secreta que eventualmente saldrá a luz y presumiblemente será una alternativa a la sociedad capitalista. Todo este disfraz de secta es parte de una estrategia que busca conseguir socios para la empresa y más adelante la mano de obra que pretende explotar inmisericordemente. En su discurso, el Astrólogo configura un consumo ideológico que va de la extrema derecha a la extrema izquierda y que parece absurdo a primera vista, pero que tiene la intención de convocar a la mayor cantidad posible de socios. Más adelante, cuando el proyecto rinda frutos, el Astrólogo está convencido de que el dinero podrá unirlos a pesar de sus diferencias.

La tercera parte estudia la segunda parte del plan empresarial del Astrólogo: la creación de un simulacro —una supuesta sociedad diferente a la capitalista— que, para ser promovido y consumido por los futuros explotados, necesita presentarse como un espectáculo místico. Para ello, el Astrólogo elabora todo un plan que incluye la creación del personaje de un efebo-mesías y su consecuente publicidad a través de medios de comunicación masivos como el cine. Así, finalmente, tanto el consumo ideológico como el simulacro promocionado a través del espectáculo místico sirven para volver a la empresa del Astrólogo un producto comercialmente viable (para los socios y para la mano de obra).

2.1. El inventor anacrónico: fracaso comercial y consumo de saber

En *Los lanzallamas*, Elsa, la esposa de Erdosain, le narra a una monja todos los suplicios que vivió al lado de él durante su matrimonio. La siguiente cita es parte de este relato: “Al otro día de la noche de bodas, le propuse que trabajara de dependiente en una ferretería, de este modo, con el capital que yo disponía podíamos instalar más tarde una ferretería. Recuerdo que se indignó como si le hubiera propuesto un comercio vergonzoso. Él quería ser inventor” (406). Esta actitud airada de Erdosain ante la posibilidad de un trabajo ordinario no sorprende: el inventor, al igual que el inversionista bursátil de fines del siglo XIX retratado en *La bolsa* y en *Quilito*, busca obtener riqueza no a través de un arduo trabajo tradicional que dará sus frutos después de muchos años, sino de un golpe de suerte magnífico. Sarlo llama a esto “el batacazo”: “El batacazo⁴¹, exaltación final que obsesiona a Silvio⁴² y a Erdosain, puede alcanzarse a través de un descubrimiento afortunado, la construcción de una máquina o la obtención de una fórmula química: el triunfo del inventor proporciona, de un solo golpe, fama, mujeres y dinero” (56). Entonces, el proceso de invención es doble: primero es necesario inventar o descubrir el prodigio que luego se encargará de inventarle al creador la fama y fortuna que no posee, pero que anhela. Por eso, como afirma Piglia⁴³, “[e]n *Los siete locos*, Erdosain ‘trabaja’ de un modo casi religioso para crear dinero de la nada” (27). En efecto,

⁴¹ En el sentido de la norma diatópica argentina y de otros países como Chile y Perú de “triunfo sorprendente”.

⁴² Se trata de Silvio Astier, protagonista de *El juguete rabioso* (1926), la primera novela de Arlt. Al igual que Erdosain, este personaje tiene fascinación por el saber técnico y espera infructuosamente que éste le proporcione las herramientas para salir de la pobreza.

⁴³ El escritor argentino Ricardo Piglia fue uno de los mayores difusores de la obra de Arlt. Ha escrito varios ensayos sobre este autor e incluso el argumento de una miniserie, *Los siete locos y los lanzallamas* (2015).

el personaje “trabaja”, pues realmente lo que hace es soñar, planificar, teorizar, como se describe en la siguiente cita de *Los siete locos*: “Su imaginación ocupaba las noches de máquinas extraordinarias, trozos incompletos, de mecanismos girando sus engranajes lubricados. . .” (226). Nunca, sin embargo, Erdosain pone manos a la obra (literalmente).

El invento en el que Erdosain cifra sus esperanzas para obtener el batacazo es la rosa de cobre⁴⁴, que finalmente resulta ser un fracaso, pues nunca se inserta efectivamente en el mercado. De allí que, como afirma Rosenberg, “El mismo Erdosain pierde las esperanzas en la relación entre sus inventos y el mercado de consumidores” (“Geopolítica”). Esta desilusión, junto con su crisis existencial y laboral, será la que lo incite finalmente a unirse a la sociedad del Astrólogo, donde sus conocimientos técnicos podrían ser útiles.

Ahora bien, al menos en el caso de Erdosain, el inventor no solo busca descubrir el objeto que lo hará rico y famoso, sino que también busca ser él mismo descubierto. Se presenta a sí mismo como una suerte de genio frustrado —aunque realmente no sea más que “un inventor fracasado y un delincuente al margen de la cárcel” (11), según el narrador— que necesita la ayuda de un magnánimo mecenas que, gracias a su capital, le

⁴⁴ Aunque la rosa de cobre es el principal invento de Erdosain, también piensa en otros: “El cambio electromagnético para máquinas de vapor, y el de una tintorería de perros, que lanzaría al mercado canes de pelambre teñido de azul eléctrico, bull-dog verdes, lebreles violetas, foxterriers lilas, falderos con fotografías de crepúsculos a tres tintas en el lomo, perritas con arabescos como tapices persas (106). Como es previsible, ninguno de estos inventos tiene éxito comercial, por lo que, como anota Rosenberg, “[l]os inventos oximorónicos de Erdosain (tintorerías para perros, rosa de cobre, etc.) caen en el olvido, son la medida misma de una torpe esperanza, y no sirven para salir de la pobreza” (“Geopolítica”). En efecto, se trata de ideas absurdas sin la mayor posibilidad de ser viables comercialmente.

permitirá desarrollar su talento. Así, en uno de sus paseos por la elegante avenida Alvear, en Buenos Aires, Erdosain “se imaginaba que desde la mirilla de la persiana de alguno de esos palacios lo estaba examinando con gemelos de teatro cierto millonario ‘melancólico y taciturno’” (30). Por supuesto, “Erdosain esperaba que el millonario ‘melancólico y taciturno’ lo mandara llamar de un momento a otro al observar su semblante de músculos endurecidos por el sufrimiento de tantos años” (30). Y, como consecuencia de la generosidad del millonario, “Triunfaría, ¡sí!, triunfaría. Con el dinero del millonario ‘melancólico y taciturno’ instalaría un laboratorio de electrotécnica, se dedicaría con especialidad al estudio de los rayos Beta, al transporte inalámbrico de energía, y al de las ondas electromagnéticas” (32). Se puede decir, entonces, que, por un lado, existe la esperanza de un batacazo gracias al descubrimiento o invento de un objeto maravilloso y, por otro, cuando esta primera ilusión no se cumple, se genera el deseo de un segundo batacazo que se produciría cuando el inventor se vuelve, ante los ojos del mecenas, el objeto maravilloso. En otras palabras, cuando el inventor —al menos el arltiano⁴⁵— fracasa en su tarea creadora o descubridora, se presenta él mismo como el prodigio que un generoso y visionario mecenas encontrará atractivo. Lo importante es destacar que el deseo del batacazo siempre está presente; la posibilidad de trabajar arduamente y poco a poco ir generando un capital nunca es contemplada (como tampoco lo es para Quilito, por ejemplo) e, incluso, como en el caso de Erdosain, es severamente despreciada. Es como si

⁴⁵ Al igual que Erdosain, Silvio Astier también busca un mecenas. De hecho, encuentra uno potencial que se interesa en él y lo cita en su casa. Sin embargo, cuando acude, lo desconoce y lo echa, con lo que esta vía de salir de la pobreza también fracasa.

el inventor fuera una suerte de mago que, en medio de una lógica social de acumulación progresiva de capital, es capaz de crearlo de la nada. En ese sentido, Elsa, con su idea de la ferretería, demuestra que es mucho más consciente que Erdosain del contexto en el que viven.

A través de Erdosain (y de Silvio Astier), Arlt ridiculiza al modelo de inventor que resulta anacrónico en el mundo de la producción en serie, donde los objetos son prodigiosos gracias a la publicidad, pasan de moda rápidamente y se reproducen a gran escala. Un alquimista⁴⁶, como es el inventor que retrata Arlt, no tiene lugar en una sociedad que demanda la novedad constante y abundante. En consecuencia, todos los sueños de grandeza y de riqueza de este tipo de creador están condenados de antemano al fracaso.

Vale la pena mencionar que el fracaso como inventor de Erdosain no solo resulta nefasto para él, sino que también arrastra a otros personajes, como la familia Espila, quienes otrora gozaban de una buena posición económica (no eran ricos, pero sí de una clase media alta). Erdosain los conoció cuando ya habían caído en desgracia y ve en ellos la posibilidad de una suerte de franquicia de sus inventos. Los ilusiona con la idea de que estos, especialmente la rosa de cobre, podría hacerlos ricos:

Y convenció a los Espila que debían dedicarse a ese trabajo [la realización de la rosa de cobre] en horas perdidas, pues de tener éxito todos se enriquecerían. Y él,

⁴⁶ Dice Piglia: “Para Erdosain, los inventos son una operación demiúrgica, destinada a encontrar la piedra filosofal moderna, el oro que no lo es, *la rosa de cobre*” (27). En efecto, todas estas creaciones finalmente responden a una suerte de pensamiento mágico del personaje, que espera, de pronto, por arte de magia inventiva, obtener el batacazo con una de sus potenciales producciones.

cuya vida carecía por completo de consuelo y esperanza, él, que se sentía perdido hacía mucho tiempo, llegó a sugestionarlos con esperanzas tan intensas que los Espila se avinieron a iniciar los experimentos. . . nadie dudó, cuando consiguieron cobrear una chapa de estaño, que en breve tiempo se enriquecerían si la rosa de cobre no fracasaba. (209)

Llega a ser tan intensa la sugestión que sobre esta familia ejerce Erdosain que “ahora, a pesar de que no pagaban a nadie y se morían casi de hambre, lo menos que soñaban era adquirir un Rolls-Royce y un chalet, que de no estar en la avenida Alvear no les interesaba como propiedad” (210). Cuando los Espila aparecen por primera vez en *Los siete locos*, no es fácil dilucidar las verdaderas intenciones que tiene Erdosain con ellos: no queda claro si realmente cree que pueden desarrollar con éxito sus inventos o si simplemente los utiliza como un divertimento cruel. Esta duda se resuelve parcialmente hacia el final de *Los siete locos*. En un diálogo con Hipólita, Erdosain le confiesa lo siguiente: “Necesitaba verlos ilusionados, necesitaba ver con mis ojos esas pobres muchachas soñando con vestidos de seda, en un novio buenmozo, y con un automóvil a la puerta de un chalet que no tendrían. Y ahora estoy seguro que creen todo eso” (226). Parece, entonces, que, en realidad, lo que quiere compartir con ellos no son propiamente los inventos, sino la ilusión de riqueza —el batacazo imaginario— que estos generan. Sin embargo, dada la personalidad de Erdosain, que es oscura y que se va retorciendo cada vez más a lo largo de las novelas, es difícil determinar si esa necesidad de ver ilusionados a los Espila responde a un deseo de sentirse admirado y ser visto como el salvador, cuando realmente él ya es insalvable y no tiene esperanza; o si, por el contrario, se trata

de un juego perverso en el que realmente lo que quiere es hacer sufrir a otros lo que él ha sufrido con su fracaso. Esta segunda hipótesis se refuerza en el hecho de que la muchacha Elena Espila está enamorada de Erdosain y él se complace en desdeñarla cruelmente, reproduciendo el mismo desprecio que sufre él por parte de su esposa Elsa y, ciertamente, de la sociedad preocupada por el consumo en la que no puede triunfar.

Más allá de estas conjeturas, lo cierto es que “[e]l mismo Erdosain pierde las esperanzas en la relación entre sus inventos y el mercado de consumidores, y va abandonando a los Espila como un resto patético de sus antiguos proyectos y cálculos” (“Geopolítica”). La consecuencia de este abandono es que, en *Los lanzallamas*, los Espila están al borde la inanición, por eso a uno de los hermanos se le ocurre hacerse pasar por ciego y salir a pedir limosna:

—Yo me disfrazaré de ciego... pero de ciego de gran guignol. Y me pondré una tarjetita que diga:

Estoy ciego por efectos del ácido
clorhídrico. Compradle caramelos al
inutilizado en el servicio de la Ciencia. (458)

En verdad, ese “servicio de la Ciencia” puede leerse como un eufemismo de la pseudo ciencia que suponen los inventos fracasados de Erdosain. Según Rosenberg, se trata de “una hipérbole en donde en vez de ciencia cabe poner los inventos de Erdosain en tanto incapaces de circular por el mercado (y produciendo a los hermanos como desecho que vaga por las calles)” (“Geopolítica”). Se puede concluir que la verdadera ceguera de Emilio Espila, así como la del resto de su familia, es no darse cuenta de la inviabilidad

comercial de los inventos de Erdosain. Al igual que este, no son capaces de insertarse efectivamente en el circuito comercial, pero en su caso la situación es aún más dramática: fracasan porque le creen ciegamente a un fracasado.

No son, sin embargo, los Espila las únicas víctimas del éxito falso que Erdosain inventa ni las que se llevan la peor parte de este. En *Los lanzallamas*, cuando la dueña de la pensión donde se hospeda lo ve contando el dinero que le dio el Astrólogo y le pregunta su procedencia, responde: “La Electric Company me ha comprado la patente de invención [de la rosa de cobre]. Seré rico” (317). Esta mentira resulta ser trágica, pues, gracias a ella, Erdosain consigue que la señora le dé su anuencia para que corteje a su hija, a quien finalmente mata poco antes de suicidarse. Paradójicamente, la invención de su éxito es la única creación que le resulta medianamente exitosa, pues consigue entablar una suerte de relación sentimental con la muchacha y despierta brevemente la admiración de los otros huéspedes:

—Ese mozo debía irse a Norteamérica —comentaba un vejete castellano, tenedor de libros en una ferretería—. Allá ganaría millones.

—¡Lo que es el talento! —argüía un mozo de café—. Él, con dos patadas, se enriquecerá, mientras que nosotros dale y dale... (499)

Toda esta mentira, sin embargo, produce apenas un breve paréntesis, una pequeña distracción en la profunda crisis existencial del personaje, quien, cuando ocurre este episodio, ya ha perdido toda capacidad de salvación. En ese sentido, es coherente que sea en este momento que Erdosain invente su éxito, pues implica que ha aceptado que éste no es posible en realidad, solo en la fantasía. Una ciertamente mediocre y caricaturesca, que

le procura un divertimento perverso y en última instancia el desfogue fatal, criminal de su violencia contenida, producto de sus grandes frustraciones espirituales e intelectuales.

Inicialmente, Erdosain acude donde el Astrólogo porque necesita conseguir seiscientos pesos para reponer el dinero que robó en la empresa de seguros donde trabajaba. Cuando llega, el Astrólogo está discutiendo con el Rufián Melancólico los planes de su sociedad secreta. Rápidamente, Erdosain encuentra en este proyecto una válvula de escape de su fracaso, pues todo lo que le promete el Astrólogo le permite fantasear con una vida exitosa. A diferencia de la sociedad de la que forma parte Erdosain, la que propone el Astrólogo aprecia los conocimientos del inventor; es más, los necesita. De modo que, si bien este personaje no es el millonario taciturno que Erdosain anhela, al menos sí se configura como alguien que puede reconocer su talento y darle el espacio y las herramientas que necesita para desarrollarlo.

Sarlo afirma que “[d]e la vida puerca⁴⁷ se huye por el crimen, la fantasía o el batacazo del inventor. La sociedad secreta es su contramodelo, su máxima refutación. El régimen que construirán sus miembros será una alteración de todos los órdenes que gobiernan la vida puerca” (61). Descubierta en su primer crimen (el robo del dinero) e incapaz de lograr el batacazo a través de la rosa de cobre y sus otros inventos, el único escape para Erdosain es el proyecto del Astrólogo, que, en última instancia, no pasa de ser un plan, es decir, se queda en el terreno de la fantasía. Erdosain se emociona al inicio

⁴⁷ “La ‘vida puerca’ es la otra cara de este delirio tecnológico y, también, la otra cara de la ciudad moderna: el paisaje del Buenos Aires inmigratorio” (Sarlo 61). Es decir, se trata del contexto marginal que caracteriza a muchos de los personajes arltianos.

porque gracias a sus conocimientos de inventor, el Astrólogo le ofrece ser jefe de industrias de su futura sociedad. Este puesto, además de redimirlo en términos laborales, le permitiría desahogar la violencia contenida producto de todas sus frustraciones, como imagina en *Los siete locos*: “Sus cuatro secretarios con papeles en las manos y las plumas tras de la oreja se acercaban a consultarle, mientras que en un rincón, con los sombreros en las manos, inclinadas las cabezas canosas, estaban los delegados de los obreros. Y Erdosain volviéndose hacia ellos les decía simplemente: ‘O mañana vuelven al trabajo o los fusilaremos’” (133).

Dice Sarlo que “cuando las ilusiones de Silvio Astier o de Erdosain ya no son posibles, queda la violencia del infierno tecnológico con el que sueñan los personajes de *Los siete locos* (54)”. En efecto, hacia el final de *Los lanzallamas*, las fantasías violentas de Erdosain se agudizan: “Una frase estalla en su cerebro: Barrio Norte. La frase se completa: Ataque a Barrio Norte. Se alarga: Ataque de gas a Barrio Norte” (527). Y, un poco más adelante, piensa:

Un viento verde, amarillo, aparece en la entrada de la calle. La cortina sobrepasa las cornisas de los edificios. El aire se impregna de olor a hierba podrida. . . .

Ruedan los cuerpos por el mosaico de la acera. Con los rostros aplastados en las baldosas se desquijarran en aspiración de aire que ya no existe. Hilos de sangre resbalan hacia el cordón de granito de la calle. (527)

No es casualidad que sea Barrio Norte el que aparezca en la ilusión destructora de Erdosain: se trata de una zona acomodada de Buenos Aires, cuyos vecinos representan el estilo de vida que el personaje habría podido tener si hubiese conseguido el batacazo. Al

mismo tiempo, esas personas podrían haber sido los consumidores ideales de la rosa de cobre —si finalmente se hubiese producido y presentado al mercado, por supuesto— o los clientes perfectos de la tintorería para perros, un objeto y un servicio inútiles, pero que podrían haberse puesto de moda como signo de distinción. Como nada de esto ocurre, se puede argüir que Erdosain enfila su odio contra este barrio por la envidia que le produce el no poder vivir en él y por el resentimiento de que su invento nunca tuviera la más mínima posibilidad de entrar al mercado. El hecho de que su “venganza” se produzca con un rayo que él inventa es significativo: lo redime como creador (inventa algo que tiene éxito) y destruye aquel mundo que anheló, pero al cual nunca pudo entrar (ningún millonario se apiadó de él).

Queda claro que si algún talento medianamente efectivo tiene Erdosain es lograr que algunas personas crean que es un inventor exitoso o por lo menos con el potencial de serlo: logra simular bien con los Espila y con la muchacha de la pensión y su madre, e incluso el Astrólogo, que sabe bien que es un fracasado reconoce algún talento en él (y también su resentimiento) y le encarga el diseño de una planta de gas fosgeno. Sin embargo, lo cierto es que Erdosain no solo es un inventor fracasado, sino también un individuo fracasado en términos existenciales. Por eso, finalmente se suicida. Él cree que su mayor invento es la rosa de cobre, pero en verdad su creación más importante hubiera sido encontrar alguna manera de salvarse.

Por otro lado, la figura del inventor introduce un tipo de consumo particular: el del saber. Esto es lógico, pues, como afirma Sarlo, éste es la llave del batacazo. Pero no

solo eso, sino que también el consumo de saber se entiende como un modo de obtener poder:

Si bien todos los personajes aspiran a ganar dinero con su objeto de deseo es el saber porque gracias a él se obtiene el poder. Vale reconocer que no siempre se trata de saberes científicos, sino también de saberes marginales que poseen aquellos que carecen de los institucionalizados y reconocidos socialmente, como por ejemplo la literatura de ediciones baratas, técnica aprendida en revistas, alquimia, conocimientos adquiridos en centros de ocultismo o por la experiencia (como por ejemplo administrar un prostíbulo). (Sarlo 73)

Esta búsqueda de poder a través del saber o, en realidad, de los saberes tiene sentido, puesto que es la única herramienta que tienen a la mano los personajes de *Los siete locos* y *Los lanzallamas* para subvertir su marginalidad: “El saber les permitirá, como sujetos de un mundo moderno, modificar el curso de la historia gracias al poder que les proporcionaría y dar el gran salto y progresar, en este caso sin importar los medios, progresar como fin en sí mismo más allá de cualquier valor” (Ferra 73). El problema es que, así como el Astrólogo configura una suerte de *melting pot* ideológico, los personajes de las novelas analizadas crean un *melting pot* del saber: “Se trata de saberes o prácticas que entrecruzan modernidad y arcaísmo, ciencia y paraciencia, empirismo y fantasías suprasensoriales. Son los saberes de los pobres y marginales, los únicos saberes que poseen quienes, por origen y formación, carecen de Saber (Sarlo 55). En otras palabras, se trata de un conjunto de saberes bizarros y, por lo tanto, imprácticos para producir objetos que despierten el interés por consumirlos. Erdosain es un buen ejemplo de esto:

su saber técnico, adquirido probablemente de las mismas revistas de técnica que consulta Silvio Astier en *El juguete rabioso*, no le permite inventar un objeto comercialmente viable y volverse rico.

En síntesis, la figura del inventor que encarna Erdosain, ligada a la del inversionista bursátil de fines del siglo XIX en tanto que ambos buscan una riqueza inmediata (el batacazo), es presentada por Arlt como la de un individuo consumidor de saberes bizarros (no es el único) que resulta anacrónico: es incapaz de producir un objeto que pueda ser producido y consumido masivamente. La fantasía es el único espacio donde puede concebirse como exitoso, pero las mentiras duran poco y no evitan que el fracaso profesional se sume al existencial, lo cual en última instancia lo vuelve un ser insalvable desde cualquier punto de vista.

2.2. La sociedad comercial del Astrólogo

Se debe considerar, como anota Rosenberg, que si bien es el personaje de Erdosain quien lleva el título de inventor en las novelas, realmente no es el único:

En *Los siete locos-Los lanzallamas*, hay que tomar en consideración que el problema de la invención va mucho más allá de la figura particular del inventor (Erdosain), y se disemina por toda la novela. Debemos entonces contar a más de un inventor en nuestra narración; además de Erdosain, Barsut y el Astrólogo se revelan como fabricantes de maquinarias simbólicas eficaces, con un potencial de re-encantamiento tanto de la producción como del consumo. Y de aquellos tres

inventores del ciclo, quiero sugerir que Barsut es sin duda el que triunfa.

(“Geopolítica”)

En efecto, el Astrólogo y Barsut son también inventores. El primero busca crear una empresa lucrativa que disfraza de una sociedad supuestamente diferente a la capitalista y a la que busca promocionar a través de un espectáculo místico para el cual quiere inventar la figura de un mesías adolescente. El segundo se revela como un gran simulador, es decir, como un inventor de ficciones con las que ha engañado exitosamente a varios. A diferencia de Erdosain y del Astrólogo, este personaje finalmente triunfa en su faceta creativa.

En *Los siete locos*, el Astrólogo le explica a Erdosain la base ideológica de la sociedad secreta que pretende organizar y con la cual planea llevar a cabo una revolución violenta: “No sé si nuestra sociedad será bolchevique o fascista. A veces me inclino a creer que lo mejor que se puede hacer es preparar una ensalada rusa que ni Dios la entienda” (36). Más adelante, en una conversación entre Erdosain y el Rufián Melancólico, este último hace esta acotación sobre el pensamiento del Astrólogo: “Algunas [de sus ideas] son embrolladas, otras claras, y, francamente yo no sé hasta dónde quiere apuntar ese hombre. *Unas veces usted cree estar oyendo a un reaccionario, otras a un rojo, y, a decir la verdad, me parece que ni él mismo sabe lo que quiere* (50; mi énfasis). Esta aseveración del Rufián Melancólico es completamente lógica, pues el Astrólogo se declara, a la vez, admirador de Mussolini y de Lenin; critica severamente al

capitalismo⁴⁸ y se declara comunista, pero al mismo tiempo considera que no hay nada más revolucionario que el capitalismo y endiosa (literalmente) a figuras industriales como Ford, Rockefeller y Morgan porque “[e]l dinero convierte al hombre en un dios” (140) y ellos, con su fortuna, podrían “comprar la suficiente cantidad de explosivo como para hacer saltar en pedazos un planeta como la luna” (141), lo cual constituiría un acto divino.

Visto todo esto, no sorprende que, desde el punto de vista del Rufián Melancólico (o de cualquier otro personaje de la *Los siete locos* y *Los lanzallamas*), el proyecto del Astrólogo sea visto como un desatino, una aberración y él mismo, por añadidura, sea considerado un orate, víctima de una suerte de esquizofrenia ideológica. En ese sentido, como afirma acertadamente Rose Corral, “[t]omada al pie de la letra, parece imposible en una visión coherente y verosímil la propuesta revolucionaria del Astrólogo” (1267). Sin embargo, si se examina con cuidado el discurso del personaje, es factible proponer que

⁴⁸ En *Los lanzallamas*, por ejemplo, dice: “La verdad es que me indigna el funcionamiento de esta maquinaria capitalista, que tolera las organizaciones más criminales siempre que estas organizaciones reporten un beneficio a los directores de la actual sociedad” (355). Luego, agrega:

El pueblo vive sumergido en la más absoluta ignorancia. Se asusta de los millones de hombres destrozados por la última guerra, y a nadie se le ocurre hacer el cálculo de los millones de obreros, de mujeres y de niños que año tras año destruyen las fundiciones, los talleres, las minas, las profesiones antihigiénicas, las explotaciones de productos, las enfermedades sociales como el cáncer, la sífilis, la tuberculosis. Si se hiciera una estadística universal de todos los hombres que mueren anualmente al servicio del capitalismo, y el capitalismo lo constituyen un millar de multimillonarios, si se hiciera una estadística, se comprobaría que sin guerra de cañones mueren en los hospitales, cárceles y en los talleres, tantos hombres como en las trincheras, bajo las granadas y los gases. (373)

Todo este discurso ciertamente demuestra que el Astrólogo conoce bien el funcionamiento del sistema capitalista. Sin embargo, a pesar de su indignación, de su crítica y de su autoproclamado comunismo, él realmente no busca acabar con este sistema; al contrario, en verdad lo que él quiere es crear una empresa muy lucrativa. En ese sentido, su conocimiento del capitalismo le sirve, por un lado, para elaborar un discurso publicitario alrededor de su proyecto y, por otro, para diseñar su negocio que se basa en la misma explotación que él denuncia.

debajo de toda la hojarasca ideológica existe un plan muy bien elaborado que en verdad busca crear una sociedad comercial antes que una revolucionaria. Beatriz Pastor hace la siguiente reflexión en torno al proyecto del Astrólogo:

¿Cuál es la causa de esta confusión [ideológica]? ¿De dónde vienen tantas contradicciones? No son accidentales ni arbitrarias, y las fluctuaciones que imponen al pensamiento del Astrólogo derivan sencillamente de su oportunismo. *El oportunismo es inseparable de su filosofía y proviene de su proyecto de atraer a la revolución que plantea tipos de gente diversos e incluso incompatibles.* (26; mi énfasis)

Este oportunismo del que habla la crítica es, sin embargo, la base no de un proyecto revolucionario, sino de un emprendimiento comercial, como el mismo personaje manifiesta en *Los siete locos*: “Cuando yo hablo de una sociedad secreta, no me refiero al tipo clásico de sociedad, sino a una supermoderna, donde cada miembro y adepto tenga intereses, y recoja ganancias, porque sólo así es posible vincularlos más y más a los fines que sólo conocerán unos pocos. Este es el aspecto comercial” (37). Así, el “misticismo industrial”⁴⁹ del que habla el Astrólogo en la novela se puede interpretar como el nombre

⁴⁹ Dice el Astrólogo en *Los siete locos*: “Hace falta oro para atrapar la conciencia de los hombres. Así como hubo el misticismo religioso y caballeresco, hay que crear el misticismo industrial. Hacerle ver a un hombre que es tan bello ser jefe de un alto horno como hermoso antes descubrir un continente. Mi político, mi alumno político en la sociedad será un hombre que pretenderá conquistar la felicidad mediante la industria” (43). “Misticismo industrial” es un nombre que sintetiza muy bien todo el proyecto empresarial del Astrólogo. En primer lugar, para él, el dinero, que se consigue a través de la industria, es una herramienta para alcanzar la divinidad, para ser dios; es decir, el dinero facilita una experiencia mística. En segundo lugar, “misticismo industrial” supone los dos pilares de su empresa: la creación de un simulacro espectacularmente místico que permita atraer mano de obra a la cual explotar y el principio lucrativo (la industria) que es lo que unirá a los socios y a los futuros alumnos, los cuales también serán asociados y podrán seguir ampliando el proyecto como si este fuese una franquicia.

comercial de su futura empresa (podría llamarse Misticismo Industrial S.A.) que, para ser constituida, primero, necesita socios y, luego, obreros (esclavos, en realidad). Para conseguir a los primeros, el Astrólogo elabora un discurso aparentemente ininteligible ideológicamente, pero muy útil comercialmente, puesto que le permitiría conseguir un mayor número de adherentes (socios) a su causa (empresa). Él mismo confiesa su intención de crear camuflajes ideológicos para conseguir adeptos cuando le dice lo siguiente a Erdosain: “Cuando converse con un proletario seré rojo. Ahora converso con usted” (149). Un poco más adelante, agrega: “Seremos bolcheviques, católicos, fascistas, ateos, militaristas, en diversos grados de iniciación” (150). Nuevamente, si esto se lee de modo literal, la conclusión es que el Astrólogo está trastornado. Pero desde el punto de vista de un proyecto empresarial que necesita socios, este consumo ideológico⁵⁰ tiene

Asimismo, “misticismo industrial” puede leerse como la industria del misticismo, es decir, el negocio de vender un producto aparentemente místico. Esto es algo que el Astrólogo realiza a escala personal al dedicarse a la astrología sin creer en ella. Con su proyecto de la sociedad secreta, pretende producir la mentira a gran escala, de manera industrial y así lograr grandes ganancias.

⁵⁰ Vale la pena señalar que en el contexto literario de Roberto Arlt existió también un gran consumo de ideología literaria, representada en dos grupos: “Por un lado, el grupo Florida y la incipiente vanguardia; y, por el otro, Boedo, conformado en su mayoría por los hijos de los inmigrantes, cuyo principio estético descansaba en el realismo-naturalismo con la pretensión de mostrar la otra cara de la prosperidad” (Mattalia, citado por Osorio Cortés 51). Hay mucha discusión crítica en torno a la pertenencia de Arlt a alguno de estos grupos, pero, ciertamente, como comenta Osorio Cortés, “si bien es cierto que la obra de Arlt establece ciertos guiños con ambos bandos, su adscripción a uno solo resultaría un tanto injusta” (56). Este consumo de la ideología literaria de ambos bandos que realiza Arlt sin duda complejiza su obra y, por lo tanto, la vuelve más rica para el análisis.

Por otro lado, en el prólogo que escribe para *Los lanzallamas*, Arlt sustenta claramente su ideología en cuanto al trabajo del escritor:

Orgullosamente afirmo que escribir, para mí, constituye un lujo. No dispongo, como otros escritores, de rentas, tiempo o sedantes empleos nacionales. Ganarse la vida escribiendo es penoso y rudo. Máxime si cuando se trabaja se piensa que existe gente a quien la preocupación de buscarse distracciones les produce *surmenage*.

Pasando a otra cosa: se dice de mí que escribo mal. Es posible. De cualquier manera, no tendría dificultad en citar a numerosa gente que escribe bien y a quienes únicamente leen correctos miembros de su familia.

Para hacer estilo son necesarias comodidades, rentas, vida holgada. Pero por lo general, la gente

sentido, ya que sirve como anzuelo para conseguirlos. Pastor comenta, reforzando lo que dice en la cita anterior, que “Hay contradicciones [en el proyecto del Astrólogo], pero no son casuales sino premeditadas; hay fluctuaciones, pero no provienen de incoherencia por parte del Astrólogo, sino de la impecable coherencia con que subordina todos los medios a la obtención del fin que persigue” (27). Y este fin, justamente, es la creación de una empresa.

A modo de resumen de la “ensalada rusa” ideológica del Astrólogo, Corral dice que

[e]n un mismo terreno se codean Lenin, Mussolini, Henry Ford, Al Capone y distintos modelos de sociedad secreta, contemporáneos como el Ku-Klux-Klan o pasados como la sociedad organizada en el siglo IX por un bandido árabe, Abdala-Aben-Maimun. En todos ellos encuentra el Astrólogo algún aspecto digno de ser tomado en cuenta, independientemente de los fines perseguidos por cada uno de los aludidos. (1269)

Para el Astrólogo, las ideologías políticas y los modelos de sociedades secretas son como los productos en los anaqueles de un supermercado o los ingredientes de una receta que puede ir escogiendo según su conveniencia. No me parece que lo que él haga sea

que disfruta de tales beneficios se evita siempre la molestia de la literatura. O la encara como un excelente procedimiento para singularizarse en los salones de sociedad. (285)

Aquí Arlt expone, además de una crítica a la clase social que practica la literatura como un divertimento más, la idea de que solo con el trabajo arduo se pueden lograr resultados. A diferencia de su personaje Remo Erdosain, él no espera el batacazo, es decir, de pronto inspirarse y escribir una novela que lo hará rico y famoso. Pero, al mismo tiempo, de lo que comenta se desprende que, al igual que Astier y Erdosain, su consumo de saber también ha sido marginal. En ese sentido, Sarlo comenta que “[a]ntes de él [Arlt], nada que autorice su texto: una familia de inmigrantes centroeuropeos, la vagancia, el castellano como única lengua, cotejada sólo con las de sus padres (y ninguna de ellas era lengua de la literatura, porque la literatura no estaba materialmente presente en el espacio definido por la lengua)” (50).

encontrar una virtud en cada ideología o modelo de sociedad secreta y que genuinamente crea que puede tomar algo “positivo” de cada una de ellas para crear su sociedad; en realidad, simplemente consume cínicamente estas ideologías porque le parece que es lo más conveniente para su futura empresa. Prueba de ello es que Abdala-Aben-Maimun, en quien dice inspirarse para crear la “ensalada rusa”, era un pillo del siglo IX, que, junto con quienes dirigían su secta,

[m]entían descaradamente a todo el mundo. A los judíos les prometían la llegada del Mesías, a los cristianos la del Paracleto, a los musulmanes la de Madhi... de tal manera que una turba de gente de las más distintas opiniones, situación social y creencias trabajaban en pro de una obra cuyo verdadero fin era conocido por muy pocos. . . . Excuso decirle que los directores del movimiento eran unos cínicos estupendos, que no creían absolutamente en nada. *Nosotros los imitaremos.* (149 – 150; mi énfasis)

Este es, pues, el modelo de negocio que pretende imitar el Astrólogo; no se trata de crear un poco en cada ideología, sino de crear un *melting pot* ideológico que resulte atractivo a mucha gente.

En *Los lanzallamas*, el Astrólogo le agrega un componente más a su “ensalada rusa” ideológica: el terrorismo. Dice, por ejemplo, lo siguiente:

Quisiera prenderle fuego por los cuatro costados al mundo. No descansaré hasta que no haya montado una fábrica de gases. Quiero permitirme el lujo de ver caer a la gente por la calle, como caen las langostas. Sólo respiro tranquilo cuando me imagino que no pasará mucho tiempo entre el día aquel que unos cincuenta

hombres a mi servicio tiendan una cortina de gas de diez kilómetros de frente.

(355)

Afirma también: “Y yo quiero la revolución. Pero no una revolución de opereta. La otra revolución. La revolución que se compone de fusilamientos, violaciones de mujeres en las calles por las turbas enfurecidas, saqueos, hambre, terror. Una revolución con una silla eléctrica en cada esquina” (385). Esta radicalización del discurso del Astrólogo ocurre tras el asesinato del Rufián Melancólico, es decir, tras sufrir un golpe importante en su proyecto, pues el cafiche iba a ser el encargado de administrar la de cadena de burdeles que financiarían, al menos inicialmente, gran parte de la empresa del Astrólogo. Estos lenocinios darían el impulso necesario para crear todo el simulacro que atraería a la “carne de cañón” que luego sería la gran fuente de ingresos del negocio. Muerto el Rufián Melancólico, el Astrólogo necesita ahora atraer más socios para su proyecto⁵¹, de allí que nuevamente recurra al supermercado ideológico y tome otro elemento para conseguirlos (el terror), que, aunque ya se podía intuir en su discurso desde *Los siete locos*, en *Los Lanzallamas*, tras la muerte del Rufián, se recrudece.

Entonces, si en alguna ideología cree realmente el Astrólogo es en la del lucro.

Más aún, está convencido de que en el fondo sus potenciales socios también creen en

⁵¹ En *Los lanzallamas*, tras la muerte del Rufián Melancólico, el Astrólogo va con Erdosain a visitar a unos anarquistas. Claramente, es un intento de ganar nuevos socios tras la muerte de uno importante. La visita, sin embargo, no resulta muy fructífera. Al final, una mujer que forma parte del grupo anarquista le dice al Astrólogo que las diferencias que tienen son “insignificantes”, a lo que este le responde antes de despedirse: “Hay que estudiarlas” (452). Aparentemente, el estudio le arrojó al Astrólogo un resultado negativo, pues no se asocia con los anarquistas. Esto lógico: ellos realmente creen lo que proponen, no tienen una pretensión subrepticia, como él. Por eso, no es descabellado pensar que acaso la reunión fue para ver si también en ellos había cierta ambición por el dinero que sería la llave de ingreso de la sociedad del Astrólogo.

ella, por eso habla de que las ganancias los integrarán más allá de sus diferencias ideológicas y dice, además, que “[e]l dinero será la soldadura y el lastre⁵² que les concederá a las ideas el peso y la violencia necesarias para arrastrar a los hombres” (146). Todo esto, aparentemente, lo haría un gran capitalista (o uno en potencia), pero en verdad su afán de lucro es incluso más extremo que el del capitalismo de su tiempo: él quiere conseguir utilidades a través no solo de una cadena de prostíbulos⁵³ (un negocio ilegal), sino, sobre todo, del trabajo forzado. A eso se refiere cuando habla de los “fines que solo conocerán unos pocos”. Estos pocos son, evidentemente, los socios con los que pretende crear una sociedad comercial de ganancias absolutas, pues no tendrían que pagar mano de obra. Se debe mencionar que, para atraer a los futuros obreros, planea crear todo un simulacro espectacularmente adornado con tintes pseudo místicos que incluyen la creación de una joven deidad. En otras palabras, planea crear una gran mentira⁵⁴ (un simulacro)

⁵² El Astrólogo usa esta palabra con la acepción de material que da peso y no con la de “cosa que entorpece” que es de uso más corriente.

⁵³ No es casual que el Astrólogo piense en una red de prostíbulos como una industria lucrativa, pues en la época en la que se escribieron las novelas, operaba en Buenos Aires la red de trata de blancas y explotación sexual llamada Zwi Migdal:

Though Zwi Migdal functioned under the guise of a mutual aid society, regularly chartered as a limited stock corporation by the Province of Buenos Aires, the investigation showed that its members had been carrying on the business of international traffic in women for decades. Testimonies revealed that contracts for the sale and purchase of women were executed before Zwi Migdal officials, as were agreements regarding the shipment of women to the interior. (Mirelman 162)

En *Los lanzallamas*, el Rufián Melancólico hace una referencia a este grupo criminal: “Después está la Migdal... ese gran centro de rufianes tendría que ser exterminado en pleno” (62). Se puede argumentar que todo el proyecto empresarial del Astrólogo sigue el modelo de la Zwi Migdal: él también pretende, con engaños, atraer a su sociedad a personas que luego piensa explotar sin compasión. El suyo también sería, en consecuencia, un negocio de trata de personas.

⁵⁴ Pastor afirma que “el engaño es, en el contexto de ese pensamiento [del Astrólogo], la base constante de la relación entre revolucionario y pueblo. El pueblo está alienado, explotado, es ignorante y sentimental. Para el Astrólogo es como un niño al que no se trata de educar sino de engañar para poder utilizarlo mejor”

para conseguir esclavos: “Llevaremos engañados a los obreros, y a los que no quieran trabajar en las minas los mataremos a latigazos” (147). Un poco más adelante, enfatiza: “Allá abajo les doblaremos bien el espinazo a palos, haciéndolos trabajar veinte horas en los lavaderos [de oro]” (149). Asimismo, para el Astrólogo es bastante claro quiénes constituirían el grupo de los engañados y posteriormente explotados: “Literatos de mostrador. Inventores de barrio, profetas de parroquia, políticos de cafés y filósofos de centros recreativos serán la carne de cañón de nuestra sociedad” (152). Planea, pues, reclutar a los fracasados o aburridos, es decir, a los marginados de la sociedad preocupada por consumir.

El Astrólogo, entonces, sería verdaderamente un emprendedor (uno excéntrico, al margen de la legalidad y ciertamente extremista) que se disfraza oportunistamente como el líder revolucionario de una sociedad secreta, pues ese el método que le garantizaría el éxito a su empresa. Esto va en sintonía con su propio oficio de astrólogo: él se presenta como tal, ejerce esta labor, pero, al inicio de *Los lanzallamas*, declara que la considera una falsedad en un diálogo que mantiene con el personaje de Hipólita:

—¡Qué admirable es usted! Dígame... ¿Usted cree en la Astrología?

—No, son mentiras. (303)

Alberto Lezin, se puede concluir, es tan revolucionario como astrólogo; es decir, es un oportunista farsante. En determinado momento, su negocio fue disfrazarse de astrólogo para atraer incautos o “imbéciles” (en *Los siete locos* usa este adjetivo para

(25). De modo que el Astrólogo es (o pretende ser), además de un oportunista, también un gran manipulador.

referirse a un cliente). Luego, haciéndose pasar por revolucionario, pretende embarcarse en otra empresa, una mucho más ambiciosa y para la que necesita capital, socios (ya sea que colaboren como inversionistas o con su conocimiento o su fuerza bruta) y mano de obra esclava. Conuerdo en ese sentido con la siguiente afirmación de Pastor que sintetiza muy bien el proyecto del Astrólogo:

La falsedad oportunista del programa económico [del Astrólogo] es evidente, ya que, por debajo de esa retórica, no se propone terminar con la explotación sino promoverla; no eliminar las clases, sino polarizarlas más, convirtiéndolas en castas; no liquidar los fallos y tácticas del sistema capitalista, sino utilizarlos, llevándolos hasta sus últimas consecuencias. (30)

Sopesando todos los elementos que constituyen el discurso del Astrólogo en *Los siete locos* y en *Los lanzallamas*, Pastor comenta que “[l]a propuesta es inequívocamente reaccionaria, y no es casualidad que el Astrólogo cite un precedente tan revelador como el de Mussolini” (24). Por lo tanto, “[l]a revolución del Astrólogo es una rebelión fascista. La mezcla de elementos y retórica que encontramos en su pensamiento no la aparta de la ideología fascista, sino que, por la función real que cumple [beneficiar a una minoría capitalista gracias al engaño y a la explotación de una mayoría], la inscribe plenamente en ella” (30 – 31). En efecto, si se considera que el fin último del Astrólogo es hacer una revolución social, es indudable que esta es de tinte fascista y no comunista como él afirma. Sin embargo, insisto en que realmente el personaje no quiere una revolución, sino una empresa, un negocio sumamente lucrativo basado en la explotación. Como la misma Pastor comenta, él es, ante todo, un oportunista. La revolución que

predica, más allá de la ideología que se le pueda adjudicar, es la fachada de su emprendimiento, la propaganda para atraer socios a los que está convencido de que podrá unir con el dinero, como él mismo declara, y luego a quienes serán los explotados que generarán las ganancias.

Se puede decir que la empresa del Astrólogo nunca fracasa, pues ni siquiera logra consolidarse. Es posible esgrimir varias razones⁵⁵. Entre las más evidentes están la muerte del Rufián Melancólico y la consecuente imposibilidad de abrir una cadena de prostíbulos que, como he mencionado, sería una fuente de ingresos importante para el proyecto. También, por supuesto, que el Astrólogo termine convertido en un fugitivo de la justicia por el hallazgo del cuerpo carbonizado de Bromberg en su finca de Temperley y por la denuncia de Barsut, a quien le había entregado billetes falsos que fueron descubiertos en un cabaret. Irónicamente, el simulacro se vuelve en contra del Astrólogo y completamente a favor de Barsut, cuyo dinero, producto de su secuestro orquestado por Erdosain y el Astrólogo, serviría como capital inicial de la empresa.

Otra razón que puede argüirse para el no despegue de la empresa del Astrólogo es que no consigue los socios idóneos para consolidar el proyecto. Los sueños de grandeza y de riqueza de Erdosain podrían haber sintonizado muy bien con el afán de lucro del Astrólogo si no fuera porque su profunda crisis existencial se va agravando desde el robo de dinero que comete contra la empresa aseguradora para la que trabaja en *Los siete locos*

⁵⁵ Las ideas que expongo con respecto a la no concreción del proyecto del Astrólogo parten de la premisa que su discurso puede leerse como un plan de negocios. Por supuesto, es posible argüir que todo su plan jamás se realiza simplemente porque es un delirio (es irrealizable desde el punto de vista logístico) y acaso él mismo sabe que lo es. Esto, sin embargo, es materia de otra discusión. Lo que a mí me interesa es argumentar que realmente lo que el personaje quiere, más allá de su factibilidad, no es una sociedad secreta o una revolución sino un negocio lucrativo.

hasta el homicidio contra la hija de su casera y su posterior suicidio en *Los lanzallamas*. Alienado por su propia miseria existencial, Erdosain no tiene la capacidad mental de acompañar al Astrólogo en su empresa de manera efectiva. Ciertamente, acude muchas veces a la casa de éste, forma parte de varias reuniones de coordinación con respecto a la sociedad secreta; asimismo, en *Los siete locos* es idea suya el secuestro de Barsut para conseguir capital inicial para empezar el proyecto, y luego en *Los lanzallamas* diseña una fábrica de fosgeno a pedido del Astrólogo. Sin embargo, finalmente sus acciones redundan en su propia crisis existencial al punto de que se auto elimina. Erdosain es un personaje que se va degradando espiritual y mentalmente en el transcurso de las dos novelas y en este proceso se va ensimismando a tal grado que se aliena del mundo. Evidentemente, alguien así no está en condiciones de convertirse en socio de ninguna empresa, mucho menos de una que implica toda la construcción de un simulacro como la del Astrólogo.

Corral señala lo siguiente sobre los personajes que orbitan alrededor del Astrólogo y de su proyecto: “La solución total que ofrece el Astrólogo sirve de contrapunto imaginario a sus existencias vacías, malogradas, y a sus deseos frustrados de ser” (1276). En efecto, los personajes relacionados con el Astrólogo no persiguen, como él, un fin mercantilista, que sería lo conveniente, sino que buscan un escape a sus vidas miserables por una u otra razón. Así, por ejemplo, el Rufián Melancólico declara que él quiere involucrarse en el proyecto porque está aburrido no porque crea en él o quiera lucrar. El Buscador de Oro, por su parte, lo que busca, a pesar de su sobrenombre, es una vuelta a la vida campestre, escapar de la ciudad, un espacio que aborrece; es por este deseo de huir

que se une al Astrólogo. El Hombre que vio a la Partera (Bromberg), un delincuente que al inicio le sirve como ayudante (una especie de secretario) al Astrólogo, termina convirtiéndose en un estorbo para él y por eso facilita que Barsut lo mate.

Entonces, es evidente que el gran error estratégico del Astrólogo es creer que ellos, junto con Erdosain, podrían ser parte de esos pocos que conocerían sus verdaderos fines, es decir, su deseo de lucrar antes que de revolucionar. Lo cierto es que son candidatos perfectos para ser esa “carne de cañón” a la que busca seducir a través del simulacro y luego explotar cruelmente. El problema es que el Astrólogo no lo ve así y empieza a delinear con ellos su proyecto sin contemplar que no son capaces de darse cuenta de la real naturaleza del proyecto. En pocas palabras, no están a la altura de la empresa. Por ello, no sorprende que ni en *Los siete locos* ni en *Los lanzallamas* el Astrólogo nunca logre pasar del discurso a la acción.

Curiosamente, la socia ideal del Astrólogo llega sin que él la busque en *Los lanzallamas*; de hecho, llega con la intención de extorsionarlo. Se trata del personaje de Hipólita, la Coja, esposa de Ergueta, que había sido sirvienta y luego prostituta, pues pensaba que con ese oficio realmente podría ser libre⁵⁶. Ella cree, producto de lo que le cuenta Erdosain, que Barsut ha sido asesinado en la quinta del Astrólogo. Al enterarse de

⁵⁶ Al respecto, Hernando comenta lo siguiente: “Si su prostitución es, por un lado, obviamente, un rechazo a la moral burguesa, significa también una liberación del cuerpo a través, irónicamente, de su uso como mercancía, pero a condición de una ausencia total de placer . . . La ausencia de placer no la ata a ningún hombre del cual pueda enamorarse, mientras que el uso de su cuerpo como mercancía le otorga la necesaria independencia económica” (48). En efecto, Hipólita renuncia a su vida de sirvienta, pues con ella es imposible adquirir independencia económica; lo único que puede hacer es soñar con una vida de lujos hasta que su jefa la interrumpe para que sirva el té. En ese sentido, la prostitución se le presenta como el oficio en el que, convirtiéndose ella en mercancía, puede lucrar sin estar atada a nadie. De allí que sea importante no sentir placer y un consecuente enamoramiento, pues este supondría una atadura que podría devolverla a la servidumbre.

quién es ella, se da cuenta de sus verdaderas intenciones y en determinado momento se lo dice:

—¿Usted venía a extorsionarme, no?

—Sí. (302)

Esto, lejos de generarle una sensación de rechazo en contra de Hipólita, lo une a ella, pues ambos comparten un rasgo esencial: el oportunismo. Ella ve la oportunidad de ganar dinero a través de la extorsión; él ve la oportunidad de lucrar a través de una empresa disfrazada de revolución. En el fondo, el poder unificador del dinero del que habla el Astrólogo se consolida en ellos dos. Es pertinente recordar que, en *Los siete locos*, se comentan los sueños de riqueza de Hipólita; por ejemplo, el narrador dice que ella pensaba en el “placer que experimentaría si pudiera tener un Rolls-Royce, cuya tapicería de cuero era tan preciosa en su imaginación” (232). Luego, menciona que “[s]u cuarto de sirvienta se repoblaba de fantasmas insinuantes, sentada en una butaca forrada de seda de color de cocodrilo, recibía a sus amigas que venían a despedirse para irse a «París de Francia» y hablaba de noviazgos” (235).

El Astrólogo es lo suficientemente sagaz para darse cuenta rápidamente de que Hipólita es de su misma laya, por eso le dice: “Nosotros somos camaradas. ¿No se ha fijado qué notable?” (290). Y al final de su conversación, cuando ella le dice que no sabe si volverá a verlo, le responde: “Creo que usted volverá a verme. Y entonces será para decirme: «sí, quiero ayudarlo...»” (307). Esto último se puede traducir como «sí, quiero ser su socia». El Astrólogo no necesita recurrir al consumo ideológico para atraer a Hipólita; aunque le hable de sus planes pseudo revolucionarios, él sabe que, en el fondo,

ambos hablan el mismo lenguaje del lucro. Ella, por su parte, también es bastante perspicaz y se da cuenta de que el Astrólogo no es un loco, sino un tipo tan ambicioso como ella. De allí que le diga: “Usted es el hombre más interesante que he conocido” (306) y que finalmente acepte asociarse con él: “Mañana le diré que sí al Astrólogo” (392).

El problema es que para el momento en que Hipólita y el Astrólogo se conocen, ya el proyecto empresarial del primero está destinado a no ocurrir. La muerte del Rufián Melancólico, la imposibilidad de conseguir socios que entiendan plenamente la empresa y, finalmente, el paso a la clandestinidad del Astrólogo son las principales razones por las que todo el proyecto queda nada más que en una fantasía pecuniaria de Alberto Lezin. Esto, sin embargo, no quiere decir que entre él e Hipólita no se logren establecer un vínculo exitoso, como da cuenta su escape cuando él es buscado por la ley: “Hipólita y el Astrólogo no han sido hallados por la policía. Numerosas veces se anticipó la noticia de que serían detenidos «de un momento a otro». Ha pasado ya más de un año y no se ha encontrado el más mínimo indicio que permita sospechar dónde puedan haberse refugiado” (599). Entonces, Hipólita no se convierte en una socia en proyecto del Astrólogo, pero sí en un su cómplice. Esta cita, además, permite deducir que, en efecto, el Astrólogo e Hipólita son una pareja efectiva, es decir, juntos son capaces de obtener buenos resultados; en este caso se trata de haber conseguido huir y esconderse con éxito a pesar de la búsqueda policial.

En suma, el proyecto del Astrólogo es empresarial antes que revolucionario o político. En realidad, todo el enrevesado discurso ideológico que elabora no es más que

una táctica mercantilista para atraer diversos socios, a quienes está convencido de que podrá unir a través del lucro. En otras palabras, Alberto Lezin, astrólogo que no cree en la astrología, es un oportunista antes que un revolucionario. En ese sentido, *Los siete locos* y *Los lanzallamas* son un compendio de los planes de su aventura empresarial que finalmente no trasciende más allá de la elucubración.

2.3. El simulacro espectacularmente místico del Astrólogo

En una escena de *Los siete locos*, el Astrólogo congrega en su quinta de Temperley a Erdosain, al Rufián Melancólico, a un abogado amigo de éste y a El Buscador de Oro; es decir, convoca a su círculo de confianza para hablar de la sociedad —empresa, en realidad— que pretende formar. A la reunión también acude un Mayor del ejército, desconocido para todos menos para el Astrólogo, quien les comenta a los presentes que dentro de la institución castrense existe un grupo de militares descontentos que serían proclives a la revolución. Erdosain se ofusca por algunos comentarios del Mayor, lo que propicia la siguiente escena:

El Mayor se incorporó en su asiento y mirando a Erdosain, dijo sonriendo:

—¿Entonces reconoce usted que hago bien mi papel?

—¿Papel?

—Sí, hombre... yo soy tan Mayor como usted.

—¿Se dan cuenta ahora ustedes del poder de la mentira? —dijo el Astrólogo—.

Lo he disfrazado a este amigo de militar y ya ustedes mismos creían, a pesar de estar casi en el secreto, que teníamos revolución en el ejército.

—¿Entonces?

—Entonces no fue nada más que un ensayo... ya que representaremos la comedia en serio algún día. (165)

Este episodio es una puesta en práctica de algo que el Astrólogo ya había manifestado: “Hay que inaugurar el imperio de la Mentira, de las magníficas mentiras” (100). En efecto, la mentira es un elemento medular dentro de su proyecto. Sobre la base de ella quiere erigir la “comedia”, que, en realidad, no será más que una industria dedicada a la explotación humana. En ese sentido, se puede decir que lo suyo es crear un simulacro: “To disimulate is to feign not to have what one have. To simulate is to feign to have what one hasn’t” (Baudrillard 366). Lo que el Astrólogo no tiene, pero quiere fingir tener, es el proyecto de una sociedad basada en los principios del comunismo. Sin embargo, como anota Pastor, lo que busca realmente es “un retorno a estructuras ideológicas anteriores de opresión y alienación” (24). Esta verdad es la que el Astrólogo oculta simulando el proyecto de una mejor sociedad, opuesta a la capitalista. Vale la pena recordar aquí que este ejercicio de simulación no es el primero del personaje: su propio oficio de astrólogo lo es, pues simula creer en algo que realmente considera falso.

Como analicé en la sección anterior, para que la empresa del Astrólogo funcione necesita socios (los directores de la comedia, podría decirse) y explotados (“carne de cañón”). En ese sentido, así como el consumo ideológico es importante para captar a los primeros, el consumo de las mentiras lo es para seducir a los segundos: “Como en una farmacia, tendremos las mentiras perfectas y diversas, rotuladas para las enfermedades más fantásticas del entendimiento y del alma” (276).

La articulación de las mentiras o, dicho de otro modo, el consumo y producción de mentiras (la industria de la mentira) genera en última instancia un espectáculo. El Astrólogo lo sabe, pues es un buen analista de su contexto. Así, por ejemplo, en *Los lanzallamas* dice: “Cuando un periódico aparece sin catástrofes sensacionales, nos encogemos de hombros, y lo tiramos a un rincón. ¿Qué me dice usted? Estamos en el año 1929” (294). Se da cuenta, pues, de que lo llamativo, lo espectacular es lo que capta la atención del público, lo que satisface su gusto, dado que el espectáculo se ha convertido en el elemento dominante en la sociedad capitalista: “Toda la vida de las sociedades en que reinan las condiciones modernas de producción se anuncia como una inmensa acumulación de espectáculos” (Debord 1, 8).

En *Los siete locos*, el Astrólogo afirma lo siguiente sobre el hombre contemporáneo:

El hombre es una bestia triste a quien sólo los prodigios conseguirán emocionar. O las carnicerías. Pues bien, nosotros con nuestra sociedad le daremos prodigios, pestes de cólera asiático, mitos, descubrimientos de yacimientos de oro o minas de diamantes. Yo lo he observado conversando con usted. Sólo se anima cuando lo prodigioso interviene en nuestra conversación. Y así le pasa a todos los hombres, canallas o santos. (93)

Los prodigios de los que habla el Astrólogo son, por ejemplo, los inventos que, a diferencia de la rosa de cobra de Erdosain, sí tienen éxito comercial. Él sabe que el brillo de estos objetos atrae a la gente tanto como las noticias sensacionales que anuncian descubrimientos de minas de oro o enfermedades. Su intención es, entonces, darle a la

gente aquello que la entretiene y la emociona, es decir, brindarle un espectáculo. Este razonamiento es completamente lógico, pues como anota Debord, el espectáculo domina la vida social:

Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de entretenimientos, el espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante. Es la afirmación omnipresente de una elección ya hecha en la producción, y su corolario consumo. La forma y el contenido del espectáculo son idénticamente la justificación total de las condiciones y de los fines del sistema existente (6, 9).

El plan del Astrólogo es crear su propio espectáculo. Él sabe muy bien que el capitalismo ha producido el suyo y que esto le genera grandes ganancias. Sin embargo, para tener éxito, no puede hacer simplemente una réplica, sino simular un modelo opuesto, pero basado igualmente en el espectáculo. En *Los siete locos* dice: “Lo que conviene, y no se asombren de lo que les voy a decir, es darle a la sociedad un aspecto completamente comunista” (161 – 162). En efecto, lo que *conviene* —esta palabra es muy reveladora, pues refleja el cariz oportunista del personaje— es aparentar, simular algo diferente que atraiga a aquella “carne de cañón” dejada de lado por el mercado o que ha fracasado en este. En ese sentido, Rosenberg comenta que “[el Astrólogo] no es ya el hacedor de productos con supuesto valor de uso, sino que ofrece la ilusión misma; actúa como espejo que intenta reflejar y transformar las ilusiones de aquellos a quienes el mercado ya ha desahuciado” (“Geopolítica”). Vale la pena mencionar que esta cita es aplicable tanto para los potenciales socios como para los futuros explotados. Como mencioné en el

apartado anterior, el error estratégico del Astrólogo consiste en escoger como socios de su proyecto a quienes en verdad debió considerar como sus futuras víctimas.

Pero el comunismo no es suficiente para crear un espectáculo efectivo, es decir, que llame la atención de la masa que, finalmente, desea prodigios. El Astrólogo necesita un elemento más —una mentira más⁵⁷, en realidad—: el misticismo. Mezclar comunismo con misticismo parece absurdo, pero hay que recordar que Alberto Lezin es un gran cínico oportunista que está dispuesto a crear “una ensalada rusa que ni Dios entienda” con tal de atraer tanto socios como “rebaño” para su empresa. Él sabe muy bien que a la sociedad le gusta el ingrediente místico y por eso considera indispensable añadirlo:

¿No creyó la gente de Buenos Aires en los poderes sobrenaturales de un charlatán brasileño que se comprometía a curar milagrosamente la parálisis de Orfilia Rico⁵⁸? Aquél sí que era un espectáculo grotesco y sin pizca de imaginación. E innumerables badulaques lloraban a moco tendido cuando el embrollón enarboló el brazo de la enferma, que todavía está tullido, lo cual prueba que los hombres de ésta y de todas las generaciones tienen absoluta necesidad de creer en algo. (148)

⁵⁷ El personaje apodado el Buscador de Oro le dice lo siguiente a Erdosain en *Los siete locos*: “Fíjese que en la realidad ocurre lo mismo y nadie lo condena. Sí, todas las cosas son apariencia... dése cuenta... no hay hombre que no admita las pequeñas y estúpidas mentiras que rigen el funcionamiento de nuestra sociedad. ¿Cuál es el pecado del Astrólogo? Substituir una mentira insignificante por una mentira elocuente, enorme, trascendental (174). Esta cita retrata muy bien la lógica cínica de los personajes de estas dos novelas: si la sociedad funciona sobre la base de mentiras y, por lo tanto, todos mienten, ¿por qué no hacerlo también? En última instancia, todo el proyecto del Astrólogo consiste establecer una mentira atractiva —o, como dice el Buscador de Oro, “elocuente, enorme, trascendental”— que se superponga a las otras, como la del capitalismo, y le permita, en consecuencia, enriquecerse.

⁵⁸ Se refiere a Orfilia Rico (1871 – 1936), una actriz de teatro y de cine uruguaya que desarrolló su carrera y alcanzó la fama en Argentina. En 1922 sufrió un accidente cerebrovascular que la dejó hemipléjica. A esta condición se refiere el Astrólogo.

Por supuesto, ese “algo” es de naturaleza sobrenatural, mística. Por eso, el Astrólogo planea difundir la mentira de la existencia de un efebo divino que habitará en un templo en las montañas de la provincia de Chubut. Él será el centro del espectáculo, la atracción principal que atraerá a las masas que planea explotar. Por eso, el Astrólogo piensa en todos los usos que puede darle; por ejemplo, dice: “Una idea se me ocurre: anunciaremos que el mocito es el Mesías pronosticado por los judíos... Hay que pensarlo... Sacaremos fotografías del dios de la selva... Podemos imprimir una cinta cinematográfica con el templo de cartón en el fondo del bosque, el dios conversando con el espíritu de la Tierra” (148).

Es evidente que el Astrólogo sabe muy bien que los medios de comunicación juegan un rol de suma importancia. De allí que mencione las fotografías, el cine y también diga que “[c]on la ayuda de algún periódico, créame, haremos milagros” (148). Es el cine, sin embargo, el medio que el Astrólogo considera que será más efectivo, pues es una herramienta muy útil para difundir el espectáculo y, en consecuencia, sostener el simulacro. Por esta razón, calcula detalladamente, cual director y productor cinematográfico, cómo será su película, dónde será distribuida y el impacto que tendrá entre los espectadores:

Elegiremos un término medio entre Krisnamurti y Rodolfo Valentino [para representar al efebo milagroso]... pero más místico, una criatura que tenga un rostro extraño simbolizando el sufrimiento del mundo. Nuestras cintas se exhibirán en los barrios pobres, en el arrabal. ¿Se imagina usted la impresión que causará al populacho el espectáculo del dios pálido resucitando a un muerto, el de

los lavaderos de oro con un arcángel como Gabriel custodiando las barcas de metal y prostitutas deliciosamente ataviadas dispuestas a ser las esposas del primer desdichado que llegue? (149)

No es gratuito que el Astrólogo hable del impacto de su filme en las áreas pobres de la ciudad. Las personas de esas zonas son aquellos dejados de lado por el mercado (los desahuciados por este, como dice Rosenberg), es decir, son quienes viven al margen de la sociedad capitalista y del consumo. En consecuencia, desde el punto de vista del Astrólogo, para ellos una sociedad anticapitalista y espectacularmente mística sería sumamente atractiva. Indudablemente, su conocimiento del capitalismo y su análisis sociológico lo llevan a esta conclusión que resulta muy importante para la elaboración de su proyecto. Esto es una evidencia contundente de que el personaje no está loco, sino que, en efecto, es un calculador oportunista que encuentra, a través del *melting pot* ideológico y del simulacro difundido por el espectáculo, una gran oportunidad de negocio.

Rosenberg comenta acertadamente que “[l]os medios de comunicación obedecerían, en la sociedad del Astrólogo, a la explotación más salvaje (minería y prostitución); son un dispositivo para lograr que el cuerpo se someta” (“Geopolítica”). En la sociedad del espectáculo, anota Debord que los medios de comunicación son “son su manifestación superficial más arrolladora” (15, 24) y “la instrumentación exacta que conviene a su automovimiento total” (15, 24). El Astrólogo es indudablemente consciente de esto y por eso enfatiza el potencial “milagroso” de los diarios y se dedica a pensar en la elaboración de sesiones fotográficas y, sobre todo, de una película.

Según Piglia, “[l]a sociedad secreta que el Astrólogo construye a su alrededor en *Los siete locos* es, simultáneamente, una industria de producir ‘cuentos’ y de buscar dinero” (26). En realidad, la producción de mentiras es un medio para la obtención de dividendos. Desde la perspectiva del Astrólogo, lo primero es construir las mentiras (o, podría decirse, los cuentos místicos) y difundirlas a través de los medios masivos para espectacularizarlas; luego, cuando suficientes incautos hayan creído en el efebo mesías y se hayan unido a su sociedad, se les “doblará el espinazo” y en consecuencia llegarán las ganancias. Ciertamente, como finalmente todo esto solo se desarrolla en los discursos del Astrólogo, crear mentiras y ganar dinero aparecen en las novelas como acciones simultáneas, pero si se les considera en el marco del plan de negocios del personaje, entonces es evidente que el orden es, primero, las mentiras espectaculares y, luego, como resultado de estas, las ganancias.

Por otro lado, Piglia también afirma que “Arlt no asocia —como podría pensarse— el poder del dinero con la verdad, sino con la mentira, el crimen y la falsificación: por de pronto el dinero, signo del oro, obligado a circular sin reposo, no es más que la ficción, el simulacro —o como diría Marx: el enigma— del valor” (27). Esta generalización sobre la obra arltiana se puede poner en duda en *Los siete locos* y en *Los lanzallamas*: en ambos textos, el dinero es la realidad sobre la que descansa todo el proyecto del Astrólogo, como él mismo manifiesta: “La logia tendrá un elemento de fantasía, si así se quiere llamar a todo lo que le he dicho, y otro elemento positivo: la industria, que dará como consecuencia el oro” (145). Nuevamente, todo el consumo ideológico y la construcción del simulacro adornado del espectáculo místico (la fantasía)

cobran sentido solo si se anclan a un elemento real: el dinero. Si no fuera por este, podría, en efecto, catalogarse al Astrólogo como un orate, pues todos sus planes serían nada más que delirios —o esquizofrenia ideológica— y no lo que realmente son: el diseño de una empresa lucrativa. Es verdad que, en *Los lanzallamas*, el Astrólogo falsifica dinero y es este fraude el inicio de sus problemas con la ley. Pero justamente crea dinero falso para poder quedarse con el verdadero, pues es lo único real con lo que cuenta para su proyecto y luego para escapar de la policía.

Es tan real el dinero en las novelas y tan convencido está el Astrólogo de su poder —junto con el de la mentira— que manifiesta: “Siento la imperiosa necesidad de poner en marcha esto, de reunir en un solo manajo la disforme potencia de cien psicologías distintas, de armonizarlas mediante el egoísmo, la vanidad, los deseos y las ilusiones, teniendo como base la mentira y como realidad el oro” (154). Esta idea de unir a través del dinero a gente distinta es repetida más de una vez en el discurso del Astrólogo; de hecho, ya en la sección anterior se vio la cita en que menciona que éste sería “soldadura y lastre” de su proyecto. Por eso, al revés que Piglia, yo no pienso que el dinero deba considerarse, al menos en las novelas aquí tratadas, como una ficción y, por lo tanto, igualarse al simulacro; por el contrario, creo que se busca usar la mentira (el simulacro) para llegar a la única verdad que puede tener un oportunista como Alberto Lezin: el dinero.

Ahora bien, que el proyecto del Astrólogo nunca se lleve a cabo no quiere decir que el simulacro y el espectáculo no triunfen en las novelas aquí comentadas. De hecho, lo hacen de la mano de un personaje que se había mantenido como secundario en los dos

textos: Barsut. Originalmente, él iba a ser asesinado en la quinta del Astrólogo, pero finalmente éste decide no hacerlo y, en cambio, simula su muerte en complicidad con la misma víctima y Bromberg. Esta puesta en escena, junto con la del dinero falso que le da a Barsut para que se vaya, paradójicamente terminan volviéndose en contra del Astrólogo (estos simulacros que sí lleva a cabo terminan de disolver cualquier posibilidad del que planea), pues es por Barsut que la policía lo busca. Alberto Lezin, quien preconizaba la utilidad de la mentira, termina siendo víctima de ella. Barsut, en cambio, resulta un beneficiario inesperado:

Barsut, cuyo nombre en pocos días había alcanzado el máximo de popularidad, fue contratado por una empresa cinematográfica que iba a filmar el drama de Temperley. La última vez que lo vi me habló maravillado y sumamente contento de su suerte:

—Ahora sí que verán mi nombre en todas las esquinas. Hollywood, Hollywood.

Con esta película me consagraré. El camino está abierto. (598)

Este éxito espectacular de Barsut se explica porque el personaje confiesa, hacia el final de *Los lanzallamas*, que realmente su naturaleza, como la de muchos hombres, es la de un simulador⁵⁹: “Me he analizado lo suficiente para comprender que soy una naturaleza

⁵⁹ Siguiendo la lógica cínica en la que se desenvuelven los personajes arltianos, dice Barsut: “Mi sufrimiento proviene de ser como los otros. ¿O usted cree que yo soy el único simulador que da vueltas por allí? No, hombre. Bufones, comediantes, envidiosos como yo los hay a millares por la ciudad” (557). La idea detrás de esto es que lo normal es ir por la vida representando un papel. Lo que hace la diferencia es que con algunas de estas puestas en escena se puede alcanzar el éxito, mientras con otras no. Claramente, la representación del inventor o del líder de un grupo como secreto no están entre estas últimas, acaso porque les falta mayor capacidad de engañar a la audiencia (es decir, ser más cínicos), como hace Barsut con los otros personajes y con los lectores.

grosera y cínica. Lo único que me interesan son las comedias” (551). Un poco más adelante, agrega: “Ahora tengo veinticinco [años]... pues, desde los diecisiete años que represento comedias” (553 – 554). Esta revelación de Barsut es acaso el *grand plot twist* de toda la trama que se desarrolla en las dos novelas, pues de pronto, este personaje secundario que parecía sin rumbo ni ambiciones, ridículo e incoherente cobra un cariz completamente distinto: es un gran simulador, acaso el mayor de todos los que aparecen en las novelas. Sus acciones absurdas, como seguir visitando a Erdosain pese al desprecio de éste o la cachetada que le da, de pronto adquieren un sentido: eran puestas en escena de una comedia con la que engañó a todos, incluidos los lectores. Así, el gran maestro de la mentira resulta ser él y no el Astrólogo, quien desea serlo, mas no lo logra.

En una comparación entre los proyectos (simulacros) del Astrólogo y de Barsut, Rosenberg comenta lo siguiente:

El Astrólogo, si bien invierte en un proyecto colectivo (o en varios a la vez), hace basar a éste en la preminencia de su propio genio. Por el contrario, Barsut ofrece la posibilidad de un pasaje más abierto del mundo de los productores [de imágenes] al de los comunicadores, primero mediante la escenificación de sus fantasías mediatizadas, luego mediante su participación en el relato periodístico, y finalmente a través de su colaboración en la filmación del ‘drama⁶⁰ de Temperley’. (“Geopolítica”)

⁶⁰ Llama la atención que, después de usar el término genérico de “comedia”, se use el de “drama” para representar lo que ocurrió en la quinta del Astrólogo. Esta palabra le otorga gravedad a los hechos y, por lo tanto, hace que su representación ficcional sea más atractiva para el público que la consumirá.

En otras palabras, las imágenes que Barsut representa, a diferencia de las del Astrólogo, resultan exitosas comercialmente. Este último, que pretende ser el gran director de orquesta, nunca logra distribuir sus imágenes en los medios. Barsut, en cambio, produce imágenes, las pone en práctica efectivamente sin que nadie lo sepa, lo cual prueba su efectividad, y luego, cuando tiene la oportunidad de entrar en el mercado, lo hace con éxito representando la comedia del Astrólogo. Pero, evidentemente, no la que éste pretende, sino una en la que él mismo es un personaje (probablemente uno trágico). Así como el Astrólogo se convierte en víctima de la mentira, también paradójicamente se convierte en el centro del espectáculo, pero no como director de éste, sino como el insumo de uno de sus productos: “el drama de Temperley”.

Así, en resumen, la empresa del Astrólogo requiere la construcción del simulacro de una sociedad más justa para los rechazados por el capitalismo y la sociedad preocupada por el consumo. Es un simulacro porque simula ser algo diferente a la explotación capitalista cuando en realidad es su exacerbación máxima, tanto es así que incluso pretende retroceder a los tiempos de la esclavitud, es decir, de mano de obra sin ningún tipo de derecho. Pero para que el simulacro tenga éxito, esto es, para que logre atraer gente que más tarde será explotada, es necesario difundirlo, volverlo atractivo. Para ello, el espectáculo místico del efebo divino es crucial, así como su distribución a través de los medios de comunicación, especialmente del cine. Al final, sin embargo, todo esto es nada más que una ilusión del Astrólogo quien termina siendo víctima de los simulacros que sí realiza. El ganador de todo esto es Barsut, el verdadero gran simulador de las

novelas, quien alcanza el éxito espectacular a través de su participación en “El drama de Temperley”.

CAPÍTULO 3

José Donoso: el *insólito consumismo*

Este capítulo se concentra en dos obras de José Donoso: *Tres novelitas burguesas* (1972) y *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria* (1980). La importancia de estudiar estos textos en el marco de esta tesis radica en que presentan lo que he denominado el *insólito*⁶¹ *consumismo*, es decir, eventos que no son normales, que son inauditos y que sirven para reflejar sarcásticamente lo ridícula y frívola que puede ser la conducta de quienes se han entregado al consumo excesivo y connotativo, y han cifrado sus existencias en torno a esta actividad. En otras palabras, uso del *insólito consumismo* permite presentar situaciones que resaltan lo absurdo de tener al consumismo como el centro de la vida y lo vacuos que son aquellos cuyas existencias se definen por “el lenguaje de los objetos”.

Se debe precisar que los textos estudiados aquí no resultan una novedad con respecto a su temática dentro de la obra de Donoso. Borinsky llama la atención sobre este asunto a partir de un comentario sobre el personaje de la marquesita de Loria: “La

⁶¹ Es difícil encontrar un adjetivo teóricamente adecuado para describir las situaciones fuera de lo común que presentan tanto *Tres novelitas burguesas* como *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria*. La taxonomía de Todorov entre lo fantástico, lo maravilloso y lo extraño es rígida e insuficiente (es el defecto de cualquier enfoque estructuralista), es decir, lo que plantea Donoso no calza en esos esquemas. Por eso, utilizo el término *insólito* en el sentido flexible que le dan Teresa López—Tellis y Ricard Ruiz Garzón en su antología *Insólitas: Narradoras de lo fantástico en Latinoamérica y España*: “todo aquello que resulta extraordinario. Lo que se sale de lo común, lo inusual, lo fabuloso o lo inexplicable: lo que aspira a ir más allá de la realidad” (XI). Esta definición, muy cercana a la definición del diccionario y, por lo tanto, sin mucha densidad teórica, resulta muy útil para describir lo que ocurre en las obras de Donoso: situaciones inexplicables que, como planteo en este capítulo, sirven para ironizar sobre el consumismo y, la vez, criticarlo.

manufacturación que Blanca hace de sí misma a través de la adquisición de objetos es parte de una sostenida meditación sobre el consumo que permea la obra de Donoso” (999). En efecto, no es infrecuente en la obra de Donoso una preocupación por la relación entre las personas y las cosas⁶². En esta dinámica, la presencia de las últimas resulta importante para el desarrollo de la trama, como, por ejemplo, la acumulación de objetos en el convento y los paquetitos de las viejas de *El obsceno pájaro de la noche* (1970).

Asimismo, estas dos publicaciones continúan la reflexión donosiana en torno a la aparente imposibilidad de la autenticidad y de la consecuente creación de la personalidad. En uno de sus diarios, Donoso es muy claro en su concepción de que la autenticidad y, por añadidura, la personalidad no existen:

Lo que hay detrás del rostro de una máscara nunca es un rostro. Siempre es otra máscara. Las máscaras son tú, y la máscara que hay detrás de la máscara también eres tú y así sucesivamente y con todas las otras. . . Las distintas máscaras son funcionales, las usas porque te sirven para vivir. Yo no sé qué eso de la autenticidad. Lo que sí creo es que la vida humana consiste en un refinado y complejísimo sistema de enmascaramientos y simulaciones. (37 – 38)⁶³

Tanto en *Tres novelitas burguesas* como en *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria* todas las máscaras que utilizan los personajes están relacionadas al consumismo,

⁶² Esta preocupación también estaba en la vida del autor, como se muestra en el siguiente comentario de su diario que se encuentra en el libro *Correr el tupido velo* (2009), editado por su hija, Pilar Donoso: “Navidad habitual familiar, esta vez en casa de Pablo y la Lucha. Miles —demasiados— de regalos, totalmente sociedad de consumo, una locura” (21).

⁶³ Este es un fragmento de uno de los diarios de Donoso. Pertenece a los años finales de su vida.

lo que reafirma que no hay autenticidad, pues la personalidad de los personajes depende de elementos externos: los objetos. Esto va de la mano de una crítica social que, si bien se manifiesta en clave humorística, no por eso deja de ser contundente. De hecho, el humor que se utiliza es bastante cáustico, como también es usual en Donoso⁶⁴.

Las dos obras analizadas se sitúan en España. *Tres novelitas burguesas* transcurre en el circuito burgués de la Barcelona de los años setenta que Donoso conoció muy bien y *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria* se sitúa en la aristocracia madrileña de los años veinte. Para efectos del itinerario de consumo que plantea esta tesis esto resulta muy conveniente, pues sin dejar de ser parte de la literatura chilena, estos textos reflejan el consumo y el consumismo en contextos distintos al Latinoamericano, y demuestran que finalmente las vidas entregadas a ellos sufren la misma alienación y son igualmente frívolas y vacuas en distintos espacios.

Cabe precisar que estas novelas demuestran que Donoso escribe con plena consciencia de la sociedad de consumo y el modo en que esta influye en las conductas de los personajes. De hecho, *Tres novelitas burguesas* puede leerse como una crítica a una burguesía supuestamente culta que, en realidad, vive enamorada de los objetos, los consume connotativamente y usa la cultura solo como una moda que pueden presumir. *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria* transcurre en los “locos años 20”, pero retrata claramente la creación de una identidad a través del consumo desmedido, algo que, sin duda, es una constante en la sociedad de consumo.

⁶⁴ Otros ejemplos de este humor corrosivo son sus textos sobre el boom: el ensayo *Historia personal del boom* (1972) y la novela *El jardín de al lado* (1981). En ambos, el fenómeno literario es tratado con bastante sarcasmo que, muchas veces, va enfocado contra el propio autor.

El análisis en este capítulo se divide en dos secciones, una para cada novela. Este orden de análisis de los textos no solo responde a un orden cronológico, sino también evolutivo: *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria* supone una sofisticación del *insólito consumismo*, pues se relaciona con con la metáfora del perro Luna como representante del deseo sexual desaforado de Blanca. Es decir, en esta novela no solo se trata de presentar una situación insólita —la presencia insólita del perro y la desaparición de Blanca— para destacar lo absurdo del consumismo, sino que forma parte de una estructura de significación más compleja (la metáfora) que se va construyendo en la novela.

3.1. Tres novelitas burguesas: identidad(es) a través de los objetos

El narrador de *Chatanooga Choochoo*⁶⁵, la primera de las tres novelitas, se pregunta lo siguiente: “[¿]qué protección era necesaria en este agradable mundo que habitábamos, donde el mal no existía porque todo era inmediatamente digerido?” (12). En efecto, aparentemente no acecha ningún peligro externo en ese mundo burgués, pretendidamente aséptico, donde todo es rápidamente consumido (digerido). Lo que muestra esta novelita (y las otras dos), a través del humor cáustico de Donoso y del *insólito consumismo*, es que el verdadero peligro es interno, es decir, radica en la rutina, la frivolidad, el esnobismo y el aburrimiento propios de la burguesía retratada en esta y las otras novelitas.

⁶⁵ El título hace alusión a la canción del mismo nombre escrita por Mack Gordon y popularizada en la película *Sun Valley Serenade* (1941).

Chatanooga Choochoo se centra en dos matrimonios que mantienen una relación de amistad superficial: el de Magdalena y Anselmo, y el de Sylvia y Ramón. Un día, Anselmo pasa la noche en la casa de campo de sus amigos, pues está interesando en comprar una casa en esa urbanización desarrollada por Ramón, quien es arquitecto. Ramón parte de improviso sin dar mayor explicación, por lo que se quedan solos Anselmo y Sylvia, quien antes se había ido a descansar temprano. A la mañana siguiente, Anselmo descubre aquello que inaugura el *insólito consumismo* en el relato: Sylvia, quien trabaja como modelo, en realidad es una muñeca desmontable, pues para existir necesita que se le unan las partes (miembros) e, incluso, que se le dibuje el rostro. Ramón se sorprende de esta realidad cuando ve a Sylvia sin brazos, sin rostro y sin oídos en su habitación, pero la acepta como si fuese factible en el mundo en el que vive: “debo decir que no [estuve] demasiado sorprendido: en ningún momento pensé que se las hubieran arrancado o cortado [las orejas], sino simplemente que no las llevaba puestas” (38).

A Ramón le gusta la condición de muñeca desmontable de Sylvia, pues esta configura una nueva etapa de la mujer-objeto: deja de ser una metáfora para convertirse en una realidad en la que los hombres literalmente pueden poseer a las mujeres que se han convertido en muñecas que pueden armar y desarmar a su antojo:

El poder del hombre, que no corta lengua ni pone cinturones de castidad por ser procedimientos primitivos, sino que sabe quitarle o ponerle la boca para someterla, desarmarla quitándole los brazos, el pelo en forma de peluca, los ojos en forma de pestañas postizas, cejas, sombras azules, quitarle mediante algún interesante mecanismo el sexo mismo para que lo use sólo en el momento en que

uno lo necesita, que todo, todo en ella depende de la voluntad del hombre. . . era una emoción verdaderamente nueva, *como si mi fantasía la hubiera venido buscando desde el fondo del tiempo para encontrarla aquí*. (43; mi énfasis)

La fantasía que Anselmo dice suya es, por supuesto, la vieja fantasía masculina de dominación sobre la mujer. Por ello, como anota Calaf de Agüera, “Sylvia es una mujer ideal, porque puede ser usada como objeto, como un juguete o como un instrumento” (481). La dimensión de *insólito consumismo* que presenta la novelita propone que este deseo masculino de poseer a la mujer-objeto se materializa como nunca lo había hecho (esto solo es posible en una sociedad de consumo en la que los objetos son lo más importante; de lo contrario, no tendría sentido). Por eso, Anselmo afirma, con razón, que los viejos métodos de control como el cinturón de castidad ya son obsoletos. Todo esto está en clave de humor, el cual tiene como intención ridiculizar tanto el deseo masculino de dominación sobre la mujer como a una burguesía cuya dependencia de los objetos se filtra incluso en sus relaciones íntimas.

Sylvia es consciente de cómo la posibilidad de ser armada satisface el deseo masculino de dominación: “Puedo tener mil caras y la posibilidad de darle a mi hombre, como le doy a Ramón y ahora a ti, la sensación de que son capaces de enamorar a muchas mujeres, a todas las mujeres, que es lo que los hombres quieren” (51). La posibilidad de cambiar de rostro, es decir, de mantenerse siempre novedosa es muy conveniente en la sociedad de consumo, pues en ella la novedad es imperiosa para no pasar de moda y ser descartado. Esto se vuelve mucho más crítico en una modelo como Sylvia, que ya por su

propio oficio tiene un cariz de mercancía⁶⁶, puesto que, si pierde su carácter novedoso, pierde su atractivo, es decir, su valor en el mercado (uno masculino en este caso).

Ahora bien, se debe precisar que la mujer como muñeca desmontable cumple el deseo de dominación masculino de manera pírrica. Es decir, el hombre ciertamente puede configurarla a su antojo y utilizarla cuando quiere (la posee como podría poseer cualquier otro objeto), pero en una sociedad de consumo (y, más aún, en el medio de una burguesía cuyo sentido lo dan los objetos), el hecho de ser objeto le confiere poder a la mujer-objeto, como el mismo Anselmo manifiesta: “la mujer adjetivo, la mujer decoración, la mujer desmontable y plegable que presenta todas las comodidades de la vida moderna, privada de todo, hasta de individualidad y unidad. . . [es] por eso poderosa” (70).

Paradójicamente, la muñeca desmontable es un sueño de dominación hecho realidad, pero, al mismo tiempo, dado el contexto de la sociedad de consumo en el que surge, el hecho de configurarse como un objeto deseable, capaz de mantenerse vigente en el mercado dada su capacidad de siempre ser una novedad, le otorga realmente a ella el poder de dominar. Como muestran esta novelita y las otras dos, los burgueses dependen de sus objetos (estos los definen); en consecuencia, la desmontable Sylvia realmente es quien domina a Ramón, a Anselmo y a cualquier otro hombre que la encuentre atractiva por ser un objeto.

El gusto por la mujer desmontable hace que Anselmo inicialmente desee que su esposa también lo sea: “sentí crecer la certeza de que con un trapo podría borrarle la cara

⁶⁶ Las celebridades, entre las cuales se puede incluir a las modelos, se configuran como objetos de consumo en la lógica de la acumulación de las sociedades capitalistas: “The desire for wealth creates an overheated culture in which celebrities are constructed as commodities for economic accumulation” (Rojek 94).

a Magdalena, quizás incluso desarmarla pieza por pieza para que en los momentos cunado se ponía intolerablemente peligrosa, yo pudiera guardarla plegada, desarmada, en una caja y así poder seguir viviendo sin molestias” (68). Luego, cuando confirma que ella no es como Sylvia, se molesta: “sufrí una desilusión que me hizo despreciarla al ver que al limpiar toda la crema quedaron sus cotidianas facciones” (73). Esta decepción, sin embargo, no dura mucho, pues Anselmo luego cambia de opinión e incluso siente un “acceso de agradecimiento” (73) cuando corrobora que el rostro de Magdalena “era fijo, eterno, no una máscara cambiante, no una muñeca que si se rompía podía suplantar por otra, que si aburría se podía desarmar y guardarse en un cajón” (73).

El cambio de opinión de Anselmo se puede entender bajo la lógica de la distinción. Ciertamente, el que Magdalena sea una muñeca desmontable como Sylvia le resulta ventajoso, pues podría disponer de ella a su antojo, es decir, podría convertirla en un objeto que usa solamente para su placer. Sin embargo, eso la vuelve un objeto reemplazable por otro, esto es, un objeto corriente, producido en masa. Que Magdalena sea única, en cambio, le otorga exclusividad y, por añadidura, distinción. Anselmo, pues, prefiere una esposa única que lo distinga de otros como Ramón que tienen esposas que, aunque bellas como Sylvia, no son exclusivas, únicas, sino reemplazables.

El humor cáustico de la novelita se centra en el hecho de que la alegría de Anselmo por la mujer-objeto dura poco. Después de mantener relaciones sexuales muy placenteras con Sylvia, la muñeca desmontable, cuyos brazos no se sabe dónde los ha

escondido Anselmo⁶⁷, descubre que ella le ha quitado —le ha desmontado— su miembro viril o que se lo ha borrado con *vanishing cream*⁶⁸. En otras palabras, la mujer-objeto ejerce su poder sobre él que, después de aparentemente haber sido el dominador, se convierte en un eunuco. Esta situación lo enfurece:

Mientras me secaba, una gran ira de ser yo un muñeco en las manos de las mujeres me hizo restregarme la piel con tanta energía que mi carne quedó rojiza: usarnos, sí, eso es lo que quieren, y para eso el gran acto de la sumisión, y cuando uno se somete o es seducido lo primero que hacen es desmontarle la virilidad, como el caso de Sylvia esa noche en la urbanización. (86)

Cínicamente y, por supuesto, de modo machista, Anselmo se indigna por ser tratado como un objeto cuando eso mismo le parece una gran ventaja en el caso de las mujeres. Pero ni el cinismo ni el humor de la novela explican totalmente su molestia. A diferencia de Sylvia, ser un objeto a él no le reporta ningún beneficio (él no es un modelo al que le conviene siempre ser una novedad) ni le otorga ningún poder. Al contrario, ser un muñeco desmontable lo vuelve vulnerable, dominado por las mujeres a las que él desea

⁶⁷Anselmo descubre que la falta de brazos de Sylvia es muy conveniente no solo para ella, sino para todas las mujeres: “medité que de veras los brazos no agregan absolutamente nada a la belleza ni a la sensualidad femenina, y son, en ciertos momentos, un estorbo: al fin y al cabo, toda Venus que se respeta se encarga de perder sus brazos; por algo será, no va a ser un simple accidente histórico” (49). En este punto de la narración, Anselmo está feliz porque siente que se ha cumplido el sueño poseer y dominar a la mujer objeto. Por eso, como si estuviera hablando de un electrodoméstico, hace consideraciones de qué elementos pueden quitársele para mayor eficiencia.

⁶⁸ Al inicio, Anselmo cree que Sylvia le ha borrado su sexo con *vanishing cream*, pero luego la narración revela que este ha sido desmontado. Esto resulta ilógico no porque no pueda ocurrir (es parte de la lógica de la novelita que haya personas desmontables), sino simplemente porque Sylvia no tiene brazos durante su encuentro con Anselmo, con lo cual la operación de “desarmar” el miembro de Anselmo resulta muy complicada.

dominar. De allí su molestia contra ellas: “¿Todas las mujeres, entonces, querían adueñarse de mí, cada una de su sección?” (59). A él, que comenta haber fantaseado con la mujer-objeto, es decir, con la dominación, la objetivización le resulta humillante. Tanto es así que después de que Sylvia le desmontara su miembro viril, deja de trabajar y de salir, y evita a toda costa mantener relaciones sexuales con Magdalena para que ella no se dé cuenta de lo que le falta. Lo que busca Anselmo con su encierro es no exponerse a seguir siendo desmontado.

La vuelta de tuerca irónica de la novela, sin embargo, no es lo que le sucede a Anselmo, sino la corroboración de que, en realidad, los hombres, como teme Anselmo de sí mismo, son los objetos utilizados por las mujeres a su antojo y conveniencia, y no viceversa. Esto se revela cuando Anselmo acepta un masaje de Magdalena y sucede lo siguiente: “Magdalena era cuidadosa y ordenada y uno de los artes más extraordinarios que poseía era el de hacer maletas: plegó tan bien cada pieza de su marido, que todo cupo perfectamente en un maletín bastante pequeño” (91). En este punto del relato, el foco de la narración pasa de la voz en primera persona de Anselmo a este narrador omnisciente que brevemente le cede su espacio a Magdalena, quien termina por confirmar la ironía:

¡Que no fueran tontos [los hombres]! Que tuvieran cuidado, porque en esos cafés donde a la hora en que los hombres trabajaban se reúnen las mujeres a fumar y charlar y pasar la mañana, lo que hacen es otra cosa, pasarse la sabiduría unas a otras como Magdalena le transmitiría mañana a Marta la sabiduría que le transmitió Sylvia; era intrigar, envolver, perfeccionar sus artes en ese fondo de

sabiduría común que proporcionaba la chismografía de ingenua o sosa apariencia.

(93)

Así, entonces, la novelita se burla del deseo masculino de dominación al demostrar que los dominados en verdad son ellos, y a diferencia de las mujeres, el ser muñecos desmontables, es decir, objetos no les otorga ninguna ventaja ni ningún atractivo. Prueba de ello es que, al final de la novelita, Anselmo y Ramón cantan mecánicamente *Chatanooga Choochoo*, como dos muñecos parlantes, esto es, sin ninguna gracia. Por eso, pasan inadvertidos por quienes los rodean. En cambio, cuando, al inicio de la novelita, son Sylvia y Magdalena las que cantan, reciben la atención y la admiración del auditorio. En esa ocasión, Anselmo consideró que Magdalena se había vuelto una “una vulgar y vacía muñeca estilo *forties*” (23). Al final, esta descripción resulta ser cierta, pero no para calificar a Magdalena ni a Sylvia, sino a él mismo.

Finalmente, una reflexión que también es posible formular a partir de *Chatanooga Choochoo* es que, si todos son muñecos, es decir, objetos, entonces son entidades vacuas, sin sustancia, insulsas. Su frivolidad, entonces, no es una conducta, sino una esencia⁶⁹. En

⁶⁹ En un artículo dedicado exclusivamente a esta novelita, Norma Helsper, afirma que [t]he Utopian impulse behind *Chatanooga Choochoo* is a search for more humanized relations between the sexes. Donoso realizes that this will entail ceding power to women, but on some level (the level of his political unconscious) he knows that until women have a basis for their power that is material and legitimated, any kind of equality will be impossible. (65)

Más allá de que es bastante cuestionable hacer aseveraciones en torno a las intenciones inconscientes de un autor con respecto a determinada obra, me parece que interpretar esta novelita como un impulso utópico que busca relaciones más humanas entre los sexos es ir muy lejos e ingenuamente optimista. A través de estos personajes ridículos que son parte de un universo *insólito consumista*, Donoso se burla del deseo de dominación masculino y de la frivolidad de la burguesía, cuyos miembros son simples muñecos sin mayor sustancia. En ese sentido, más que una utopía, lo que se presenta es una distopía: una sociedad cuya clase dirigente burguesa es intelectual y espiritualmente vacua no tiene un buen futuro. Del mismo modo, si las relaciones sentimentales se basan en desmontarse a conveniencia y en buscar en el otro la novedad constante, como ocurre con los objetos en el mercado, tampoco se augura un futuro promisorio.

ese sentido se parecen a Blanca, la marquesita de Loria, quien también es un personaje vacuo, que depende del consumo para poder existir.

En *Átomo verde número cinco*, aparece la pareja compuesta por Roberto y Marta, amigos de Magdalena y Anselmo. No tienen hijos y, después de quince años, se han mudado a un piso propio que han decorado con cuidado. Desde el inicio de la novelita, queda claro que la pareja mantiene una relación fetichista con los objetos, que, de alguna manera, se han vuelto un sustituto de los hijos (así como algunos matrimonios adoptan mascotas para compensar la falta de descendencia, ellos acumulan objetos para suplir la misma carencia). Así, por ejemplo, el narrador comenta lo siguiente sobre Roberto cuando se queda solo en su piso un domingo por la mañana: “El lujo de esta mañana solitaria sin nada que hacer levantó dentro de él *una marea de amor* hacia todas sus cosas, desde los cojines negros en las esquinas del sofá habano y las lámparas italianas de sobremesa que eran como esculturas de luz pura, hasta ese cuarto que lo espera con el yeso desnudo como lujo final” (111; mi énfasis). Un poco más adelante se enfatiza el fetichismo con los objetos:

Lo que le apetecía en ese momento era ver, ver y tocar y quizás hasta acariciar y oler los objetos de su piso nuevo, entablar con ellos una relación directa, propia, suya, privada; cometer, por decirlo así, adulterio con ellos en ausencia de su mujer y conocerlos como a seres íntimos con los que —seguramente, si el mundo no cambiaba mucho ni él tampoco— viviría por el resto de sus días. (112)

Aunque sobre Marta no se describe el mismo sentimiento intenso por los objetos, es obvio que su relación con ellos también es importante, es decir, que también posee una

lógica de dependencia con ellos. Si no fuera así, la trama de la novelita no podría desarrollarse. Esta consiste en que varios objetos del piso nuevo van desapareciendo, empezando por un cuadro pintado por el mismo Roberto. Siguen un candelabro, una bombilla, una trituradora, un mueble japonés laqueado. La dimensión *insólito consumista* se introduce inicialmente de dos maneras: en primer lugar, quienes se llevan los objetos no son ladrones, sino algunos desconocidos y otros conocidos —Anselmo y Magdalena entre ellos— de la pareja; lo hacen sin esconder el acto, es decir, como si fuera una acción natural, cotidiana. En segundo lugar, Marta y Roberto no reaccionan de inmediato ante quienes los despojan; al contrario, se limitan a observar ofuscados, no se atreven si quiera a hacer un comentario. En suma, la novelita presenta, a través del *insólito consumismo*, un universo absurdo en el que una pareja burguesa, apegada a sus objetos, va poco a poco siendo despojada de ellos sin que sean capaces de defenderse.

Ahora bien, la desaparición de los objetos posee una connotación profunda para Roberto y Marta: supone la desaparición de ellos mismos, pues son lo que les dan sentido a sus vidas y a su matrimonio. Por eso, cuando piensan que pueden recuperarlos, sienten un gran alivio: “era como soñar con la paz y el descanso que proporciona el lenguaje de los objetos queridos que sirven como puentes para comunicarse, o como máscaras que los protegieran de la desnudez hostil que habían estado viviendo desde hacía tantos días” (172). Este pasaje sintetiza muy bien el sentido de la novelita, pues evidencia el absoluto nivel de dependencia de los personajes con respecto a los objetos: sin ellos están desnudos en el mundo, es decir, no tienen identidad y quedan en total desamparo. Asimismo, sin objetos no pueden comunicarse: estos les permiten crear un código, un

lenguaje común. Por todo esto, se entiende que para Marta y Roberto el hecho de que sus objetos desaparezcan no es un simple robo tras el cual se puede seguir viviendo, sino una catástrofe que los disuelve. Así, entonces, cuando ven que distintas personas se llevan sus objetos queridos lo que están viendo, en realidad, es su propia disolución. Esto, por supuesto, acentúa lo insólito: los personajes están impávidos ante su dilución.

Por otro lado, la desaparición de los objetos no solo supone un conflicto de Marta y Roberto con el mundo exterior que, por alguna razón desconocida ha decidido despojarlos, esto es, disolverlos, sino también uno al interior de la pareja que componen. La crisis matrimonial que atraviesan es, en el fondo, una crisis de posesión, pues, como Roberto deduce, si bien a lo largo de quince años de matrimonio han acumulado muchos objetos, no es posible identificar al poseedor:

Claro que después de quince años de matrimonio ya no tenían cosas que realmente le pertenecieran a él como diferentes a las que le pertenecían a Marta. Ése era el problema: que en sus largos años de convivencia se habían confundido sus fronteras a costa de tanta consideración y de tan abundantes sentimientos positivos, ya ninguno de los tenía nada. (169)

Este descubrimiento agrava la crisis, pues ya no solo son el cuadro, el candelabro, la trituradora, la bombilla, etc. los objetos que la pareja ha dejado poseer; ahora son todos. En ese sentido, el trasfondo de la reflexión de Roberto es que no es lo mismo acumular que poseer. En sus años de matrimonio, Marta y él acumularon muchos objetos, pero

nunca se ocuparon de determinar quién poseía qué⁷⁰. A partir de este momento, el rencor y desconfianza se convierten en los elementos determinantes de la relación matrimonial y explican el desenlace violento de la novelita.

Tan grave es la crisis de posesión que cuando a Marta le deben cortar un dedo meñique por un accidente de tránsito que ocurrió mientras trataba de alcanzar a un camión de mudanzas que se llevaba de su piso un mueble antiguo, acusa a Roberto de habérselo robado: “Devuélveme el meñique que perdí por culpa tuya porque tú me lo robaste” (187). Roberto, por su parte, piensa también que Marta planea despojarlo: “era como si Marta despertara en la noche y rondara por la casa, quizás con el fin de comprobar si otras cosas habían desaparecido sin que ella se diera cuenta... o devanándose los sesos para descubrir algo que fuera realmente de Roberto y en lo que ella no participara, y así robárselo y destruirlo” (171). De esta manera, de ser una pareja sólida con quince años de matrimonio, se convierten en dos enemigos que sospechan uno del otro. Asimismo, de ser dos burgueses ejemplares, se vuelven dos seres aislados, temerosos del mundo, incapaces de seguir funcionando socialmente⁷¹. Esto es lógico:

⁷⁰ Es significativo que sea el cuadro *Átomo verde número cinco* el primer objeto del que los despojan. Se supone que este es un regalo de Roberto para Magdalena, es decir, a diferencia de los demás objetos, este sí tiene un poseedor claro. Se puede inferir, por ello, que, si el cuadro no hubiese sido tomado, al menos habrían tenido un objeto con el cual trazar una línea de propiedad y no caer completamente en la ambigüedad de la no-posesión, que finalmente exacerba su desesperación y el rencor mutuo.

⁷¹ En su reseña sobre la novela, Kirsten F. Nigro afirma que Roberto y Marta “have been reduced to ‘imbunches’, like the children in *El obsceno pájaro de la noche*” (75), pues, aunque no corren la misma suerte que los niños de la novela, siguen el tema donosiano de personajes que vampirizan la personalidad de otros. En este caso, Marta y Roberto se vuelven imbunches no por brujería, sino por las otras personas que se han llevado sus objetos. Al despojarlos de estos, los despojan de su personalidad y, en consecuencia, quedan tan inertes como los imbunches de *El obsceno pájaro de la noche*.

toda su identidad gira en torno a la posesión de objetos; cuando ya no los tienen, queda el vacío.

Desde este punto de vista se puede entender el sentido que posee el cuarto vacío que Roberto deja en el piso nuevo y que no sabe cómo utilizar, es decir, que no sabe con qué clase de objetos llenar. Al inicio de la novelita, no se entiende bien el sentido de esta habitación ni del celo con que Roberto la cuida. Sin embargo, cuando se descubre la dependencia existencial que Marta y él tienen con los objetos, se puede inferir que la vacuidad de esta habitación es una metáfora del vacío esencial⁷² de los personajes. Al igual que el cuarto, ellos solo adquieren sentido cuando se llenan de objetos. Sin estos, son como la habitación vacía: absurdos, inútiles, sin identidad, incapaces de transmitir un mensaje. Se entiende, por todo esto, que Roberto reconozca que el cuarto vacío es un espejo, *su* espejo: “este es un cuarto vacío que es mi espejo” (116).

Hacia el final de la novelita, surge la posibilidad de recuperar los objetos. Aparece un papelito con un nombre que Marta y Roberto creen es el nombre de la calle donde se encuentra un almacén en el que se halla aquello de lo que han sido despojados (en realidad, es el nombre que Roberto había pensado ponerle al cuadro *Átomo verde número cinco*, pero están tan desesperados que ese papelito se convierte de pronto en una pista que los puede conducir a donde están sus objetos, es decir, sus personalidades). Deciden ir de inmediato. El trayecto es bastante bizarro: primero, les parece que el conductor de taxi que los lleva al destino es el primer hombre que les quitó un objeto; luego, llegan a

⁷² Así como el *insólito consumismo* será más sofisticado en *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria*, también lo será la vacuidad: Blanca es un personaje más complejo los burgueses de las novelitas.

una zona aparentemente industrial con grandes muros y calles angostas; después, cuando encuentran la dirección, el taxista baja con ellos y los guía por una serie de vericuetos, lo que los hace pensar que están siendo víctimas de una emboscada, por lo que atacan al taxista y lo desvalijan. En este punto pareciera que los personajes han tocado fondo, pues se convierten en un par de ladrones de poca monta desesperados por conseguir objetos sin importar el poco valor. Sin embargo, se degradan aún más: el narrador comenta que, después de acusarse mutuamente de haberse apoderado del papelito con la dirección —se aferran a él como si fuese una tabla de salvación— e insultarse por ello, terminaron

arañándose hasta hacerse sangrar, arrancándose más cosas, golpeándose con un palo encontrado en el suelo, magullados, en harapos, las manos crispadas sobre jirones, sobre el terror, apretando trozos del otro a quien odiaban con un odio que iba montando hasta anular todo lo demás, mechones de pelo, eso es mío, no, esto es mío, no es tuyo, es mío, entrégamelo, has vivido a costa de mi trabajo toda la vida. (186)

Esta pelea es una lucha por la supervivencia, como la de dos bestias que se disputan un trozo de carne. No sorprende, por ello, que, al final del texto, se diga que, tras quedarse desnudos, estaban “unidos sólo por la mirada de fierro, retrocediendo encogidos y pálidos *como dos animales* que se separan justo en el momento antes de lanzarse uno encima del otro para destrozarse o poseerse, o antes de dar vueltas las espaldas y huir aullando de terror hasta perderse por el inmenso escenario” (188; mi énfasis). A pesar del humor, la imagen de los personajes que brinda la novelita con este final es bastante contundente: sin la posesión de objetos son solo unas bestias, unos animales, es decir, no hay en ellos

ninguna interioridad, ningún intelecto ni espiritualidad que los defina o a los que puedan recurrir para generar su identidad. Ellos dependen enteramente de los objetos para definirse, esto es, dependen de elementos externos, pues internamente son vacuos. Son, pues, como los personajes de *Chatanooga Choochoo*: muñecos.

Calaf de Agüera comenta que “[l]os objetos de que son desposeídos Marta y Roberto son las máscaras o formas civilizadas de la burguesía que ocultan la animalidad de la persona” (482). En efecto, la progresiva desaparición de objetos es directamente proporcional a la desaparición de la personalidad y de los rasgos de civilización hasta llegar a lo más primitivo. Esto prueba que no hay ninguna esencia que los pueda definir como individuos; todo es materialista. Su existencia civilizada se cifra en los objetos; sin estos, son animales. Donoso, entonces, incide en la superficialidad de la burguesía, en su falta de esencia.

Ahora bien, Marta y Roberto, al igual que los otros personajes de las novelitas, no son entidades aisladas ni casos raros, sino que son representativos de una burguesía plenamente instalada en un capitalismo en el que el consumo es más importante que la producción. A través de ellos, Donoso se burla de su frivolidad, de su vacuidad, pero también se puede inferir una advertencia: una vida entregada lujuriosamente al consumo desmesurado de objetos supone una deshumanización, la vuelta a un estado bestial.

La última novelita, *Gaspard de la Nuit*, trae una novedad con respecto a las anteriores: se plantea la búsqueda de autenticidad en medio del contexto consumista⁷³.

⁷³ Este tema es especialmente importante en el marco de este trabajo, pues la reflexión en torno a lo auténtico en medio de un entorno consumista que conlleva a la alienación es un tema que se trata con

Vuelve a aparecer el personaje de Sylvia, la muñeca desmontable, pero esta vez en una faceta que hubiera parecido imposible en ella: la de madre. El narrador cuenta que tiene un hijo de dieciséis años, Mauricio, a quien dejó con su padre, el exmarido de Sylvia, a los ocho años para irse a Barcelona y perseguir una carrera como modelo. Mauricio acude donde su madre a pasar el verano, pues su padre y su abuela no pueden hacerse cargo de él durante este período.

La relación entre Sylvia y su hijo es difícil desde el inicio⁷⁴, pero no por algún resentimiento generado por los años de ausencia, sino porque Mauricio, a diferencia de su madre y de su entorno, no habla el lenguaje de los objetos. Más bien, a él solo le interesa silbar *Gaspard de la Nuit* del modo más perfecto posible y pasear por la ciudad tratando de conectar con otras personas a través de su silbido. Esto, por supuesto, a Sylvia le parece inquietante, desconcertante y, finalmente, desesperante, pues la única herramienta que posee para establecer comunicación con su hijo es el lenguaje de los objetos, lo cual, por supuesto, es completamente lógico siendo ella misma un objeto. De allí su siguiente queja contra Mauricio: “Le ofrecí una moto y no la quiso, uno de esos vestinos preciosos... cualquier chiquillo hubiera estado feliz” (209). Más adelante, esta queja se

detalle en el último capítulo. Si bien en las novelas que retratan la sociedad de consumo en sus distintas etapas son recurrentes los personajes entregados al consumo desmedido, aparecen también quienes no se dejan llevar por este y se embarcan en la difícil búsqueda de lo auténtico.

⁷⁴ Nigro considera que la discordancia entre Sylvia y Mauricio se basa en la confrontación de la vida liberal de ella versus el conservadurismo de él: “a very modern divorcee, feels alienated from his teenage son because he does not have long hair, ride a motorcycle or enjoy rock music. She is the rebel who talks in clichés about commitment and sexual freedom, whereas her son Mauricio, conservative and withdrawn, is a strange lad who enjoys whistling Ravel’s *Gaspard de la nuit*” (74). En realidad, es al revés: Sylvia es la conservadora, pues defiende los valores y las modas burguesas (adherirse a ideas de avanzada es una de ellas), mientras que su hijo es el verdadero rebelde, ya que se resiste la vida burguesa a través de su simpleza y de su silbido.

vuelve una recriminación directa a su hijo, sordo y mudo en el lenguaje de las cosas: “Te ofrezco lo que quieras, un veraneo en la playa más divertida de Europa, una moto, ropa, paseos, dinero, todo, y tú lo rechazas. Todo en ti es negativo, hostil...” (259).

De este modo, el rechazo de Mauricio supone, por añadidura, un desprecio a lo más esencial de su madre y todo lo que ella representa. Al mismo tiempo, un hijo no enamorado de los objetos le resulta a Sylvia no solo un enigma, sino también un sinónimo de insulsez: “Nada. No eres nada. Es como si fueras transparente, resbaladizo. No tienes personalidad, eso es lo que pasa. Como una hostia sin consagrar” (258). Por supuesto, en un contexto donde imperan la moda, el esnobismo y la friavolidad, alguien que solo silba y que usa siempre la misma ropa anodina, camisas celestes y pantalones de drill comprados en las ordinarias Galerías Preciados, resulta también insignificante.

A Sylvia le parece que la indiferencia de Mauricio por los objetos —incluida ella— es producto de la educación estricta, incluso castrante, que ha recibido de su padre y de su abuela paterna. Por eso, guarda la esperanza de que el contacto con otros jóvenes podría “arreglar” a Mauricio: “Pobre hijo mío. Tienes que cambiar, hijo, sí, en la playa, cuando conozcas a muchachos y muchachas *normales* de tu edad” (233; mi énfasis). Obviamente, para Sylvia lo normal sería que su hijo vistiera a la moda y aceptara los objetos que ella quiere regalarle. En ningún momento ella considera que su hijo busca ser auténtico, que su rechazo a los objetos es acaso muestra de una personalidad que busca construirse sin la contaminación del consumismo. Al contrario, para ella la falta de interés de Mauricio por el mundo de los objetos es una tara, una rareza, un síntoma, paradójicamente, de vacuidad. No se podría pretender, sin embargo, que Sylvia pensara

de modo distinto, pues ella, finalmente, es un objeto más en la sociedad de consumo. En ese sentido, la autenticidad es un concepto que ni siquiera puede concebir. Como se vio en *Chatanooga Choochoo*, ella es una muñeca cuyo rostro depende lo que muestra la revista *Vogue*. La autenticidad para ella es imposible, paradójica, ya que si fuera auténtica no sería una exitosa muñeca desmontable. Aún más: simplemente, no sería.

Mauricio, a pesar de los espavientos de su madre-objeto, no se inmuta ante el estupor que su sencillez despierta, pues su proyecto es otro: pasear, silbar y encontrar autenticidad mientras realiza estas actividades. La novelita le da la oportunidad de lograrlo a través de la inserción del *insólito consumismo*: un día, mientras camina por una zona boscosa de Vallvidrera, encuentra a un muchacho indigente idéntico a él. Llega hacia este, porque su doble pobre también silba y en días anteriores ya se habían comunicado a través de ese sonido, aunque sin llegar a encontrarse. A pesar de lo bizarra de la situación, cuando Mauricio lo ve por primera vez y descubre que es su doble, no se sorprende, pues se trata de un encuentro esperado: “Mauricio se inclinó sobre el muchacho para examinar su rostro: igual al suyo. Mauricio no experimentó ningún sobresalto porque era como si lo hubiera estado esperando” (263).

De antemano, podría parecer que el doble es pernicioso para Mauricio porque este le robaría la identidad y le impediría, por lo tanto, alcanzar la autenticidad que él busca. De hecho, al ver al muchacho tendido en la grama reconoce que su propio cuerpo ha dejado de pertenecerle: “la golondrina en vuelo de sus espesas cejas negras unidas sobre la nariz, la sonrisa arcaica y triangular al dormir, la dulzura del óvalo todavía infantil... y el cuerpo, las piernas largas, el pecho débil, la arquitectura delicada de los hombros...

Todo eso había sido suyo” (263). Mauricio no siente aversión ni temor por este descubrimiento, pues, en realidad, la aparición de este doble le brinda la posibilidad de retirarse definitivamente del ambiente consumista que lo rodea.

Como afirma Calaf de Agüera, “[e]ste desdoblamiento de la personalidad es el medio que utiliza el joven para deshacerse de su identidad, que considera como algo impuesto por la sociedad” (486). Inicialmente, Mauricio trataba de enfrentar los convencionalismos a los que trataba de someterlo la clase burguesa a la que pertenece y que considera “una violación”⁷⁵ a través de la invasión, la penetración a desconocidos a través de su silbido. Es decir, trata de desquitar la “violación” siendo él el “violador”. Sin embargo, fracasa en sus intentos: la gente se asusta cuando nota que los sigue silbando o tratan de abusar de él. Por eso, el doble funciona muy bien: le permite una liberación completa, dejar de ser el “violado”.

En una suerte de acto mágico de transferencia, Mauricio toca a su doble: “un segundo, nada más, irresistiblemente dejó su mano allí, y en ese instante de contacto físico descargó en el otro todo lo que lo había estado agobiando” (264). En realidad, Mauricio le transfiere a su doble no quien es, sino quien le han impuesto que sea: un joven burgués que debe seguir ciertos convencionalismos con los que no se identifica. Ese es el agobio del que se libera. Por eso, cuando ve que su doble ha dejado sus pertenencias a un lado, las examina y tras no encontrar ninguna identificación, las toma y

⁷⁵ Al respecto, dice el narrador: “Como su madre. Como su padre. Como abuelis. Como sus compañeros de colegio y sus profesores, como todos los que tenían alguna relación con nombre, algún derecho sobre él, todos esos lo violaban” (225). Es decir, para Mauricio la clase burguesa se le presenta como una agresión de la cual tiene que escapar.

“se echó a correr como si estuviera robándose algo preciosísimo y huyó hasta perderse en el bosque” (266). El no descubrir ningún documento que diga quién es el doble es lo mejor que le puede pasar a Mauricio: supone que él tiene todo el poder para construir una identidad auténtica. Por fin podrá ser quien quiera ser: “era la hoja en blanco, el pentagrama vacío en que podía inscribirse. Un duro, dos rubias, unas servilletas ordinarias de papel... no era nadie” (270). Ser nadie supone, en este contexto, ser un pentagrama vacío sobre el que se puede escribir la propia melodía, no la que los otros — Sylvia, su exmarido, la abuela, el colegio, la sociedad en general— pretenden imponer⁷⁶.

Ahora bien, esta transacción resulta muy conveniente también para el muchacho. Después de que Mauricio se va con sus pertenencias, él se pone la camisa celeste y la demás indumentaria y asume la identidad burguesa. Lo hace con cuidado: se preocupa de no hablar mucho para que no se note el acento distinto. Sin embargo, dice lo suficiente para aceptar rápidamente todo lo que Mauricio había rechazado. Esto, por supuesto, le sienta muy bien a Sylvia: por fin su hijo incomprensible, soso, se convierte en el joven que acepta alegremente la devoción a los objetos:

—Te voy a comprar unas camisas *hippy*, Mauricio.

—Bueno, mamá. (268)

⁷⁶ Esta libertad de ser alguien es justamente lo que Mauricio, quien se opone a la idea de “ser alguien”, anhela. Hasta antes de encontrar al doble y convertirse en él y viceversa, su resistencia era mantener su estilo soso y, por supuesto, silbar:

Mauricio permaneció solo, encerrado en sus empecinadas camisas celestes y sus pantalones de dril, prisionero de su nombre, de su dirección, de su padre, de abuelis, y de una madre lejana y divertida que vivía en otra ciudad pero que aun así le imponía la necesidad de “ser alguien”... solo lograba borrar esto momentáneamente cuando silbaba y como un animal acosado se iba a refugiar al fondo de esa madriguera donde, encogido e intocado, podía esperar. (255)

Se puede inferir que lo que espera Mauricio es la libertad de ser nadie, que se opone directamente a la obligación burguesa de ser alguien. En ese sentido, el vagabundo es aquello que siempre ha estado esperando.

El verdadero Mauricio nunca le había dicho “mamá” a Sylvia, por lo que esta se emociona hasta las lágrimas cuando escucha esta palabra. Se puede presumir que el doble le dice mamá no solo porque le parece que es así como debe llamar a la mujer que ahora cumple ese rol, sino también porque rápidamente se establece una sintonía entre ellos: hablan el mismo lenguaje de los objetos, por lo que su comunicación es fluida. En este contexto, es natural que el muchacho diga lo que Sylvia quiere oír.

Al final de la novelita, se produce un último y brevísimo encuentro entre Mauricio y su doble. Este último va hacia Vallvidriera en la moto Vespa color butano que Sylvia le acaba de comprar. Apenas cruzan una mirada, que les sirve a ambos de confirmación de que el intercambio ha sido adecuado. El doble sigue su paseo en la moto y Mauricio “[b]ajaría, en cambio, hacia el otro lado, hacia el Vallés, que él no conocía y donde no lo conocían a él y seguiría caminando más allá, hacia otras cosas” (274). Más allá está la vida no burguesa, libre de convencionalismos y de la frivolidad del consumo como otorgador de identidad. El horizonte de Mauricio es la autenticidad. En ese sentido, esas “cosas” hacia las que va no son, por supuesto, objetos, sino experiencias seguramente alejadas de la lógica consumista.

En suma, *Tres novelitas burguesas*, a través del insólito consumismo, muestra situaciones que ponen en evidencia lo absurda que es la vida de una burguesía frívola que depende de los objetos para poder funcionar (sin ellos no son nada) y que solo se puede comunicar a través de su lenguaje. En un contexto así, la autenticidad es imposible y cuando un personaje que no forma parte de la lógica consumista la persigue, lo único que puede hacer es volverse tabula rasa y empezar de cero.

Toda esta reflexión sobre el consumo desmedido alcanza madurez en *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria*, donde su protagonista es una suerte de síntesis elevada a la potencia de los burgueses retratados en las novelitas.

3.2. *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria*: una consumidora consumida

Blanca Arias y Blanca Loria, aunque son la misma persona físicamente, constituyen dos entidades diferentes: la primera es la hija del embajador de Nicaragua en España, de cuya vida infantil en Centroamérica se saben apenas algunos detalles (traídos a colación sólo para explicar a Blanca Loria), y la segunda, de la que se ocupa la novela⁷⁷ desde el título, es la joven marquesa viuda de Loria (“la marquesita”), un personaje que se sustenta y se desarrolla a través de los consumos —de objetos y personas— y su consecuente posesión: “¡Ella era ella, la marquesa de Loria, dueña y señora de sí misma y de muchas otras personas y cosas!” (49).

⁷⁷ En *Correr el tupido velo*, Pilar Donoso comenta que su padre leyó, en el balneario de Comillas (Cantabria), en el palacete que le prestó por tres meses Luis Guillermo de Perinat, “desde el primer número hasta el último, la colección completa de *La Esfera*, revista del mundo elegante que el dueño de casa coleccionaba” (88). Esta lectura “sembró semillas en él que quedarían guardadas hasta dar frutos en Madrid, años más tarde, en su obra *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria*” (88).

Por otro lado, en una reseña aparecida el mismo año que la novela (1980), Lon Pearson afirma lo siguiente: “Perhaps through this exercise —writing a novel about Spain— Donoso has purged himself of the anxieties which have tormented him for so long, so that he can now return to Chile” (96). Ciertamente, el consumismo y el erotismo son temas que permean la obra de Donoso, pero no se agotan en esta novela ni son necesariamente las ansiedades que necesitaba purgar para regresar a Chile. De hecho, un año después, en 1981, el año en que el escritor regresó a Chile, apareció *El jardín de al lado*, una novela que, a través de la ironía, exorciza uno de los grandes demonios de José Donoso: la frustración de no haber tenido el mismo reconocimiento dentro del *boom* de la literatura latinoamericana que amigos y colegas como Carlos Fuentes, Mario Vargas Llosa, Julio Cortázar y Gabriel García Márquez, y la consecuente envidia por esta marginación.

Esta concepción que Blanca tiene de sí misma es parcialmente cierta: en efecto, gracias a su título nobiliario es poseedora de muchos objetos y de mucha gente, pero la novela permite inferir que justamente por esa razón no es poseedora de sí misma. Su identidad y su capacidad de agencia dependen exclusivamente de su capacidad de consumo, y de los objetos y de las personas que eventualmente consume. En otras palabras, la identidad de Blanca Loria y su margen de acción se sustentan, por un lado, en sus vestidos de la casa Dreccoll, su reloj Patek Philippe, su automóvil Isotta Fraschini⁷⁸, etc.; por otro, en su “consumo” de personas a través de su gran apetito sexual. Por eso, cuando su suegra, la marquesa Casilda Loria, urde una trama que le permite descapitalizar a su nuera, el destino inexorable de la marquesita es la desaparición: sin capacidad de consumo ella es inerte.

En más de una ocasión, cuando necesita darse seguridad existencial, Blanca Loria recurre a la identidad cifrada en el consumo. Por ejemplo, para sentirse segura ante el personaje de Archibaldo se dice a sí misma que “ella era la marquesa de Loria, llevaba un vestido muy sencillo pero muy a la moda de Dreccoll, leía a Rubén Darío y a Villaespesa en sus ratos de ocio, había asistido a alguna conferencia de García Sanchiz, tomaba el té en el Ritz, y nada malo, por lo tanto, podía acaecerle” (72). En otro momento, molesta porque la fortuna que ha heredado sigue pagando los caprichos de su suegra y del conde Almanza, lanza la siguiente amenaza: “Estaba harta. Tan harta que si seguían vejándola

⁷⁸ La presencia de marcas dentro la narración es recurrente en novelas contemporáneas que retratan el consumo y el consumismo. Esto tiene sentido: las marcas brindan información pecunaria sobre quienes las poseen; es decir, conforman el *consumo connotativo*. Y cuando se trata de marcas costosas, la información que otorgan le da prestigio pecuniario a su poseedor. En ese sentido, las marcas que posee Blanca Loria sirven para resaltar su posición nobiliaria.

se proponía liquidar todos sus bienes y comprar medio Nicaragua para explotarlo a su gusto, dejando a Casilda y Almanza con un palmo de narices” (63). Estos pasajes muestran claramente cómo Blanca Loria depende del gran consumo tanto para definirse como para defenderse. Si hace una introspección para tratar de responder quién es, encuentra un deseo consumista que realmente no brinda una identidad, pues se trata de una acción que se dirige hacia afuera y que se refleja en objetos y en otras personas; si busca armas para enfrentar a sus enemigos, lo único que se le presenta es la posibilidad de una compra cuya consecución depende de factores extornes.

Por todo esto, se puede afirmar que Blanca Loria es un personaje vacío; configura un significante cuyo significado depende exclusivamente de otros signos. No hay nada en su interior a lo que pueda apelar, ninguna virtud o rasgo de carácter especial; su fortaleza se basa en lo exterior: objetos y personas cuya posesión la definen. En ese sentido, el gran erotismo que la caracteriza no es tanto una cualidad que la defina, como sí el vehículo con el cual puede consumir a otras personas; así como el dinero de los Loria le sirve para poseer objetos, el erotismo le es de utilidad para poseer personas. Evidentemente, esto la vuelve frágil, pues en el momento en que ya no puede consumir ni, en consecuencia, poseer, su persona se disuelve, como en efecto sucede.

Por todo lo anterior, es decir, considerando la naturaleza eminentemente consumidora de Blanca Loria, si se tuviera que resumir la trama de la novela, se podría decir que muestra un itinerario de consumos —los de Blanca— que empieza con un matrimonio auspicioso y una caída estrepitosa que conlleva su desaparición. Lo importante es señalar que la caída se debe a que Blanca no sabe manejar bien la

dimensión erótica de su carácter consumista. En otras palabras, su erotismo es tan desmedido que cada vez es más difícil administrarlo y, por lo tanto, adquiere un carácter destructivo. Esto conlleva a que don Mamerto Sosa, el honesto notario que protege sus intereses frente las maniobras de su suegra y de Almanza, muera, con lo que Blanca, la marquesita, queda desvalida y susceptible a ser despojada del capital que le permite consumir, es decir, existir.

Aquí vale la pena una breve digresión para comentar que el devenir del personaje habría sido muy distinto si hubiese sabido dosificar sabiamente su dimensión erótica. Dicho de otro modo, Blanca hubiera sobrevivido e incluso probablemente hubiese aumentado su fortuna si se hubiera configurado como una *femme fatale*⁷⁹. Doane explica que una *femme fatale* se caracteriza principalmente por que “she never really is what she seems to be” (1). Con Blanca ocurre lo contrario: su incapacidad de administrar su desmedido erotismo la pone en evidencia todo el tiempo. Ella misma es consciente de esto. Por ejemplo, cuando conoce al pintor Archibaldo, el narrador describe así la reacción de la marquesita:

Blanca, al intentar ponerse a charlar como cualquier señora civilizada, fue incapaz de decir ni una palabra, sobrecogida por su fantasía del asalto de esa barba sumida entre sus muslos, del vigor de esa lengua hurgando en su vértice hasta el delirio, de esos dientes mordiéndole cruelmente el vello empapado del pubis. (48)

⁷⁹ Pearson comenta que “[s]oon Blanca succumbs to one erotic affair after another, much in the style of Terry Southern’s *ingenuous Candy*” (96). Existe, sin embargo, una diferencia sustancial entre *Candy* y Blanca: la primera es eminentemente una víctima del deseo erótico de los demás que buscan pervertirla; la marquesita, en cambio, es víctima de su propio deseo erótico.

Se trata, pues, de un desborde: la pulsión erótica de Blanca se presenta como una ola incontrolable que destruye a los más vulnerables, como don Mamerto, y finalmente a ella misma. Es posible atribuir la incapacidad de Blanca de ser una femme fatale a su educación sentimental que, como ella misma comenta, es una mezcla de monjas, sirvientas y autores modernistas. Todo esto le confiere cierta sensibilidad y sensiblería, pero no la astucia ni la frialdad necesarias para administrar favorablemente su belleza y su gran apetito sexual. Prueba de esta falta de un conocimiento efectivo se ve, por ejemplo, cuando, para defenderse de Almanza piensa lo siguiente: “Ella, al fin y al cabo, era una bravía hembra del continente nuevo, del que no se avergonzaba pese a que eligiera cubrirlo con un barniz de civilización, barniz que estaba dispuesta a romper en cuanto le conviniera, especialmente cuando pretendía burlarse de un cínico [Almanza] que pretendía hacerla su víctima” (63). El error trágico de Blanca es creer que esta “hembra del continente nuevo⁸⁰” puede protegerla y salvarla cuando realmente es todo lo contrario: lo que necesita es un barniz calculador que le permita manipular a los demás a través de su belleza y de su erotismo, y no dejar que sean ellos quienes utilicen estas características de ella para perjudicarla y en última instancia disolverla, desaparecerla al quitarle el capital que le permite consumir y, en consecuencia, existir.

⁸⁰ Esta descripción va en sintonía con el viejo cliché de la mujer latinoamericana como poseedora de un gran apetito sexual capaz de destruir a los hombres. Este estereotipo se puede rastrear hasta las primeras descripciones del Nuevo Mundo presentes en los diarios de Cristóbal Colón y en su carta a Luis de Santángel, el escribano de la Corona; en la carta *Mundus Novus* dirigida a Lorenzo de Medici, de Américo Vesputio; y en los diarios del navegante portugués Pêro Vaz de Caminha. En la literatura latinoamericana contemporánea, hay personajes que representan claramente este estereotipo. Un ejemplo es la Machiche, de *La mansión de Araucaíma* de Álvaro Mutis, cuyo nombre proviene de unas “habilidades eróticas explotadas en sus años de plenitud” (19) y a quien se le denomina “hembra madura y frutal”. También es representativo el personaje de Petra Cotes, de *Cien años de soledad*, una mulata dueña de “un corazón generoso y una magnífica vocación para el amor” (154).

El punto de partida del itinerario consumista de Blanca se puede establecer en el siguiente enunciado que profiere cuando descubre que Paquito Loria posee atributos sexuales bastante prominentes: “Lo quiero para mí” (13). Esta expresión supone mucho más de lo que parece a primera vista: ciertamente, Blanca se refiere a al miembro viril de Paquito, que la ha impresionado, pero también está implícita la fortuna de los Loria y los objetos y personas que esta permite poseer y que, finalmente, definen al personaje de la marquesita. La unión con Paquito Loria le permite a Blanca acceder un capital monetario que se convierte en otro vehículo para expresar su naturaleza consumista. En otras palabras, es esencialmente una consumidora voraz cuyo apetito consumista primero se manifiesta a través del erotismo que nunca puede administrar bien y luego a través del consumo de objetos lujosos cuando dispone del capital para hacerlo.

En este primer momento en el que Blanca todavía es Arias el único mecanismo que posee para consumir a Paquito y, por añadidura, a su fortuna, es el erotismo. Esto no quiere decir, sin embargo, que inicialmente Blanca actúe calculadoramente (ya he comentado que no puede). Ella es, esencialmente, una consumidora voraz cuyo apetito consumista se manifiesta a través del erotismo, que sintoniza con el de Paquito, también ávido de aventuras eróticas. Por ello, se puede proponer que su relación se basa en el consumo mutuo, como sintetiza bien el siguiente pasaje: “conocieron milímetro a milímetro sus mutuas topografías sudadas de miedo y de anhelo, el vaho caluroso de sus vértices vegetados, sus hendiduras y protuberancias hinchadas de amor, mientras sus bocas golosas se llenaban una y otra vez, sin saciarse jamás, con las fragantes carnes del otro” (15).

El matrimonio entre Blanca y Paquito dura muy poco: él muere de difteria tras acudir a una fiesta disfrazado de Cupido en una noche lluviosa. Desde un punto de vista narrativo, la muerte de Paquito Loria es necesaria para que el personaje de Blanca pueda desarrollarse. O, dicho de otro modo, su deceso es indispensable para que exista una trama enfocada en el consumismo de Blanca. Si Paquito no hubiese muerto pronto en el transcurso de la novela, él y Blanca se habrían enfrascado en un consumo mutuo que probablemente hubiera pasado del desenfreno al hastío muy rápido: la lógica del consumismo supone el cambio constante de aquello que se consume. El aburrimiento funciona como aliciente para cambiar el objeto que rápidamente pasa de moda y volver a consumir. Evidentemente, un matrimonio —mucho más uno de alta sociedad en el que se deben respetar cánones de conducta especialmente estrictos— está reñido con esta lógica de cambio recurrente.

Poco después de la muerte de Paquito, Blanca ve la ciudad desde su balcón y el narrador comenta lo siguiente: “Pese al amor que aún le profesaba a su inolvidable marido, aceptaba el hecho inevitable de que su propio destino era conocerlo todo” (40). En los términos de la novela, “conocerlo todo” debe interpretarse como consumirlo todo. De este modo, una vez liberada de la exclusividad matrimonial y, poco a poco, de luto de la viudez, Blanca empieza a darle rienda suelta a su consumismo erótico que va de la mano de su consumismo material manifestado claramente por el narrador a través de las marcas (Dreccoll, Patek Philippe, Isotta Fraschini, etc.).

El primer “consumido” en este itinerario consumista de Blanca es don Mamerto Sosa, el notario que salvaguarda la fortuna de los Loria. Ella va a visitarlo porque

sospecha, con razón, que su suegra y Almanza, quienes insisten que viaje de vacaciones a Nicaragua, urden algún tipo de trampa en su contra con el fin de quitarle la fortuna que ha heredado de Paquito. Una vez en el despacho del notario, pasan rápidamente de un consuelo emocional a uno carnal: “Con su mano enguantada Blanca comenzó a acariciar lentamente la piel coriácea del rostro del anciano, lampiña no de juventud sino de vejez, sintiendo junto a su pecho el corazón agitado de *esa persona cuya función era hacer todo lo que ella quisiera*” (52; mi énfasis). Luego, “Lo desabotonó sin dejar de gemir, su cabeza apoyada en aquel hombro paternal: apareció diminuto aunque, era evidente, asombrosamente eficaz para su edad, el pequeño pero agresivo cuerno indomable, justa la medida, ni más ni menos, de *lo que ella en ese momento necesitaba*” (53; mi énfasis).

Como se puede deducir en estos pasajes, a Blanca le excita mucho la posición de poseedora que su alcurnia adquirida maritalmente le provee. De hecho, en todas las relaciones sexuales que establece —prácticamente no hay de otro tipo en la novela— está presente este componente. Es decir, el placer sexual de Blanca está mediado por el placer que le procura saberse capaz de consumir eróticamente a las personas que quiere gracias a su poder adquisitivo, esto es, a su gran capacidad de consumo. Consumismo material y consumismo erótico van, pues, de la mano una vez que Blanca Arias es Blanca Loria. El segundo no existe sin el primero, y el primero no tendría mucha importancia si no fuera capaz de generar el segundo.

Este encuentro resulta fatal para don Mamerto: “él permaneció dentro de ella, claro, completamente sin vida. . . Desprendido de ella, don Mamerto cayó al suelo sin ruido, albo y exánime” (54). Sin que Blanca sea consciente de ello, esta relación sexual

con el notario genera una suerte de conflicto de consumismos que poco tiempo después será la causa de su desaparición: don Mamerto estuvo del lado de Paquito y del de ella en la defensa de su patrimonio. Sin él, a Casilda, su suegra, le resulta fácil confabularse con uno de los Memertos herederos para despojarla de su patrimonio, es decir, el combustible que le permite consumir y, por ende, ser.

En la oficina de don Mamerto Blanca se entera de que el amante de su suegra, el conde Almanza, vive de la fortuna Loria, es decir, del patrimonio de la marquesita. Esto le molesta mucho, pues esto la pone en una posición de consumidora consumida: “Era otra rabia. Rabia de sentirse humillada, utilizada, abusada, como si dientes ávidos estuvieran mordiendo su bella carne que tanto la enorgullecía: Almanza. Sí, Almanza” (70). Para Blanca resulta un contrasentido y una ofensa grave ser ella la consumida, pero también una amenaza: si es “mordida” lo suficiente puede desaparecer. Por eso, cuando se entera de lo que está ocurriendo, amenaza con vender todos los bienes que ha heredado y comprar media Nicaragua, es decir, recuperar su posición de consumidora sin que nadie parasite su capital. Como se ve en una cita al inicio de esta sección, Blanca manifiesta esta intención en voz alta dentro de la notaría de don Mamerto, lo que asusta a los Mamertos jóvenes, pues el negocio prácticamente subsiste gracias a su administración de la fortuna Loria. Esto, como su misma suegra Casilda le comenta, facilitó que pudiera confabularse con un Mamerto más joven para despojar a Blanca de su fortuna. Es decir, así como ocurre con la muerte de don Mamerto, es la misma marquesita la que, sin saberlo, propicia su propia desaparición.

Pero esta amenaza de Blanca de comprar la mitad de Nicaragua es más la manifestación de su indignación que un plan real. Lo concreto para no dejarse consumir por Almanza es que ella lo consuma a él. Y para eso aprovecha, por supuesto, su sexualidad aunada a su origen de “bravía hembra del continente nuevo”. Esta estrategia fracasa, pues Almanza no renuncia a su naturaleza depredadora y la utiliza diestramente para procurarle gran placer a Blanca. No obstante, a pesar de la gran gratificación sexual, Blanca se aburre rápidamente de Almanza porque no logra poseerlo: él siempre es el que domina. En ese sentido, el narrador comenta que Blanca “se dio cuenta de que lo que la había hecho rechazar a Almanza era, en esencia, que no podía matarlo: no era vulnerable” (86). En los términos de la novela, esto se traduce en que Almanza no era susceptible a ser consumido por la marquesita. Si bien ella disfruta de sus encuentros con él, que además están mediados por la agresividad, la posición más experimentada y dominante de él hacen que realmente Blanca sea la consumida.

Nuevamente, si en vez de una “bravía hembra” Blanca se hubiera comportado como una *femme fatale*, la suerte de Almanza habría sido distinta, es decir, hubiera desaparecido. Su interacción con Blanca es básicamente una relación sexual en la que uno trata de dominar y, en consecuencia, consumir al otro a través de la agresividad sexual. Para ello, Blanca recurre a su origen americano y Almanza a sus raíces andaluzas. En este juego no hay mayor estrategia (al menos de parte de Blanca), se trata simplemente de desenfreno sexual. Si la figura de “bravía hembra” hubiera sido solo una fachada detrás de la cual hubiera estado una astuta *femme fatale*, Almanza podría haber sido destruido o por lo menos enfrentado con mayor éxito.

Blanca termina abruptamente su “relación” con el conde cuando se entera de que también es amante de Tere Castillo. Lo descubre de sorpresa cuando, en la cama de Almansa, quien había mantenido su habitación a oscuras, siente la presencia de otro cuerpo. La marquesita rechaza el trío y no vuelve a buscar a Almanza. Más allá del pudor, es posible proponer que se trata de un rechazo por la falta de exclusividad. Blanca mantiene una relación con Almanza mientras su suegra se encuentra en París, esto es, en su lógica consumista, se apropia de un objeto de su suegra, con quien también está molesta por su derroche de la fortuna Loria. Sin embargo, si Almanza también se relaciona paralelamente con Tere Castillo, entonces Blanca siente que no podrá poseerlo y, en consecuencia, ser, aunque sea un por un tiempo breve, la única consumidora. De allí que, al salir de la casa de Almanza, el narrador comenta que la marquesita se sentía “mortalmente aburrida” (135): Almanza, como objeto de consumo sexual, ha perdido su atractivo.

A diferencia de su relación con Almanza, la que Blanca establece con el pintor Archibaldo Arenas —discípulo de Hermenegildo Anglada Camarasa y famoso entre las aristócratas por mejorar su apariencia física en sus retratos— no se basa en el rencor que desencadena un enfrentamiento por ver quién finalmente consume a quién. Tampoco, por supuesto, se trata de amor: este sentimiento supone gratuidad, entrega y lo único que la marquesita quiere y puede hacer es, más bien, consumir y poseer. Su relación con Blanca es netamente sexual, es decir, desde el punto de vista de ella, de consumismo erótico, como queda claro cuando lo conoce por casualidad en El Retiro: “Blanca, al intentar ponerse a charlar como cualquier señora civilizada, fue incapaz de decir ni una palabra,

sobrecogida por su fantasía del asalto de esa barba sumida entre sus muslos, del vigor de esa lengua hurgando en su vértice hasta el delirio, de esos dientes mordiéndole cruelmente el vello empapado del pubis” (48). Es decir, Blanca ve en Archibaldo un ser apetecible que desea consumir para su placer.

El argumento que utiliza la marquesita para poder establecer contacto con el pintor es encargarle un cuadro de su difunto esposo, Paquito. Un día, con la excusa de ver los avances de la obra, va al estudio de Archibaldo y no son necesarios mucho tiempo ni muchas palabras para que tengan un fogoso encuentro sexual. Blanca disfruta muchísimo de este gracias a la habilidad sexual del pintor. El gozo, sin embargo, dura poco, pues, como es predecible, Blanca se aburre de él, como se manifiesta cuando aparece intempestivamente en la casa de la marquesita unos días después:

Archibaldo la esperaba abajo, el chambergó en la mano y un pie en el primer escalón. Sintió tal aburrimiento al ver sus ojos negros implorantes a los que le faltaba lo esencial —que tal vez no fuera más que el reflejo de cierto crepúsculo, en cierto lugar, en cierto momento de la vida de ambos—, que no pudo dejar de convencerse de que este aburrimiento era tan definitivo y desgarrador como el aburrimiento que sintió anoche en casa de su buen amigo el conde Almanza. (140)

A Archibaldo le ocurre lo mismo que a los objetos que son parte de la lógica consumista: su atractivo se agota rápido para dar paso a otro objeto novedoso. Es decir, Blanca, una vez que satisface su deseo de poseerlo, lo descarta y deja de encontrarle utilidad: “Éste [Archibaldo] ni siquiera era su sirviente a sueldo, que en ese caso de algo podría servirle, como la serie de Mamertos” (140). La relación de Blanca con el pintor es

la que mejor muestra su esencia consumista: deslumbramiento inicial por el objeto, consumo del objeto, aburrimento del objeto y, finalmente, descarte del objeto⁸¹. Por eso, en realidad, Blanca no establece relaciones con las personas (desde sus amantes hasta sus sirvientes), sino transacciones: ella los trata del mismo modo que haría con su reloj Patek Philippe o cualquier otro objeto, es decir, los usa para satisfacer un apetito y cuando lo hacen, los descarta para empezar el ciclo nuevamente.

También es importante precisar que la relación de Blanca con Archibaldo se desgasta rápidamente porque ella se decepciona del pintor cuando sospecha que también es amante de Tere Castillo. En ese sentido, este personaje femenino, aparentemente secundario en la novela, realmente se configura como antagonista de Blanca, pues tanto con Almanza como con el pintor, se configura como un obstáculo para que la marquesita pueda consumirlos exclusivamente.

Ahora bien, el pintor Archibaldo Arenas introduce en la novela a un elemento — un personaje, podría decirse— muy importante: su mascota, el perro⁸² Luna, con el que, a su vez, el *insólito consumismo* aparece en la novela. Se trata de un cachorro macho de la raza Weimaraner (una raza fina). Blanca lo ve junto a Archibaldo y el perro la ayuda a disimular la excitación sexual que le produce la presencia del pintor: “Luna, como

⁸¹ Martínez comenta que “[l]a marquesita descubre efectivamente el placer, pero éste es sólo un espejismo de plenitud” (152). En efecto, se trata solo de una falsa plenitud, pues inmediatamente cae en el aburrimento y surge la ansiedad por un nuevo consumo. La plenitud es imposible en la lógica consumista en la que se desenvuelve Blanca: supondría dejar de consumir, conformarse con los mismos objetos y las mismas personas.

⁸² No sorprende que en esta novela un perro sea un elemento importante para el desarrollo de la trama, pues los perros son recurrentes en la obra de Donoso. Son buenos ejemplos la atemporal perra amarilla que aparece en *El obsceno pájaro de la noche* o los feroces canes de don Alejo en *El lugar sin límites*.

acudiendo en su auxilio porque la entendía, comenzó a caracolear como un loco de nuevo, poseído de una frenética compulsión que Blanca prefirió no descifrar para no tener que descifrarla en sí misma” (66). Este pasaje contiene las claves para entender la relación que se establece entre Blanca y Luna. El entendimiento que el narrador afirma que tiene el can de la marquesita puede parecer absurdo, pero, en realidad, no lo es si se asume que Luna es una metáfora de Blanca o, más precisamente, del gran deseo sexual de Blanca, que en el can se denomina “frenética compulsión”. Por eso, Blanca prefiere no indagar más en esta porque sería reconocerse a sí misma en el animal.

En ese sentido, concuerdo con la interpretación que hace Borinsky con respecto al sentido que tiene Luna dentro de la novela:

La hipótesis de que el perro existe *dentro* de Blanca y no en el mundo exterior incorpora la amenaza que representa como un reconocimiento de la vaciedad de la persona. Así, Blanca sería un mero pero necesario adjetivo para Luna, la fuerza que la impulsa hacia el agujero negro de su autorrepresentación, la verdad última de su carácter banal. (999)

Blanca Loria se define por la exterioridad, es decir, por los objetos y las personas que consume vorazmente. En otras palabras, ella es un significante cuyo significado depende del consumo y de la posesión. Esta vacuidad, como anota Borinsky, se manifiesta a través el perro Luna, concretamente en su mirada, que desconcierta a Blanca justamente porque acaso descubre en ella su propio vacío. Esta lectura también explica por qué un perro macho lleva un nombre femenino: sirve para establecer la unión entre Blanca y el can,

pues el nombre de ella es un adjetivo de este (luna blanca), es decir, componen una unidad lingüística que los combina⁸³.

Blanca piensa, en el primero encuentro con el perro Luna, que este “es muy joven y tonto, podría perderse” (67). Sin saberlo —o sin atreverse a reconocerlo— está describiéndose a sí misma e, incluso, prediciendo su propio destino: su desaparición (en el primer encuentro con el can, ella lo ve irse por unos arbustos, los mismos por donde más adelante ella misma desaparece), su pérdida inexorable, su regreso a la nada cuando se acaba su capacidad de consumo. Unos días después de este primer encuentro, Blanca descubre a Luna solo afuera de su casa, por lo que lo recoge y lo lleva a su habitación. Cree que se trata de un regalo de Archibaldo: “Por eso le había enviado los ojos crepusculares de su perro, que ella no le devolvería jamás, quedándose para siempre con esa parte de Archibaldo” (97). Blanca se equivoca rotundamente al inferir que el perro es un objeto del pintor que ella podrá poseer y, de esta manera, poseerlo a él mismo con mayor amplitud. En realidad, Archibaldo Arenas sirve solo como un vehículo narrativo para insertar al perro en la novela. El can solo responde a Blanca, pues es una metáfora de ella misma. Asimismo, este episodio confirma que Luna posee un carácter *insólito consumista*, pues es en esta dimensión que se explica su presencia inexplicable (insólita) en la casa de Blanca y la subsiguiente destrucción material que causa.

⁸³ Martínez ofrece una lectura que va en este mismo sentido: “La novela da múltiples indicios de que Blanca y Luna son una sola entidad, lo que explica que el perro pase inadvertido, que nadie escuche sus ladridos o que sea invisible para los demás personajes” (158). En efecto, el perro parece existir solo a ojos de Blanca. Esto refuerza la tesis de que es una metáfora. Una, además, necesaria para que la novela tenga un cierre: si Blanca no desapareciera, la narración se podría prolongar infinitamente describiendo una retahíla de consumos y consumismos. El perro, en ese sentido, se convierte en la metáfora que narrativamente permite acabar con el personaje y, en consecuencia, con el relato.

La “frenética compulsión” de Luna se repite otras veces y hace que destruya toda la habitación de la marquesita un día que lo deja encerrado allí: “Todo estaba destrozado, la ropa de cama hecha jirones, las butacas destripadas, las mesas con espejos y cristales derrumbadas, su bata de brocato hecha tirillas, sus chinelas mordisqueadas, chupadas, desfiguradas, era una inmundicia, un mundo cochambroso que nada tenía que ver con ella” (116). Esta escena es el punto clave de la metáfora: el consumismo erótico y el consumismo de objetos entran en conflicto cuando el primero “mata” a don Mamerto y, en consecuencia, Blanca queda desprotegida, a merced de las triquiñuelas de su suegra⁸⁴ que, en última instancia, la descapitalizan y la dejan sin la posibilidad de consumir, es decir, sin la posibilidad de existir. Todo esto se condensa metafóricamente en Luna: él, connotación del gran apetito sexual de Blanca Loria, destruye sus objetos, es decir, la destruye a ella. Al respecto Borinsky comenta que “[e]l mundo ornamental de Blanca, sus muebles, su ropa y accesorios son destruidos por la energía del perro” (999). El problema es que el mundo ornamental de Blanca es lo único que la define; al destruirse este, se destruye ella. La desaparición, en consecuencia, es inminente, como en efecto sucede poco tiempo después.

⁸⁴ El narrador lo explica así:

Ella [Casilda], que por otra parte hacía años que —previsora— se entendía con el Mamerto actual cabeza de la familia, lo convenció para que, en caso de que ella, Blanca, no se mostrara dócil, desaparecieran ciertos papeles y aparecieran otros que la acreditaban a ella, la marquesa madre —apoyándose en el hecho de que la marquesita no había dado herederos, lo que automáticamente hacía a Casilda la cabeza de la casa de Loria—, como heredera de la fortuna familiar. Blanca, anonadada, sólo logró ofrecer el plato de pastelillos a su suegra. (153)

Sin el Mamerto viejo que la proteja, Blanca queda a merced de Casilda, quien prueba ser mucho más astuta y maliciosa que Blanca. La marquesita ciertamente no es inocente como la Candy de Southern, pero sí le falta malicia. Este es el ingrediente esencial que le hubiera permitido ser una *femme fatale*.

Después de la destrucción de sus objetos, Blanca se pregunta lo siguiente: “¿Pero por qué había producido esta hecatombe doméstica Luna, *su* Luna, su perro querido a quien, ahora se daba cuenta, había echado de menos durante todo el día, sobre todo a sus ojos suspendidos en el horizonte mismo de su imaginación?” (117; mi énfasis). El problema de esta pregunta se halla en el posesivo: ella realmente no es el ama que controla al perro, así como no es la consumidora capaz de administrar su consumo. El suyo, como se ha visto, es un consumo desahogado, desbocado de objetos y de personas que, como el can, termina siendo destructivo⁸⁵.

Por todo esto, no sorprende que el final de Blanca Loria sea descrito de la siguiente manera: “Antes de verla perderse en la espesura, sin embargo, le pareció a Mario [el chofer de Blanca] que salía de la oscuridad una sombra feroz, animal, monstruo, algo aterrador que saltaba sobre ella agrediéndola con lo que —declaró él después, ante la risa incrédula de todos— era una evidente intención de devorarla” (161). Finalmente, la metáfora muestra que la gran consumidora es consumida, devorada por su propio deseo. De ella, “[l]o único que apareció fueron la hebilla de plata de la *cloche*, un zapato francés y el Patek Philippe de oro” (162). Es decir, quedan solo los objetos, lo único sólido en el personaje de Blanca, la marquesita de Loria. Asimismo, el *insólito consumismo* se consolida en este episodio final: si bien la desaparición súbita de Blanca,

⁸⁵ Mac Adam comenta que “[t]he dog, witness to and participant in Blanca’s corruption, symbolizes the power of animal instinct to consume individual identity” (281). En efecto, el enorme apetito sexual de Blanca puede leerse como animalesco en tanto es descontrolado, incivilizado. Por esa falta de control destruye a Blanca quitándole su capacidad de consumo, esto es, lo que define su identidad individual.

devorada por la bestia que encarna su deseo, es la materialización de una metáfora, el hecho resulta insólito no solo para los lectores, sino también para los mismos personajes.

Cabe agregar, como complemento de lo anterior, una lectura de la desaparición del personaje de Blanca que la relaciona con el concepto de “gasto improductivo” de Bataille. Con este concepto se refiere a “el lujo, los duelos, las guerras, la construcción de monumentos suntuarios, los juegos, los espectáculos, las artes, la actividad sexual perversa (es decir, desviada de la actividad genital)” (28). Estas actividades se oponen a aquellas destinadas para la “conservación de la vida y para la continuación de la actividad productiva” (28) y suponen un “gasto incondicional”, una “pérdida”. Mientras más grande sea esta, más valor adquiere lo que se consume improductivamente; por ejemplo, Bataille comenta que lo que hace deslumbrante a un collar de diamantes no es solamente su belleza, sino el “sacrificio de una fortuna” que se realiza para obtenerlo.

Bataille denuncia la “hipocresía” de la sociedad que practica constantemente y con ahínco el “gasto improductivo”, pero que, a la vez, preconiza que “todo esfuerzo particular debe ser reducible, para que sea válido, a las necesidades fundamentales de la producción y la conservación” (26) y defiende que “[l]a parte más importante de la vida se considera constituida por la condición —a veces incluso penosa— de la actividad social productiva” (26).

Todos los gastos que practica el personaje de Blanca Loria son, evidentemente, improductivos. Más aún: para existir, ella depende de estos. Por eso, cuando se revela que ya no dispondrá de la fortuna Loria, es decir, de un capital que “perder”, su existencia dejar de tener sentido. El gasto sexual improductivo tampoco puede mantenerse, pues

está ligado al consumo de objetos y de personas. De modo que el personaje se queda sin nada a lo que aferrarse en la realidad. No le queda más que desaparecer.

Bajo esta perspectiva teórica, la disputa entre Blanca y su suegra no es tanto una pelea por quién acumula la fortuna Loria, sino por quién la “pierde”. Ambas son retratadas en la novela como derrochadoras, pero la última resulta mucho más astuta y más prudente que Blanca. Ella asusta a los Mamertos cuando declara su intención de “perder” toda la fortuna Loria, lo cual para ellos implicaría la ruina. Casilda, en cambio, es capaz de ganarse la complicidad del Mamerto que queda a cargo cuando muere el Mamerto patriarca y recuperar así su control sobre el “gasto improductivo” de la fortuna Loria. La imprudencia de Blanca, producto de su carácter arrebatado, al final es castigada severamente con su desaparición.

Por último, se debe precisar que la metáfora del perro Luna no se agota con la desaparición de Blanca; sin embargo, su dimensión *insólito consumista* sí: vuelve a la normalidad, a su dimensión de mascota. Al final de la novela, se cuenta que regresó a España el padre de Blanca Arias para buscar a “su malograda⁸⁶ primera hija” (164). Por supuesto, el esfuerzo fue infructuoso, pero, a la vez, permitió que Charo, la hermana menor de Blanca, se casara con Archibaldo Arenas y pudiera cumplir el sueño de él de tener una familia. En este contexto, el can es descrito como “Luna, su gran y fiel perro gris” (165). Ya no es un perro destructivo, frenéticamente compulsivo, sino una dócil mascota. Y lo es porque ahora es metáfora del apetito sexual de Charo que, a diferencia

⁸⁶ Se entiende en el sentido de “[d]icho de una persona o de una cosa: No llegar a su natural desarrollo o perfeccionamiento” (DRAE). Se puede inferir que la novela propone que el carácter consumista de Blanca y su incapacidad de administrarlo es lo que la malogra.

del de su hermana, no es voraz, sino calmado, como esta versión del perro. En este contexto, el *insólito consumismo* ya no es necesario, puesto que ya no hay una dinámica consumista.

Este final, a pesar del tono jocoso de la novela, deja una sentencia moralista: el deseo sexual desaforado, mal controlado y la frivolidad manifestada a través de una identidad dada a través del consumismo no terminan bien; la disolución del individuo es inminente si se sigue este camino. En cambio, una vida frugal no dominada por el consumismo material ni sexual, como la de Charo con el pintor Archibaldo Arenas y los hijos que tienen, es garantía de una existencia prolongada o, por lo menos, como en el caso de ellos, con una mucho mejor perspectiva.

En suma, la novela es un recorrido por el itinerario consumista de Blanca, la marquesita de Loria, un personaje cuya existencia depende del consumo descomedido de objetos y de personas (este último, sobre todo, a través del sexo). Por eso, cuando, debido a su consumo erótico, muere el protector de su fortuna y ella queda a merced de su suegra, la marquesa Casilda, quien urde un plan para descapitalizarla, su desaparición es inminente: sin capacidad de consumo se queda sin nada que la defina, es decir, queda manifiesta su vacuidad esencial. En ese sentido, el perro Luna, de la mano del *insólito consumismo*, funciona como una metáfora del deseo sexual desaforado de Blanca que, como el can, es altamente destructivo.

CAPÍTULO 4

César Aira y Diamela Eltit: la opresión del hiperconsumo

La prueba (1992), de César Aira, y *Mano de obra* (2002), de Diamela Eltit, las novelas estudiadas en este capítulo, se inscriben dentro de lo que Gilles Lipovetsky denomina “sociedad de hiperconsumo”. Esta, surgida a fines de los años setenta⁸⁷, supone “una nueva fase del capitalismo de consumo” (8) que “ha puesto fin a la buena y vieja sociedad de consumo, transformando tanto la organización de la oferta como las prácticas cotidianas y el universo mental del consumismo moderno” (8). En esta etapa, “el espíritu consumista tiende a reorganizar el conjunto de las conductas, incluidas las que no dependen del intercambio comercial. . . Es como si, desde este momento, el consumo funcionara como un imperio sin tiempos muertos y de contornos infinitos” (10). Como es deducible, en esta sociedad de hiperconsumo donde aparece el hiperconsumidor o turboconsumidor (un consumidor muy activo siempre en búsqueda de nuevas experiencias, pero de esencia paradójica⁸⁸), el consumismo ha extendido su dominio a

⁸⁷ En 1979, el expresidente norteamericano Jimmy Carter pronunció un discurso televisado dirigido a toda la nación titulado “Energy and the National Goals – A Crisis of Confidence” en el que llama la atención sobre una sociedad entregada al consumo: “In a nation that was proud of hard work, strong families, close—knit communities, and our faith in God, too many of us now tend to worship self—indulgence and consumption” (5). Al igual que Martel y Ocantos en su época, el mandatario promueve el regreso a los valores tradicionales como el trabajo arduo como una suerte de respuesta ante el consumismo. Y al igual que los escritores, su intención no se cumple, sino que sucede todo lo contrario.

⁸⁸ De acuerdo con Lipovetsky, la contradicción del hiperconsumidor radica en que [p]or un lado se afirma como “consumactor”, informado y “libre”, que ve ampliarse su abanico de opciones, que consulta portales y comparadores de costes, aprovecha las ocasiones de comprar barato, se preocupa por optimizar la relación calidad—precio. Por el otro, los estilos de vida, los placeres y los gustos se muestran cada vez más dependientes del sistema comercial. Cuanto más el hiperconsumidor un poder que no conocía hasta entonces, más extiende el mercado su influencia

todos los ámbitos de la vida: “Poco a poco, el espíritu de consumo ha conseguido infiltrarse hasta las relaciones con la familia y la religión, con la política y el sindicalismo, con la cultura y el tiempo disponible”⁸⁹ (10).

Considerando todo lo anterior, se puede establecer que este capítulo plantea un nuevo hito en el itinerario de consumo que planteo. Por un lado, el temor decimonónico de Martel y de Ocantos referido a una sociedad preocupada por la riqueza inmediata y el derroche ostensible se ha cumplido con creces. Por otro lado, el consumo ideológico del Astrólogo y su secta no es más un delirio parte de un plan bizarro, sino que ahora la política también se rige por la dinámica consumista. Asimismo, el lenguaje de los objetos de los burgueses y de los aristócratas retratados por Donoso ya no solo es exclusivo de estos grupos, sino que es el lenguaje corriente que permea todos los ámbitos de la vida de todos los estratos sociales.

En este contexto de la sociedad de hiperconsumo, estudiar las novelas de Aira y de Eltit resulta muy ilustrativo, dado que si existe un hiperconsumo se puede deducir que existe también un hipermercado. En *La prueba* y en *Mano de obra* aparece un supermercado que es importante no solo por su rol en el desarrollo de la trama, sino también porque este establecimiento funge como representación del hipermercado que es

tentacular, más autoadministrado está el comprador y más extrodeterminación hay vinculada al orden comercial. (10 — 11)

Entonces, realmente el hiperconsumidor no goza de ninguna libertad; por el contrario, se halla en una trampa: mientras más opciones le brinda el mercado, más dependiente se vuelve de este y, por lo tanto, vivir de otra manera se torna muy difícil o hasta imposible. Esto va en sintonía con la afirmación de Bauman de que el consumismo se presenta como el único estilo de vida socialmente aceptado.

⁸⁹ Esto va en sintonía con lo que propone Trentman: “By the late twentieth century, it was no longer just goods and services but emotions and experiences that were being consumed” (21).

el motor de la sociedad de hiperconsumo por ser un espacio de adquisición incesante de mercancías (es decir, de la lógica que impera en todos los ámbitos sociales), y también porque es un ambiente donde funcionan el control y la vigilancia constantes (de allí la opresión que menciono en el título del capítulo)⁹⁰. En ese sentido, se puede decir que el supermercado que retratan Aira y Eltit realmente es una representación del hipermercado o del (súper)mercado⁹¹ de la sociedad de hiperconsumo. Asimismo, el análisis de estas novelas demuestra que, como plantean Lipovetsky y Baudrillard, el tiempo disponible es también una mercancía. Al poseerlo, el (súper)mercado domina absolutamente la existencia de los hiperconsumidores.

Tanto el (súper)mercado como el tiempo mercantilizado son elementos muy importantes para el desarrollo narrativo de las novelas, pues sus tramas giran en torno a ellos. En ambas aparecen jóvenes que establecen una relación importante con el (súper)mercado: en el texto de Aira se configura un atentado que se presenta como una pretendida resistencia, pero que finalmente demuestra que es inverosímil suponer posible deshacerse del (súper)mercado y de su influencia en la sociedad⁹²; en el de Eltit, un grupo

⁹⁰ De manera irónica, Neal Lawson, comentarista político en el diario británico *The Guardian*, plantea en un artículo que “[w]e are watched, recorded and ordered not by our political beliefs but by our shopping desires. The gulag is replaced by Gucci”. Más allá del efecto retórico, esta afirmación condensa muy bien cómo el consumismo posee una lógica de vigilancia y de control.

⁹¹ En este capítulo (y en el siguiente) utilizaré esta grafía cuando sea necesario resaltar la identificación que existe entre el establecimiento del supermercado y el hipermercado en el sentido económico. Es importante remarcar que esto ya ha sido visto por la crítica; por ejemplo, en un artículo sobre *La prueba*, Barros afirma que “[e]l supermercado es aquí una metonimia topológica de la sociedad de consumo argentina de los años noventa” (137). Lo es, en efecto, pero no solo de la sociedad argentina, sino de la sociedad de hiperconsumo en general.

⁹² Esta interpretación de *La prueba*, una novela que utiliza el humor, hace que estudiarla junto con *Mano de obra*, donde no existe humor, sino desolación, no resulte descabellado, pues, aunque con diferentes

de jóvenes son sometidos y explotados por el (súper)mercado sin mayor posibilidad de resistencia. Esta diferencia entre los personajes de ambas se explica por la mercantilización del tiempo: las muchachas protagonistas de *La prueba* pertenecen a una clase media acomodada que les brinda, como si fuera cualquier otro bien, tiempo disponible que pueden (mal)gastar. En cambio, los personajes de *Mano de obra*, empleados de un supermercado, son pobres para quienes el tiempo libre es un lujo, un bien con el que ni siquiera pueden soñar. Es más, el (súper)mercado es dueño de todo su tiempo y, por consiguiente, de sus vidas. De allí que en vez de resistencia su única posibilidad sea la alienación⁹³.

Como el (súper)mercado y el tiempo mercantilizado son elementos complejos y muy importantes tanto para la reflexión en torno al amplio alcance del consumismo en la sociedad de hiperconsumo y su presencia es determinante en las tramas de las novelas,

aproximaciones, ambas manifiestan el mismo mensaje: el (súper)mercado realmente es indestructible y, por lo tanto, no hay resistencia posible ante su avance avasallador en la sociedad y en la vida de los individuos.

⁹³ En el contexto del hiperconsumo, en el que el consumismo reina y domina sobre la vida privada y social, el concepto de alienación adquiere un cariz teórico más denso que en épocas anteriores. En ese sentido, la aproximación de Ander-Egg, me aparece apropiada: “alienación”, según él, es “una palabra de moda para designar la situación del hombre contemporáneo y para hacer referencia a una categoría sociológica útil como herramienta de análisis y de crítica social” (27); asimismo, en cuanto al significado del vocablo, dice que “se nos aparece como la antítesis de realización humana (renuncia al proyecto humano) y como antítesis de libertad (constreñimiento exterior que impide el propio hacer). En uno y otro caso es una abdicación a ser persona” (39). Esta definición del término “alienación” me parece especialmente apropiada para el caso de la sociedad de hiperconsumo, puesto que, como anota Bauman, en ésta “nadie puede convertirse en sujeto sin antes convertirse en producto, y nadie puede preservar su carácter de sujeto si no se ocupa de resucitar, revivir y realimentar a perpetuidad en sí mismo las cualidades y habilidades que se exigen en todo producto de consumo” (25—26). Es decir, en este contexto, la construcción de la subjetividad está mediada por un proceso de alienación en el cual el individuo tiene que comportarse como un producto, es decir, está obligado a abdicar a ser persona. Paradójicamente, entonces, ser sujeto supone ser una mercancía. Es precisamente contra esto que intentan resistir las muchachas de *La prueba*, para quienes solo la violencia extrema —la explosión del supermercado— les garantiza el éxito en su misión. En *Mano de obra*, por el contrario, la desposesión de tiempo no permite resistencia alguna, solo resignación de ser una mercancía explotada inmisericordemente por el (súper)mercado.

los estudio de manera independiente antes de analizarlos en sus contextos específicos en las dos últimas secciones dedicadas a *La prueba* y la otra a *Mano de obra*, respectivamente. Es decir, este capítulo se divide en cuatro secciones: una dedicada al (supermercado), otra al tiempo mercantilizado y dos a las novelas (una para cada una).

4.1. El (súper)mercado: controlar, vigilar e hiperconsumir

El análisis de esta sección debe empezar con una aclaración teórica. Deleuze plantea que en la época contemporánea se está dando el paso entre la sociedad de la disciplina y la sociedad de control. En la primera, destaca el encierro como mecanismo de sujeción, mientras que en la segunda los avances tecnológicos logran que este no sea necesario para lograr el control (Deleuze plantea que las máquinas de la sociedad de la disciplina son energéticas, mientras que las de la sociedad de control son informáticas). Así, por ejemplo, “[m]an is no longer man enclosed, but man in debt” (6). Sin embargo, se puede plantear que, si bien el encierro físico en distintas instituciones (el colegio, el hospital, la prisión, la fábrica, etc.) va quedando de lado, el control, en el contexto de la sociedad de hiperconsumo, supone un encierro existencial: la dependencia cada vez mayor en el (súper)mercado y su influencia en prácticamente todos los ámbitos de la vida genera que no haya escapatoria de la lógica consumista⁹⁴. De este modo, el encierro no

⁹⁴ Fromm describe esto con mucha claridad: “The more power he [man] has over machines the more powerless he becomes as a human being; the more he consumes the more he becomes a slave to the ever-increasing needs which the industrial system creates and manipulates” (214 – 215).

desaparece, sino que se vuelve metafórico y acaso más dramático⁹⁵: el individuo está gustosamente atrapado en un laberinto consumista. Y, por supuesto, dentro de esta dinámica, la vigilancia y el control se mantienen vigentes y se fortalecen⁹⁶, pues ellas garantizan que los hiperconsumidores activamente consuman y que quienes se encargan de distribuir las mercancías lo hagan con la mayor eficiencia posible, incluso en detrimento de su propia salud física y mental. Se podría decir, entonces, que de lo que se trata en esta época es de controlar, vigilar e hiperconsumir. Por ello, la perspectiva teórica del panóptico de Foucault sigue resultando útil para analizar las novelas de Aira y de Eltit (y toda la sociedad de hiperconsumo).

⁹⁵ En un encierro físico, el individuo es consciente de su situación: el presidiario sabe que está entre rejas; el enfermo y el escolar son conscientes de que no pueden dejar el hospital y el colegio, respectivamente. En la sociedad de hiperconsumo, como anota Lipovetsky, el hiperconsumidor cree que tiene libertad, pero en realidad cada vez está más preso en el (súper)mercado. Este tipo de encierro es peor: quien lo padece no es consciente de él y sin saberlo lo acepta con alegría mientras se va quedando cada vez con menos capacidad de agencia.

⁹⁶ Prueba de ello es la existencia de lo que Shoshana Zuboff llama *surveillance capitalism*, es decir, un “[n]uevo orden económico que reclama para sí la experiencia humana como materia prima gratuita aprovechable para una serie de prácticas comerciales ocultas de extracción, predicción y ventas” (9). La autora explica que, desde el 2002 aproximadamente, Google y otras empresas cibernéticas utilizan toda la información residual que los usuarios dejan en el Internet (ubicaciones, búsquedas, etc.) para predecir cuál será su siguiente deseo de compra y así adelantarse al hiperconsumidor y ofrecerle los productos o servicios que podría querer. Es una práctica éticamente muy cuestionable, porque toda esta información es vendida por Google a empresas que finalmente manipulan al hiperconsumidor y lo vuelven una suerte de zombie consumista. De allí que Zuboff defina también al *surveillance capitalism* como una “mutación inescrupulosa del capitalismo caracterizada por grandes concentraciones de riqueza, conocimiento y poder que no tienen precedente en la historia humana” (9).

En este contexto, como indica el nombre de esta nueva fase del capitalismo, la vigilancia es esencial. Tanto es así que, como explica Zuboff, las economías actuales son “economías de la vigilancia” (9), pues el (súper)mercado cada vez más tiene una dimensión cibernética en la que la vigilancia es esencial para mantener a los hiperconsumidores como una suerte de monigotes (unos zombies) entrenados y manipulados para hacer clic en el botón de comprar.

En efecto, los supermercados que retratan las obras se presentan como espacios⁹⁷ panópticos, pues no solo están dedicados a la venta de mercancías, sino que también se configuran recintos de vigilancia y de control. Así, por ejemplo, en la novela de Aira, cuando las muchachas protagonistas entran al supermercado “Disco” de Flores (Buenos Aires), el narrador dice: “Arriba había una oficina suspendida, una pecera, no muy grande, donde obviamente se ubica un guardia mirando toda la toda la extensión del supermercado, que no tenía circuitos cerrados ni nada parecido; la vigilancia se hacía de modo primitivo, tipo mangrullo” (57). La importancia de este lugar dentro de la estructura del supermercado hace que sea el primero que Mao, una de las protagonistas de *La prueba*, tome por asalto, reduciendo al guardia. Desde allí se puede dirigir a los clientes, ahora rehenes, y poner en marcha su atentado.

En *Mano de obra* la vigilancia también existe, pero es más sofisticada que en *La prueba*, pues se cuenta con cámaras y supervisores que no dejan pasar ningún detalle por alto (tiene sentido: la novela de Eltit es diez años más actual que la de Aira, por lo que la

⁹⁷ Uso el término “espacio” adrede, pues se puede considerar al supermercado como un no-lugar en los términos que propone Augé: “Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar” (44). El supermercado es un espacio de tránsito de personas y de mercancías (y de personas que son consideradas mercancías); por lo tanto, es imposible que se establezcan allí relaciones más allá de la transacción de bienes. Al respecto Martín-Barbero afirma lo siguiente: “En el supermercado usted puede hacer todas sus compras y pasar horas sin hablar con nadie, sin pronunciar una sola palabra, sin ser interpelado por nadie, sin salir del narcisismo especular que lo lleva y lo trae de unos objetos a otros” (225 – 226). Es, pues, un espacio de aislamiento social a través de la alienación consumista. Asimismo, como anota Sarlo refiriéndose al *shopping* (pero se puede aplicar también al supermercado), se trata de un espacio donde la “historia es usada para roles serviles y se convierte en una decoración banal: preservacionismo fetichista de algunos muros para roles cáscaras” (16 – 17). Entonces, se puede establecer que los supermercados, los centros comerciales y todos los otros no-lugares son esencialmente ahistóricos, lo cual tiene sentido: en la sociedad de hiperconsumo no hay tiempo para escribir la historia, porque lo importante es la renovación constante, la novedad perpetua.

tecnología de la vigilancia que retrata es, naturalmente, más avanzada). De allí que el narrador en primera persona de la primera mitad de la novela hable de

la mirada absoluta del supervisor o la mirada más que especializada de la cámara que, con su movimiento imperturbable, recoge la singularidad de los detalles ilegales que ocurren en el súper. Porque la cámara retiene la relevancia de cualquier preciso signo (incluso la menor y, aparentemente, insignificante anomalía) que va a ser analizada después —en una sesión más que extenuante— por el supervisor de turno. (29)

Es tan sofisticada la vigilancia que incluso en la segunda mitad de la novela se comenta que “el supervisor supuso que Sonia estaba embarazada. Tenía un sistema especial para detectar los embarazos” (97). No se comenta cuál es este, pero ciertamente queda bastante claro que existe una estructura de control bastante fuerte. De allí que Olea llame acertadamente al supermercado “templo panóptico del poder del consumo y de la supervisión del capital” (“El deseo” 99). En la misma línea, Oliver comenta que “el almacén no de deja de ser un panóptico. Su arquitectura cerrada, la amplitud de los pasillos, la claridad de los colores, la distribución estratégica de los empleados y las múltiples cámaras de seguridad así lo atestiguan” (“El deseo” 78). Estos críticos se refieren al supermercado de *Mano de obra*, pero es una descripción completamente extrapolable al supermercado de *La prueba* y, en general, a todos los recintos modernos de comercio de mercancías.

Del mismo modo, me parece adecuado que se califique al supermercado como un “panóptico”, pues, como explica Foucault, esta construcción carcelaria ideada

originalmente por Bentham en el siglo XVIII “is polyvalent in its applications; it serves to reform prisoners, but also to treat patients, to instruct schoolchildren, to confine the insane, to supervise workers, to put beggars and idlers to work” (9). A esta lista de vigilados, habría que agregar a los clientes del supermercado, pues ellos son siempre considerados sospechosos de hurtar mercancías. Por eso existen, como se retrata en *Mano de obra*, guardias encargados de lidiar con los ladrones (o pseudo clientes): “Pedro trabajaba como guardia en el súper. Vigilaba los robos que se sucedían a cada instante. . . Su paso sigiloso y animalizado por los bordes de los pasillos conseguía sorprender a los falsos clientes que lo miraban con un brillo de pánico en los ojos” (113).

Foucault comenta lo siguiente sobre los contextos en los que se usa el diseño panóptico: “Whenever one is dealing with a multiplicity of individuals on whom a task or a particular form of behaviour must be imposed, the panoptic schema may be used” (9). Esto es muy importante, puesto que lo que se vigila la estructura panóptica del supermercado no es solamente que haya falsos clientes robando o que los empleados acomoden bien las mercancías, sino que la sociedad de hiperconsumo funcione. Los empleados que no cumplen con sus encargos, por ejemplo, o las personas que roban atentan contra el hiperconsumo, que debe ser constante y voraz. Se busca controlar que no haya disidentes, rebeldes, pues como explica Bauman, el consumismo es la única conducta aceptada en este contexto:

La ‘sociedad de consumidores’⁹⁸ implica un tipo de sociedad que promueve, alienta o refuerza la elección de un estilo de vida consumista, y desapruueba toda opción cultural alternativa; una sociedad en la cual amoldarse a los preceptos de la cultura del consumo y ceñirse estrictamente a ellos es, a todos los efectos prácticos, la única opción unánimemente aprobada: una opción viable y por lo tanto plausible, y un requisito de pertenencia. (78)

Todo esto refuerza la idea de que la sociedad de hiperconsumo supone una lógica penitenciaria, dado que obliga a sus miembros a permanecer encerrados bajo una única opción cultural, so pena de volverse parias o perder su ciudadanía⁹⁹, pues esta se ejerce a través del hiperconsumo. Esto tiene lógica, pues, como explica Moulián, “[l]a instalación de la tendencia adquisitiva es una operación cultural, necesaria para realizar la acumulación en las sociedades capitalistas con gran capacidad productiva, a nivel interno o a nivel del sistema” (20).

Así, el supermercado, con sus oficinas de vigilancia, sus cámaras y sus supervisores se configura en las dos novelas estudiadas como el (súper)mercado de la sociedad de hiperconsumo que ejerce control y una gran vigilancia sobre sus miembros,

⁹⁸ La sociedad de consumidores es, básicamente, la sociedad de hiperconsumo de Lipovetsky. Ambos autores enfatizan la gran influencia del consumismo en la vida de los individuos (aparece el *homo consumericus* en ambos casos). Con Baudrillard y su estudio de la sociedad de consumo sucede una situación similar: él describe, en los años setenta, la sociedad de hiperconsumo cuya consolidación Lipovetsky sitúa en la misma época. El filósofo francés incide también en el dominio que ha adquirido el consumismo en la vida del *ego consumans* (otro nombre del *homo consumericus*) y en la mercantilización del tiempo.

⁹⁹ Al respecto, Sarlo explica que “[l]as ciencias sociales descubren que la ciudadanía también se ejerce en el mercado y que quien no puede realizar allí sus transacciones queda, por así decirlo, fuera del mundo” (24 – 25). Esto claramente va en sintonía con lo que explica Bauman y refuerza la obligatoriedad de consumir que la sociedad de hiperconsumo les exige a sus miembros.

para quienes el consumismo es el único comportamiento que les garantiza pertenencia. De allí que se configure como una estructura panóptica; esta lo refuerza y aumenta su poder: “The panoptic schema makes any apparatus of power more intense: it assures its economy (in material, in personnel, in time); it assures its efficacy by preventative character, its continuous functioning and its automatic mechanisms” (Foucault 79).

4.2. El tiempo como mercancía onerosa

Sin duda, en la sociedad de hiperconsumo, el tiempo es muy importante. Bauman explica lo siguiente al respecto:

Tal como claramente lo demuestra el uso lingüístico de expresiones como “tener tiempo”, “no tener tiempo”, “perder tiempo” y “ganar tiempo”, el grado de intensidad y celo que se invierte en las acciones individuales para igualar la velocidad y el ritmo del tiempo se ha convertido en nuestra preocupación más frecuente, desgastante y perturbadora. (130)

Con esta cita queda claro que parte de la actitud consumista que deben asumir los miembros de la sociedad de hiperconsumo consiste en vivir con la angustia constante de administrar sabiamente el tiempo, pues este, al igual que el dinero o un objeto valioso, puede tenerse, ganarse o perderse (“Time is money” es acaso el adagio más manido de esta sociedad). Baudrillard lo explica muy bien: “*El tiempo es una mercancía rara, preciosa, sometida a las leyes del valor de intercambio.*”¹⁰⁰ Esto está muy claro cuando se

¹⁰⁰ Por esto, no debe sorprender que en un libro de autoayuda para gente que anhela ser rica (*Padre Rico. Padre Pobre*, de Robert T. Kiyosaki), se le advierta al lector que el tiempo es “su activo más precioso”

trata del tiempo de trabajo, puesto que se lo vende y se lo compra. Pero cada vez más se da la situación de que el tiempo libre, para poder ser consumido, debe comprarse directa o indirectamente” (190; mi énfasis).

De esta cita se puede deducir que el tiempo —y más aún el tiempo libre— es una mercancía cara y, por lo tanto, como sucede con cualquier objeto costoso, solo lo pueden comprar aquellos que disponen de los medios para hacerlo. Esta idea se ejemplifica muy bien las novelas, pues la diferencia entre las jóvenes protagonistas de *La prueba* y los muchachos pobres de *Mano de obra* es que las primeras provienen de una clase social que si bien no es la más privilegiada, sí les permite disponer de ese preciado bien que es el tiempo disponible o libre (no lo compran directamente, sino que lo reciben indirectamente a través de la posición social de sus familias). En cambio, los personajes de clase obrera retratados en la novela de Eltit no disponen de tiempo (mucho menos de tiempo libre), porque es el (súper)mercado el que lo posee y, por supuesto, este (ni ninguna otra industria) les paga a ellos, obreros contemporáneos, lo suficiente para adquirirlo (al contrario, prácticamente los esclaviza). Esta diferencia entre ambos grupos de jóvenes es vital, pues es la que les permite a las muchachas de *La prueba* tratar de resistirse a las identidades alienantes que les ofrece el (súper)mercado, crear un proceso de desfamiliarización con respecto al consumismo de su entorno y en última instancia atentar contra la entidad que lo representa: el supermercado. Por su parte, los jóvenes de

(190) y se le explique que “la riqueza es la capacidad de una persona para sobrevivir cierto número de días en el futuro... o bien, si dejo de trabajar el día de hoy, ¿cuántos días sobreviviré?” (100). Es decir, la riqueza se mide no en unidades monetarias, sino en un unidades temporales. Cuanto más tiempo se pueda poseer, más rico se es.

Mano de obra no pueden hacerle frente a la alienación consumista, pues esta, a través del (súper)mercado, es dueña del tiempo¹⁰¹ y, en consecuencia, de su identidad. No hay resistencia posible a la alienación, pues si se rebelan, simplemente no comen.

Paradójicamente, existe un parecido entre el grupo de jóvenes de *La prueba* del que las muchachas protagonistas se distancian y que pueden darse el lujo de *perder* el tiempo afuera de las tiendas, y los empleados del supermercado de *Mano de obra*: ambos están atrapados por el consumismo, alienados por él. La diferencia es que la alienación de los primeros se puede presumir que ocurre gracias al lenguaje de las marcas y de la publicidad (el reforzado lenguaje de los objetos, podría decirse), que los hace sentir prestigiosos al practicar el *consumo connotativo*. Los segundos, en contraste, están alienados no porque los haya seducido la publicidad (a gente de su estrato social ésta ni los mira), sino porque su pobreza los obliga a someterse a ella si quieren sobrevivir; son la otra cara de la moneda, los engranajes que hacen posible la dinámica consumista desde el punto de vista productivo. Como afirma Ocasio-Rivera, para estos jóvenes la vida se reduce a “sobrevivir hasta el otro día laboral” (128).

4.3. *La prueba*: intento de resistencia y atentado contra el (súper)mercado

¹⁰¹ En verdad, en la sociedad de hiperconsumo ningún individuo es ya dueño del tiempo y menos aún del tiempo disponible o “libre”. Este es un bien más en el (súper)mercado: “El tiempo ‘libre’, en realidad, es tiempo ‘ganado’, capital rentable, fuerza productiva virtual y para poder disponer de él es necesario volver a comprarlo” (Baudrillard 190). La diferencia entre quienes poseen tiempo “libre” y los que no es que los primeros pueden comprárselo y disponer de él, así sea para devolvérselo al mercado a través de la compra de un paquete de vacaciones, por ejemplo (“El tiempo libre de las vacaciones sigue siendo propiedad privada del que se toma vacaciones, un objeto... un objeto del que goza como todos los demás objetos” [Baudrillard 192]). Los que no ganan suficiente para comprarle tiempo disponible al mercado, como los personajes de *Mano de obra*, están condenados a que el mercado sea el administrador despótico de este.

La prueba se inicia con una de las típicas caminatas que hace el personaje de Marcia, una muchacha adolescente, entre los barrios de Caballito y Flores en Buenos Aires. El narrador comenta que es una actividad que realiza “principalmente por hábito” (7) tras una grave depresión que “la obligó a moverse sin cesar para sobrevivir” (7). La palabra “hábito” es muy importante, porque mi lectura de la novela es que en ella suceden varios procesos de deshabitación, desfamiliarización¹⁰² que en última instancia conducen al atentado contra el (súper)mercado, que sería un acto violento de desfamiliarización en contra de la alienación que este supone.

Es muy importante remarcar que todo esto solo es posible gracias a que la juventud que se retrata aquí pertenece a un estrato social que puede comprar no solo tiempo, sino también tiempo libre. Sin este, Marcia no podría dar sus largas caminatas ni los jóvenes que pululan por las calles de Flores podrían dilapidar su tiempo haciéndose

¹⁰² Tomo el término del ensayo *Art as Technique* (1916), del formalista ruso Viktor Shklovsky. En su texto, él explica lo siguiente: “If we start to examine the general laws of perception, we see that as perception becomes habitual, it becomes automatic. Thus, for example, all of our habits retreat into the area of the unconsciously automatic” (15). Y el peligro de esto es que “[h]abitualization [sic] devours work, clothes, furniture, one’s wife, and the fear of war. If the whole complex lives of many people go on unconsciously, then such lives are as if they had never been” (16). Me parece que es plausible proponer que la sociedad de consumo y la de hiperconsumo traen consigo el peligro de la habituación. De hecho, para que el sistema funcione es necesario que sus miembros estén habituados a consumir constantemente de modo automático: “La mayor parte del tiempo consumimos de hecho, se diría que rutinariamente y sin demasiada planificación y sin pensarlo dos veces” (Bauman 43). Para que esto sea así, existe toda una maquinaria publicitaria destinada a generar una cultura consumista. Los individuos envueltos en ella viven obsesionados por la adquisición constante de objetos, pues estos ya no se desechan cuando dejan de funcionar, sino cuando dejan de significar (cuando pasan de moda y ya no distinguen a su poseedor), lo cual ocurre cada vez más pronto. Así, una vida puede desperdiciarse completamente en este círculo vicioso de consumismo.

Ahora bien, Shklovsky considera que el arte debe ser el encargado de romper con la habituación, es decir, debe desfamiliarizar. Yo me permito darle mayor elasticidad a este concepto y proponer que, en la sociedad de hiperconsumo, todo aquello que no siga los patrones de la reproducción en serie, que trascienda la categoría de objeto (la belleza no asociada a lo material, por ejemplo), así como todo acto que interrumpa la habitualidad del acto consumista puede generar un efecto desfamiliarizador.

bromas mientras permanecen arremolinados en los escaparates de las tiendas de discos. De hecho, el narrador afirma que su felicidad radica en el consumo inútil del tiempo (consumismo de tiempo): “todos esos chicos *estaban perdiendo el tiempo*. Era su sistema de ser felices” (9; mi énfasis). Si se considera que el tiempo es un bien preciado, oneroso, entonces estos jóvenes en particular están realizando un consumo de lujo, al que evidentemente no pueden acceder todos los demás jóvenes.

Con respecto a este punto, también se debe anotar que el espíritu consumista de la juventud no solo se retrata en su felicidad basada en el consumismo del tiempo, sino que la novela los identifica con el propio “resplandor” que supone el consumo desmedido:

Aquí [en Flores] el fulgor de las perchas de mercurio deslumbraba, quizás por la cantidad de jóvenes que se miraban y conversaban o esperaban o discutían a gritos. En las cuadras anteriores, casi vacías de gente (hacía muchísimo frío, y los que no eran jóvenes con esa necesidad inútil de encontrarse con sus amistades preferían quedarse adentro) parecían brillar menos; es cierto que al pasar por ellas había sido más temprano. La hora parecía volver atrás, desde alguna medianoche, hacia la tarde, hacia el día. (9)

El brillo de las perchas de los comercios se acentúa porque son precisamente los jóvenes quienes le otorgan vitalidad al hiperconsumo, lo hacen “brillar”, lo revitalizan. Esta estrecha relación entre juventud e hiperconsumo no es extraña, pues, como anota Sarlo, ambos comparten el mismo mito, la novedad permanente: “La renovación incesante que necesita el mercado capitalista captura el mito de novedad permanente que también impulsa a la juventud” (41). Este vínculo, además, permite que los jóvenes encuentren en

el mercado “objetos y discursos *fast* preparados especialmente” (Sarlo 40 – 41). Juventud e hiperconsumo, entonces, son las dos caras de una misma moneda, de allí que sea tan difícil separarlos.

Este es el contexto en el que se mueve Marcia habitualmente y del que Mao y Lenin, las otras protagonistas de la novela, la defamiliarizan. Cabe precisar, sin embargo, que ella es de alguna manera una *outsider*, es decir, es parte de esa juventud vinculada íntimamente con el (súper)mercado, pero a la vez mantiene cierta distancia de ellos. Después de explicar que el sistema de la felicidad de los jóvenes consiste en perder el tiempo, el narrador dice lo siguiente con respecto a la percepción de Marcia con respecto a este: “Marcia lo captaba, aunque no podía participar” (9). No se explica por qué Marcia no participa completamente¹⁰³ de este “sistema de la felicidad” (se pueden presumir problemas emocionales o de autoestima por su sobrepeso), pero sí se dice que los jóvenes que la ven pasar notan que ella es diferente y, por eso, se volvía “más y más el centro vacío de todas las miradas y conversaciones” (11).

El hecho de mantenerse al margen le permite a Marcia observar las conductas de sus coetáneos, con lo cual “los clasifica con las categorías de una sociología de la juventud muy cercana a los estudios de mercado” (Depetris 78). Y es justamente esta capacidad clasificatoria la que le permite reconocer en Mao y en Lenin a dos chicas que

¹⁰³ Digo “completamente”, porque realmente sí participa: finalmente, ella también pierde el tiempo, solo que lo hace con sus largas caminatas sin rumbo fijo y no en conversaciones banales con otros muchachos de su edad.

también están al margen (aunque de un modo distinto al de ella) y, sobre todo, que no son un estereotipo (o al menos son un estereotipo distinto) como los otros jóvenes.

El encuentro de Marcia con Mao y Lenin supone la primera desfamiliarización. Marcia se encuentra en su habitual caminata cuando escucha que Mao le pregunta: “¿Querés coger?” (7). Se sorprende, pero rápidamente se da cuenta de que una expresión así “no estaba tan fuera de lugar, y quizás no podía esperarse otra cosa, en ese laberinto de voces y miradas” (7). Sin embargo, no pasa mucho tiempo para que considere que “[n]o parecía una broma, no eran conocidas [Mao y Lenin], o por lo menos no podría reconocerlas con esos disfraces” (12). Este no reconocimiento inicial es muy importante, puesto que distancia a Mao y a Lenin del resto de jóvenes que se exhiben junto a las vitrinas de los comercios (no le resultan familiares; le causan extrañeza) y será el motivo esencial por el cual Marcia finalmente acepta conversar con ellas.

Tras pensar que la pregunta es una broma y luego considerar que no lo es, Marcia decide alejarse. Pero la pregunta y, sobre todo, lo particulares que le resultan quienes se la hacen, le generan un efecto desfamiliarizador: “En efecto, todo había cambiado. Marcia estaba trémula por el shock ligeramente demorado. El corazón se le salía por la boca. Estaba muda del asombro” (13). Ella trata de convencerse de que es una sorpresa momentánea –“no tenía razón de ser, era un shock ficción” (13)–; no obstante, rápidamente se da cuenta de que todo ha cambiado, ya lo familiar ha dejado de serlo, tanto es así que “en este momento un terremoto o una inundación sería el modo más seguro de mantener las cosas en su lugar, de preservar los valores” (14). Resulta evidente que la pregunta formulada por Mao y la presencia extraña de ella y de su novia Lenin

alteran la habitualidad de las caminatas de Marcia, e incluso cambian el modo en que percibe su entorno, pues empieza a considerarlo “tan inesperado... tan novedoso... Todo podía suceder, realmente” (14). Dicho de otro modo, Marcia se desfamiliariza de su rutina habitual gracias a la irrupción de Mao y de Lenin.

Parte de la sorpresa de Marcia es que la pregunta de Mao no es una broma. Podría sugerirse, entonces, que lo lógico es que con mayor razón Marcia siga caminando y se aleje de ellas, sobre todo si se considera que declara que no le gustan las mujeres. Sin embargo, ocurre lo contrario: Marcia finalmente acepta conversar con ellas bajo la excusa de que “[s]iempre quise conocer algún punk, pero nunca se había dado la oportunidad” (20). Por un lado, este giro en la narración puede explicarse porque “verisimilitude is not one of the tests Aira cares to set us” (O’Connor 29). Pero, por otro, también se puede sugerir que verdaderamente, dado el contexto de hiperconsumo que retrata la novela, esta dirección de la trama es la más lógica: Marcia, a pesar de mantener su distancia con respecto a los jóvenes alienados por el consumismo, sigue siendo parte de esa cultura, es decir, continúa en la lógica paradójica de que el individuo, para poder desarrollar su subjetividad, necesita ser y comportarse como un objeto. En ese sentido, Mao y Lenin le resultan objetos raros, distintos a esos otros producidos en serie que son los jóvenes que ve diariamente en sus caminatas y, por lo tanto, atractivos.

Es importante recordar aquí que, como explica Baudrillard, en la sociedad de hiperconsumo “la ‘verdad’ del objeto contemporáneo ya no es servir para algo, sino significar; es ser manipulado no ya como instrumento, sino como signo” (139). Y se trata, por su puesto, de un signo de distinción, de allí que las clases altas, por ejemplo, busquen

“signos restringidos en número” (129) para diferenciarse de las clases emergentes que consumen lo *kitsch*, que “en esta lógica de la distinción, nunca innova” (129). Así, alejados de su dimensión de utensilio, los objetos se convierten en elementos que le brindan identidad a su poseedor. Se puede proponer, por lo tanto, que la ansiedad de los bolsistas de fines del siglo XIX por adquirir capital que les permitiera un derroche ostensible no ha desaparecido, sino todo lo contrario: se ha exacerbado y normalizado.

En *La prueba*, para Marcia juntarse con Mao y Lenin significa obtener distinción. El siguiente pasaje así lo muestra: “No pudo evitar la pueril satisfacción de pensar que la envidiaban por estar con ellas [Mao y Lenin], por tener acceso a un modo de ser y pensar, tan esotérico” (22). Es evidente que Marcia se siente privilegiada por haber obtenido un objeto de lujo, un “signo restringido en número”. Pero, obviamente, no basta con tener el objeto que brinda distinción, es necesario exhibirlo para que adquiera valor. Por eso, se preocupa de que la vean con Mao y Lenin, esto es, de consumirlas¹⁰⁴: “Apuré el paso para ponerse a la altura de las otras [Mao y Lenin], no fuera que alguien se confundiera y creyera que solo por casualidad habían entrado juntas” (22).

El que Mao y Lenin configuren un objeto exclusivo para Marcia supone un serio problema de comunicación entre las tres, puesto que el único lenguaje que ella conoce es el del hiperconsumo (es decir, el de los objetos). Trata, por ejemplo, de abrir un diálogo

¹⁰⁴ Depetris comenta que la relación de consumo no solo existe entre el individuo y los objetos, sino “también con sus otros: consumimos otros. Se podría hablar así de un efecto de comunidad cuyo modelo se da desde la mercancía” (140). Es justamente esta comunidad la que retrata la novela y de la cual solo la violencia extrema parece ser la salida.

contando un chiste del cómico argentino Jorge Porcel, conocido entre el público como “El Gordo Porcel”, pero la referencia no funciona:

—¿Quién es Porcel? —preguntó Lenin.

—¿No conocen al gordo Porcel? (24)

Y aunque Mao sí sabe quién es el humorista, es un signo que no funciona para establecer un punto de comunicación efectivo. Marcia entonces se ve obligada a endilgarles una etiqueta y a partir de ella tratar de que sean las mismas Mao y Lenin las que se expliquen, pero eso tampoco funciona:

—En términos abstractos, me gustaría saber qué piensan los punks, por qué se hacen punks, todo eso.

...

—No —la interrumpió Mao con una risita sarcástica sin ningún humor—. Estás completamente equivocada. Sos mucho más boluda de lo que vos misma creés. Nosotras no somos “punks”

...

—¿Quiere decir que no son punks? —la única respuesta fue un chasquido de lengua por parte de Mao—. Por ejemplo, ¿no les gusta The Cure?

Esfinges. Lenin condescendió a preguntar:

—¿Qué es eso? (29 – 30)

Depetris comenta que “[r]epetidamente, Marcia intenta categorizar a Mao y Lenin en términos del consumo” (78). Por su parte, Barros dice que “Marcia intenta especificar y consumir a Mao y Lenin, hacerlas caber en uno o más estereotipos” (138). En efecto,

Mao y Lenin resultan un objeto exclusivo para Marcia (de allí la urgencia de que la vean con ellas), pero al mismo tiempo le urge categorizarlas para poder consumirlas, es decir, para terminar de apropiarse de ese objeto raro, no producido en serie como los otros jóvenes.

Es importante mencionar que gran parte de este intento de Marcia por aprehender a Mao y a Lenin ocurre en un espacio bastante representativo de la sociedad de hiperconsumo: un restaurante de la cadena de comida rápida “Pumper Nic” (un recinto de “fluorescencia plebeya” [42] que estuvo muy de moda en Argentina y Chile en las décadas del ochenta y del noventa). Al principio, resulta sorprendente que sean Mao y Lenin quienes escojan este sitio, pero rápidamente queda claro que lo hacen para mostrar su desprecio por la sociedad de hiperconsumo. En primer lugar, se niegan a pedir alguna comida, lo cual es un atentado directo contra la lógica de este tipo de establecimientos: consumir. Luego, cuando se acercan las supervisoras a pedirles que se vayan por no ser clientas, las insultan e incluso a una de ellas la amenazan con un cuchillo. Sin embargo, es cuando aparece el personaje de Liliana —una muchacha coetánea que trabaja en el restaurante— que se nota el transversal desprecio Mao y Lenin sienten por el sistema económico en el que viven. El siguiente diálogo es ilustrativo al respecto:

—¿Cuánto ganás? [le pregunta Lenin a Liliana]

—El básico.

—Qué boludas son —dijo Mao—. No entiendo para qué trabajan.

—Yo trabajo para ayudar a mi familia y además estudio.

—¿Qué?

—Medicina.

—Pero no me hagas reír. Seguí barriendo, doctora —dijo Mao.

—Tengo que terminar el secundario.

—Sí, por supuesto. Y la primaria.

—No, la primaria la terminé. Estoy en tercero. Salgo de aquí y voy al colegio, al nocturno. Yo me sacrifico para salir adelante. El problema de este país es que nadie quiere trabajar.

Mao se enderezó en su asiento y miró de frente a Liliana:

—No sabés el asco que me das. Tomátelas, que no quiero pegarte. (32 – 33)

El desprecio de Mao y Lenin por el sistema económico es transversal, porque denostan el consumismo representado en el “Pumper Nic” y luego en el supermercado, pero también detestan a quien es víctima de ese sistema y que está alienada por este, pues no se da cuenta de que no es justo que siendo tan joven no es a ella a quien le correspondería “sacrificarse”. Esto, sin embargo, no despierta ninguna solidaridad en Mao ni en Lenin, tanto es así que incluso Mao dice: “A esa clase de gente hay que destruirla” (35).

Esta cita también es importante porque reafirma el privilegio social de Marcia, Mao y Lenin que se muestra a través del hecho de que ellas tienen tiempo libre para gastarlo sin ningún problema en el “Pumper Nic”, mientras que Liliana está allí trabajando para luego irse a estudiar porque probablemente la situación económica de su familia no le permitió tener el tiempo necesario para terminar el colegio regularmente, lo

cual a la vez hace que en el presente de su vida no tenga tiempo que gastar (y probablemente nunca lo tendrá).

El no poder categorizar efectivamente y, por lo tanto, aprehender a Mao y a Lenin hace que Marcia se decepcione de la experiencia de haber pasado un rato con ellas en el “Pumper Nic”: “Era una oportunidad perdida, y con ella se perdía todo lo demás y daba por cerrado el episodio” (49). No obstante, esta decepción pasa pronto. Mao le dice a Marcia que le hablará del amor y en su discurso le explica que en el fondo de todo se halla la brutalidad, y que las mujeres la desperdician perdiendo el tiempo en contemplaciones; sin embargo, le explica, “hay un *súbito*, un instante, en que todo el mundo se hace real, sufre la más radical de las transformaciones: *el mundo se vuelve mundo*” (51; mi énfasis). Es muy interesante notar que esta apreciación de Mao se parece mucho al rol que Shklovsky considera que posee el arte dentro del proceso de desfamiliarización: “Art exists that one may recover the sensation of life; it exists to make one feel things, *to make the stone stony*” (16; mi énfasis). Mao, al igual que Shklovsky, infiere que la realidad se ve usualmente opacada por una alienación; el teórico ruso llama a esto habituación (el hombre habituado es un hombre evidentemente alienado), mientras que ella habla de contemplación. Y aunque de modos completamente distintos, ambos quieren acabar con esta sombra. Shklovsky aboga por que el arte lo haga; Mao, en cambio, opta por una acción violenta, prácticamente terrorista: tomar por asalto un supermercado y así a atacar metafóricamente al (súper)mercado.

Antes de comentar el episodio de la irrupción al supermercado “Disco”, es importante acotar que el discurso de Mao produce un segundo efecto desfamiliarizador en

Marcia no por el contenido de este, sino porque mientras lo pronuncia, ella se da cuenta de la gran belleza de la supuesta punk: “Mao era hermosa... Era la chica más hermosa que hubiera visto en su vida... Estaba más allá de todos los pensamientos que podían formularse sobre la belleza: era como el sol, como la luz... Era objetiva. *Era una belleza real* (51; mi énfasis). En este momento, Mao deja de ser un objeto exclusivo para convertirse en una suerte de energía luminosa lejana al mundo de las mercancías, que es el mundo de lo artificial, del simulacro¹⁰⁵. Esto se enfatiza aún más cuando Marcia compara a Mao con sus compañeras de curso: “En comparación con Mao, eran algo así como ilusiones que caían ante lo real” (52). Las muchachas en las que piensa Marcia son, se puede inferir, dueñas de una belleza producida en serie; en cambio, Mao posee una belleza genuina, es decir, que no es un signo, sino que simplemente es verdadera.

Marcia se desfamiliariza nuevamente con este descubrimiento, porque su relación con Mao y Lenin deja de ser la de una consumidora que está ante un objeto exclusivo que no termina de comprender y se transforma en una admiración que aparentemente¹⁰⁶ no está mediada por el hiperconsumo, sino por el deslumbramiento de una legítima belleza.

¹⁰⁵ Utilizo este término en el sentido de Baudrillard: “It is [el simulacro] rather a question of substituting signs of the real for the real itself; that is, an operation to deter every real process by its operational double, a metastable, programmatic, perfect descriptive machine which provides all the signs of the real and short—circuits all its vicissitudes” (366). Como este mismo autor afirma en la primera cita suya que menciono en esta sección, en la sociedad de hiperconsumo, los objetos son cada vez más signos antes que utensilios. En consecuencia, puede decirse que el valor de signo sustituye al valor real (o que el valor real se vuelve un valor de signo). En ese sentido, la sociedad de hiperconsumo configura un simulacro, pues no se basa en el consumo de lo real (utensilios), sino de sus signos.

La sociedad de consumo. Sus mitos. Sus estructuras (1970) es anterior a *Simulacra and Simulation* (1981), pero es posible rastrear en ese libro algunas bases de la idea del simulacro, sobre todo el principio de que el mundo actual se construye sobre la base de los signos que emanan de los objetos convertidos en signos.

¹⁰⁶ Aparentemente, porque finalmente el referente que posee Marcia para catalogar a Mao de bella es probable que esté mediado por las imágenes de la sociedad de hiperconsumo.

Así, entonces, primero Mao y Lenin desfamiliarizan a Marcia del mundo de la reproducción en serie que son los jóvenes que ve en sus paseos diarios, con lo cual pasa al ámbito de los objetos exclusivos. Luego, el súbito descubrimiento de la belleza de las muchacha la desfamiliariza otra vez, pero ahora del ámbito del simulacro y la ubica en junto a ella y a Lenin en una realidad que parece estar más allá del hiperconsumo. Se trata claramente de un proceso gradual, como ir saliendo a flote poco a poco o ir subiendo peldaños hasta llegar a un punto donde se puede percibir auténticamente al mundo, sentirlo —acaso por primera vez— como tal: “La belleza y lo distinto estallaban en la noche, y la transformación que producían no era, como las anteriores que había creído percibir (ésta las cambiaba de naturaleza), la vuelta de página a una nueva versión del mundo, sino *la transformación del mundo en mundo*” (53).

Todo esto hace que por fin Marcia entre en sintonía con Mao y Lenin, y, en consecuencia, pueda acompañarlas en su empresa de atacar el (súper)mercado, que significa, por añadidura, arremeter contra el simulacro. Esta es la verdadera prueba, no simplemente entrar y robar algo, como cree Marcia al principio. Ella debe demostrar que su desfamiliarización es verdadera y que realmente puede funcionar en ese mundo que ahora empieza a sentir como mundo porque no está alienado. Ciertamente, ella no participa activamente del asalto (no podría, no ha sido parte de la organización del mismo), pero tampoco lo impide ni se escapa; fiel a su carácter observador, ve cómo la representación de la alienación consumista se disuelve (se consume) primero por la violencia (una violencia extrema que, dice Ludmer, es “la de los años noventa” [366]) y luego por las llamas.

Cuando Mao toma el control de la cabina de seguridad que está suspendida sobre el supermercado, se dirige a los clientes a través del micrófono usado para anunciar las ofertas; les dice:

Este supermercado ha sido tomado por el Comando del Amor. Si colaboran no habrá muchos heridos o muertos. Algunos sí habrá, porque el amor es exigente. La cantidad depende de ustedes. Nos llevaremos todo el dinero que haya en las cajas y nos iremos. Dentro de un cuarto de hora los sobrevivientes estarán en su casa mirando la televisión. Nada más. Recuerden que todo lo que suceda aquí, será *por amor*. (60)

Esta declaración, junto con toda la violencia del episodio en el supermercado, constituye la tercera desfamiliarización en el texto. Esta vez, sin embargo, ya no es Marcia quien la experimenta; de hecho, por estar sintonizada con la realidad de Mao y Lenin, “[a] Marcia no le resultaba increíble [el asalto al supermercado]; al contrario, no habría podido creer otra cosa” (58). Esta vez los que se desfamiliarizan son, en primer lugar, los lectores del texto, pues no hay ningún indicio en el desarrollo de la trama que sugiera el ataque al supermercado; a partir de este, además, la narración presenta imágenes que podrían pertenecer a las de una película de clase B (hay sangre, disparos, una decapitación, fuego, etc.). Así, este giro hacia la violencia extrema genera la misma perplejidad que el narrador caballo en una novela de Tolstoi que Shklovsky pone como ejemplo de desfamiliarización.

En segundo lugar, los clientes del supermercado también son desfamiliarizados. De pronto, su actividad habitual de compra se ve transformada en una escena de gran

violencia; dejen de ser clientes para convertirse en “espectadores víctimas” (59). Este calificativo es muy importante, puesto que el narrador califica varias veces al asalto al supermercado como un espectáculo. En efecto, Mao y Lenin, con la aprobación silente de Marcia, montan un espectáculo (como dije, una especie de película de clase B), pero se trata de uno que ataca directamente al espectáculo que supone el hiperconsumo. Debord explica que el mundo en el que se desarrolla la sociedad del espectáculo es aquel en el que la mercancía se encuentra “dominando todo lo vivido” (XXXVII; 21); asimismo, define al espectáculo como “el momento en el cual la mercancía ha llegado a la *ocupación total* de la vida social... *el mundo que se ve es su mundo*” (XLII; 24; mi énfasis).

Justamente, ese mundo donde reina la mercancía es aquel de los jóvenes que Marcia ve en sus paseos; es ese mundo de los signos, del simulacro, de las contemplaciones; un mundo que, para ellas, no se siente como mundo. En la novela, el supermercado lo representa: es el (súper)mercado y, por eso, el atentado se dirige contra él. Y también por ello, el supermercado es “el locus de la transformación más central de la novela: el devenir-sujeto de Marcia” (Barros 148). En efecto, en él se desarrolla la prueba en la que Marcia demuestra su rompimiento con el simulacro, su entrada al mundo real donde pueda adquirir una identidad más allá de las que le ofrece el mercado y con las que evidentemente no se sentía del todo cómoda. Ahora pertenece al mundo que se siente como mundo en el que están Mao y Lenin. Por eso, la novela finaliza ya no llamándolas a cada una por su nombre, sino hablando de “tres astros huyendo en el gran

giro de la noche. . . las tres Marías que todos los niños del hemisferio sur miran hechizados, sin comprender. . . y se perdieron por las calles de Flores” (71).

Es importante insistir que todo este proceso que le permite a Marcia alejarse de su rutina y romper con su entorno consumista, así como la violencia extrema de Mao y Lenin solo son posibles porque poseen un bien muy preciado: tiempo. Sin este, sus caminatas serían imposibles y probablemente Mao y Lenin serían como la Liliana del “Pumper Nic” que tanto desprecian o como los empleados del supermercado que atacan, o del que aparece en la novela de Eltit.

Todo este análisis de *La prueba* lleva a la conclusión de que la alienación que supone el (súper)mercado solo puede evitarse si este explota, es decir, desaparece. Es decir, la violencia extrema es la única arma con la que se le puede enfrentar. Sin embargo, el modo en que esta se plantea en la novela es inverosímil y es por eso mismo que desfamiliariza, pues resulta sorprendente su incorporación. Además, no hay que tener mucha imaginación para suponer que Marcia, Mao y Lenin —las tres Marías— terminarán en prisión, el supermercado será reconstruido y el (súper)mercado seguirá operando con total normalidad e impunidad. Entonces, es posible proponer que, en esta novela, Aira lejos de proponer una solución radical a la opresión hiperconsumista, plantea, a través del giro inverosímil, que es imposible escapar. Dicho de otro modo, solo una operación increíble (e incluso ridícula) como la que pone en marcha “El Comando del Amor” podría hacerle frente a la maquinaria del hiperconsumo, pero como algo así no puede ocurrir verdaderamente, entonces ninguna resistencia efectiva es posible. Después

de todo, el insumo principal de la rebelión —el tiempo— es una mercancía, es decir, no se escapa de las fronteras del (súper)mercado.

En suma, la posesión de tiempo disponible o libre —una mercancía en la sociedad de hiperconsumo que no todos pueden adquirir— les permite a las protagonistas de *La prueba* intentar resistirse al (súper)mercado y atacarlo. Sin embargo, esta acción hiperviolenta es inverosímil, lo que permite concluir que el mensaje de la novela es bastante pesimista y lejano al humor con que desarrolla la trama: solo una acción increíble, hiperbólica, extremadamente violenta y absurda podría acabar con el (súper)mercado. En otras palabras, es prácticamente imposible deshacerse de él.

4.4. *Mano de obra*: la sujeción a través del tiempo

Analizar *Mano de obra* —y las otras novelas de Eltit— supone necesariamente empezar con un comentario sobre el neoliberalismo, pues es en este contexto en el que se inscribe y que explica el cariz híper cruel que adquiere en sus páginas el (súper)mercado¹⁰⁷. David Harvey define al neoliberalismo como

una teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada fuertes,

¹⁰⁷ Últimamente el término neoliberalismo se ha vuelto un concepto baúl, es decir, se le utiliza en muchos contextos y en diferentes sentidos sin precisar una definición. Por eso, para seguir el rigor académico, siempre que se le trae a colación conviene definirlo, explicarlo y delimitarlo claramente.

mercados libres y libertad de comercio. El papel del Estado es crear y preservar el marco institucional de estas prácticas (6).

Por su parte, Fernando Escalante explica que el movimiento neoliberal surgió como reacción a la Gran Depresión de 1929 (25) y, concretamente, se le puede dar como partida de nacimiento el Coloquio de Lippman, llevado a cabo en París entre el 26 y el 30 de agosto de 1938. Allí se propuso una nueva agenda para el liberalismo (28), que parecía haberse agotado, y se concluyó que la defensa del mercado era “la única [forma de gobierno] compatible con la libertad individual” (28). Tuvieron que pasar varias décadas, sin embargo, para que las ideas del neoliberalismo se llevaran a cabo. Recién en las décadas de los sesenta y los setenta cuando el modelo keynesiano de la economía empezó a trastabillar, el neoliberalismo adquirió relevancia. Académicamente, Milton Friedman, premio Nobel de Economía y profesor de la Universidad de Chicago, fue uno de sus mayores propulsores. En el campo político, Margaret Thatcher y Ronald Reagan lo impulsaron con ahínco. Y en Latinoamérica, fue Chile, bajo la dictadura de Augusto Pinochet, el primer país que lo implementó (los famosos Chicago Boys, alumnos chilenos de Milton Friedman, fueron los encargados de desarrollar la política económica del régimen; todo el planeamiento se esbozó en un documento denominado “El ladrillo”, que se hizo público recién varios años después de su aplicación: en 1992). De hecho, fue este país el patio de pruebas del neoliberalismo a inicios de los setenta. La experiencia chilena —llamada “el milagro chileno” por los entusiastas del neoliberalismo— fue vital para que años más tarde Thatcher, Reagan y otros aplicaran este modelo en sus países y eventualmente se importara a todo el mundo.

Sobre la base de todo esto, se puede apreciar claramente que existe una relación entre neoliberalismo, hiperconsumo y (súper)mercado: el primero favorece ampliamente el desarrollo del comercio, es decir, crea y defiende el marco político, legal y económico ideal para que se desarrolle el (súper)mercado que genera un hiperconsumo. El neoliberalismo, entonces, crea las condiciones ideales de existencia de una sociedad de hiperconsumo (no es casualidad que Lipovetsky sitúe su inicio en los setenta, que es cuando el neoliberalismo empezó a aplicarse y a extenderse). Elit se concentra en demostrar que el (súper)mercado propiciado por el neoliberalismo es explotador y deshumanizador, pues se apodera completamente de la existencia de la clase trabajadora.

En ese sentido, Pastén comenta que “si existe un texto donde la colonización de las mentes y del cuerpo por parte del mercado se ejerce de manera despiadada, ese texto es *Mano de obra*” (158). Efectivamente, el bien de mayor valor que posee el (súper)mercado de *Mano de obra* no está en alguno de sus estantes, sino en sus empleados, pues es dueño de sus cuerpos¹⁰⁸ y de sus mentes (y, por añadidura, de sus identidades). Esto se ve, por ejemplo, en lo que declara un trabajador del supermercado en la primera parte¹⁰⁹ de la novela: “Estoy poseído, lo afirmo, desde la cabeza hasta los

¹⁰⁸ La siguiente afirmación de Jáuregui enfatiza que esta realidad es no solo de los trabajadores de los supermercados, sino en general de todos aquellos bajo el dominio del (súper)mercado en el contexto neoliberal: “El trabajo des-regulado y desprotegido convierte el cuerpo del trabajador en mercancía barata objeto del consumo productivo y a merced del capital” (602).

¹⁰⁹ La novela se divide en dos grandes partes. La primera se titula “El despertar de los trabajadores (Iquique, 1911)” y se divide en pequeños capítulos nombrados a partir de diarios obreros chilenos y fechas emblemáticas de la lucha obrera; por ejemplo, “*Nueva Era* (Valparaíso, 1925)”. Esta primera mitad es desarrollada por un narrador en primera persona que, a través de un monólogo, describe su agobiante relación con el (súper)mercado. La segunda parte de la novela se llama “*Puro Chile* (1970)”. Nuevamente, se trata del título de un diario obrero combinado con una fecha emblemática (la victoria electoral de Salvador Allende). Pero a diferencia de la primera mitad, aquí los capítulos (también pequeños) se titulan

pies por un síntoma enteramente laboral, una enfermedad horaria que todavía no está tipificada en los anales médicos” (40). Si hubiera que darle un nombre a su enfermedad, indudablemente sería “consumismo”, pues este no solo supone individuos que compren compulsivamente (“colonizados” por la publicidad), sino también individuos que se encarguen de la logística detrás de las ventas; esta es la otra cara del sistema que no suele mostrarse. Con el avance de la tecnología, ya no se trata tanto de quienes producen las mercancías, sino de quienes las clasifican, las distribuyen, las almacenan, etc. El rostro del obrero contemporáneo es cada vez más el de aquel que trabaja en los almacenes de Amazon con el riesgo de ser enjaulado¹¹⁰ que el de aquel retratado por Chaplin en *Tiempos modernos* como una parodia del capitalismo fordista.

El trabajador sigue con su queja (formulada a sí mismo, pues de otro modo sería inmediatamente despedido; toda la primera parte de la novela es un monólogo): “Estoy enfermo en un lugar indeterminado de mí mismo, ya lo he dicho, el cansancio, el sopor, transcurren paralelos a mis órganos” (44). Esto no impide, sin embargo, que el empleado

con una suerte de oración-resumen de la acción de que se llevará a cabo; por ejemplo, “Sonia lloró en el baño”. El narrador aquí sigue siendo en primera persona, pero en plural (nosotros). Es decir, es un plural mayestático que representa a los trabajadores del (súper)mercado.

Sin duda, es una gran ironía que haya referencias a diarios obreros y a momentos de victoria proletaria, porque lo que se muestra en toda la novela es al “trabajador, la ‘prole’ que se esclaviza vendiendo su fuerza laboral, la mano de obra que se vende, los órganos dolientes por la explotación laboral” (Ocasio-Rivera 95). Pareciera que se busca generar un contraste entre el obrero previo al neoliberalismo que se impuso en Chile a partir de 1973 bajo la dictadura del general Augusto Pinochet y el obrero que sufre las consecuencias de la imposición de estas políticas socioeconómicas.

¹¹⁰ No hablo aquí en términos metafóricos, sino reales: Amazon cuenta con la patente de una jaula dentro de la cual sus empleados se podrían desplazar en los almacenes. Aunque no se utiliza (aún) y se justifica su existencia con argumentos de seguridad (no chocar con los robots), es bastante elocuente sobre la concepción que se tiene del obrero contemporáneo: un individuo que no es dueño ni de su tiempo ni de su espacio.

recuerde una época en la que “todavía era sano y no me habían deteriorado las mercaderías” (45). Se trata, insisto, de la enfermedad consumista. Si para los jóvenes de *La prueba* ésta consistía en perderse en la contemplación, para los de *Mano de obra* supone verse disueltos por la explotación. Sin embargo, como en el caso de Marcia, Mao y Lenin, su posesión de tiempo les permite intentar resistir utilizando la violencia, que se configura también como un objeto que no todos pueden poseer. De hecho, en la segunda parte de *Mano de obra* es evidente que la violencia para ellos, al igual que el tiempo, es un lujo que, si deciden “comprar”, los dejaría sin comer:

“Me dan ganas de decirles que se metan la cagada de trabajo por la raja” —nos había dicho Gabriel mientras salíamos del súper. Nosotros movimos la cabeza, molestos. Pero interiormente sabíamos que tenía razón. Que cada uno de nosotros queríamos expresar lo mismo: “que se lo metieran por la raja”. Pero no podíamos. No podíamos. Aunque nos habían quitado horas de trabajo, a pesar de que nos habían bajado considerablemente los sueldos, más allá de un cúmulo de atropellos que teníamos que soportar, necesitábamos el salario para sobrevivir. (91)

A pesar de que se trata de un espacio opresivo¹¹¹ (largas jornadas laborales, a veces de veinticuatro horas sin pago extra, con la obligación de realizar muchas tareas bajo la vigilancia panóptica del supermercado) el trabajador¹¹² sufre una suerte de síndrome de

¹¹¹ Núñez-Méndez sintetiza muy bien el modo en que *Mano de obra* presenta al supermercado: “un ambiente agresivo y controlador donde el hombre se siente enajenado y dominado, sin escapatoria alguna, bajo una agobiante mecánica de supervivencia” (88). Todas estas características del supermercado lo son también del (súper)mercado.

¹¹² Me refiero a este trabajador, pero también a los trabajadores en general. Así como metonímicamente el supermercado es el mercado económico, este trabajador obrero es también todos los otros trabajadores obreros bajo las sociedades de consumo y de hiperconsumo.

Estocolmo con respecto a quien mantiene cautivos su mente y su cuerpo: “Pero cuando estoy fuera del súper, alejado de las miradas que me podrían enjuiciar, me apeno. La verdad es que no soy de fierro y la oscuridad realista de la calle me resulta francamente perturbadora” (31). Perturbador resulta, en realidad, el profundo grado de alienación de este trabajador, cuya identidad no existe, pues el (súper)mercado ha “colonizado” su ser enteramente. No sorprende, por eso, que incluso en los breves momentos de descanso — que no es tiempo disponible o libre, sino tiempo para reponer fuerzas que serán nuevamente exprimidas — se cuele el (súper)mercado: “Porque (yo) las noches las dedicaba (cuando refulgía el don de mi salud inquebrantable) a recordar la situación de las mercaderías” (40). En esa misma línea, en la segunda parte de la novela, el tiempo de descanso del personaje de Gabriel, encargado de ordenar las compras de los clientes, está también tomado por el (súper)mercado: “Gabriel, mucho más que iracundo, ensayaba, en las noches, múltiples maneras de envolver” (111). Estos ejemplos sirven también para corroborar que el (súper)mercado es el dueño absoluto del tiempo.

Hay un episodio especialmente atroz de mutilación que ilustra la violencia y crueldad con la que el (súper)mercado coloniza a sus empleados. Se trata del accidente que sufre Sonia, quien es trasladada de su puesto de cajera a la carnicería, donde un día se cercena el dedo índice: “La pobre Sonia condenada al fluir de su sangre (impura, humana, inadmisible) que inundaba, con un nuevo espesor, el mesón de la carnicería. Y su dedo, al final de una loca y repugnante carrera, terminaba confundido con los abominables restos de pollo” (123 – 124). Aquí, el (súper)mercado literalmente se queda con la sangre de la

trabajadora y su cuerpo se confunde con su mercancía¹¹³, por lo que “el lector confronta la imagen de un fragmento de cuerpo mezclado con (y no descifrable de) la mercancía que ella prepara para la venta” (Lazzara 160). Es por esta unión cuerpo-sangre-mercancía que esta escena es la que representa con mayor crudeza la posesión corporal que ejerce el (súper)mercado con respecto al cuerpo de sus trabajadores.

Pero aún peor que el accidente de Sonia es acaso la reacción del (súper)mercado a través de los supervisores, de los otros compañeros de trabajo y de los clientes: “Sí, porque Sonia permanecía doblada (“la culiada torpe”) después de un descuido absurdo que había enfurecido a los carniceros y a los supervisores... Ay, Sonia clamaba por su dedo desde el fondo de la carnicería, asustando a los clientes” (124). La deshumanización es total: el accidente de Sonia provoca ira, porque no se le considera una persona, sino una pieza que falla. En este contexto, Lazzara afirma que “los cuerpos se vuelven utilitarios y sumisos; están a la merced del engranaje ideológico del capitalismo neoliberal” (156). En efecto, el cuerpo de Sonia y el de todos los otros trabajadores, incluidos los supervisores, son considerados por el (súper)mercado como meros instrumentos, pues el capitalismo neoliberal en el que viven los ha despojado completamente de su valor humano. Por eso, desde que son candidatos para trabajar en el (súper)mercado se los clasifica a la intemperie como se podría hacer con cualquier

¹¹³ Esta situación remite al concepto de “gore capitalism” acuñado por Sayek Valencia: “[it] refers to the undisguised and unjustified bloodshed that is the price the Third World pays for adhering to the increasingly demanding logic of capitalism” (19). Más adelante, explica que “Capitalism has transcended its theoretical confines to become pure reality, physically palpable” (72). El accidente de Sonia es un reflejo de lo que comenta Valencia: la opresión que la trabajadora sufre por parte del (súper)mercado se materializa a través de su sangre que fluye y del dolor que siente porque quienes ven lo que pasa no la consideran humana y, por lo tanto, no la auxilian.

mercancía: “Hileras de mujeres o de hombres (ahora, para controlar mejor el proceso los clasificaban por sexo, por peso, por porte, por salud, por edad, por oficio) parados en medio de un frío inacabable” (111).

Con todos estos ejemplos queda bastante claro que el (súper)mercado es una suerte de vampiro¹¹⁴ que diariamente succiona los cuerpos y las psiquis de sus trabajadores. Sin embargo, surge una pregunta muy importante: ¿Cómo ejecuta el (súper)mercado esta sujeción, es decir, qué mecanismo utiliza para “colonizar” a sus empleados? La respuesta es bastante obvia: el tiempo. A diferencia de la juventud retratada en *La prueba*, los jóvenes de *Mano de obra* pertenecen a un estrato social que no les permite comprarlo.

Como se ha dicho, el tiempo es una mercancía como las demás, es decir, sujeta a las leyes del mercado. Los personajes de *Mano obra* reciben un salario muy bajo que no les permite comprar tiempo y, en consecuencia, disponer de este o administrarlo (mucho menos perderlo, como los jóvenes de *La prueba*, pues no se puede perder lo que no se tiene). Para ellos, el tiempo es un bien que se encuentra en uno de los almacenes del (súper)mercado, pero que no pueden comprar. Entonces, como este lo posee, lo administra a su antojo y a su conveniencia; se vuelve el hilo con el que controla a sus empleados, como los títeres de un espectáculo. El siguiente pasaje es bastante demostrativo al respecto:

¹¹⁴ La metáfora no es gratuita: la asociación vampiro-capitalismo es constantemente repetida. Empezó con Marx: “El capital es trabajo muerto que sólo se reanima, a la manera de un vampiro, al chupar trabajo vivo, y que vive tanto más cuanto más trabajo vivo chupa” (I; VIII; 279 – 280). Continúa hasta la actualidad con autores como Hakim Bey.

Porque si pedíamos permiso para hacer un trámite, si salíamos a respirar al jardín, si nos apoyábamos en los estantes, si engullíamos un dulce, si nos sentábamos a cagar en el baño, si nos daba hambre y sacábamos un yogur vencido de los refrigeradores, si nos faltaban las fuerzas, nos despedían en el acto. (88)

Esta cita conecta muy bien la sujeción del cuerpo con la dominación a través de la posesión del tiempo. Actividades corporales tan esenciales como descansar, comer, ir al baño no pueden ejercerse libremente porque se necesita tiempo, y el tiempo en este caso le pertenece al (súper)mercado. Para este, que sus empleados lo tomen consistiría un robo equiparable a tomar alguna mercancía de los estantes, lo cual se castiga inmisericordemente con el despido (es decir, la condena a la pobreza extrema o incluso a la muerte).

Olea afirma que “Eltit construye una narrativa del sujeto disuelto por la brutal penetración del poder en su cuerpo y en su vida” (“La disolución” 1). En efecto, la posesión o colonización del trabajador por parte del (súper)mercado ocurre también en su vida, pues la no posesión tiempo hace que la subyugación suceda no solamente dentro del espacio físico del supermercado, sino también en todos los ámbitos vitales, lo cual trae una serie de consecuencias que conviene revisar. Pero antes de hacerlo, se debe notar también que los trabajadores son conscientes de su desposesión de tiempo. Ellos saben que el (súper)mercado lo controla y que la consecuencia de esta situación es que este sea usado en su contra: “Pero todos nosotros ya estábamos afectados por el tiempo que nos apuntaba con su dedo inflexible y prácticamente no teníamos maneras de resistir” (134). Como el tiempo le pertenece al (súper)mercado y no es posible comprárselo, se vuelve un

arma peligrosa e invencible. La única manera de intentar neutralizarla sería teniendo los medios económicos para adquirirlo, pero eso aquí es imposible.

Tompkins señala que “[a]unque en *Mano de obra* no se brinde una noción de cuánto tiempo transcurre, es obvio que es suficiente como para que los personajes avejenten, se enfermen, se vuelvan adictos” (123). Esta observación es muy interesante, porque, en efecto, no existen dentro de la trama marcas temporales concretas que permitan determinar si lo narrado transcurre durante días, meses, o años. Me parece lógico que así sea, puesto que los narradores de la primera y segunda mitad son trabajadores del (súper)mercado y al narrar sin huellas temporales enfatizan su desposesión de tiempo.

Una consecuencia de la colonización del cuerpo y de la vida en general de los trabajadores es la imposibilidad de construir una identidad propia. O, dicho de otro modo, su condena a una alienación inexorable. En *La prueba*, Marcia, Mao y Lenin, gracias a su posesión de tiempo libre, pueden intentar resistir a la identidad que les impone el hiperconsumismo que se ve encarnada en sus coetáneos que pierden el tiempo en las calles de Flores junto a los escaparates de las tiendas. Ellas pueden atacar al (súper)mercado porque este no las controla a través del tiempo, aunque sí con otros mecanismos como la moda, la publicidad, etc. En *Mano de obra*, la situación es diametralmente opuesta, lo que le permite al (súper)mercado endilgarles a sus trabajadores la identidad que mejor le convenga para sus fines lucrativos. Ellos lo saben:

“Circulo y me desplazo como una correcta pieza de servicio¹¹⁵. ¿Quién soy?, me pregunto de manera necia. Y me respondo: ‘una correcta pieza de servicio’. No me respondo nada (58). La pregunta, en efecto, es necia porque la respuesta es evidente; se trata de un cuestionamiento que no tiene sentido formular porque no hay posibilidad de elaborar una contestación que se escape a los dictámenes del (súper)mercado. Y como reconoce el trabajador, en realidad él no se responde nada (no puede hacerlo), pues quien verdaderamente lo hace es el (súper)mercado.

La segunda mitad de la novela ofrece ejemplos de lo humillante que resulta que el (súper)mercado sea el que otorgue las identidades. Un caso bastante ilustrativo es el de Isabel. Al inicio, se dice que a ella le va bien porque es promotora de tres productos, por lo que recibe tres salarios. Sin embargo, para que esto sea así tiene que ser, según su propia declaración, una “lameculos”: “Sabíamos que adentro uno de los supervisores les estaba lamiendo el culo. Eso nos dijo ella. ‘Me lame el culo’. Agregó que ella también era una lameculos porque dejaba que ‘ese viejo asqueroso’ (lo dijo despacio) le pasara la lengua por el trasero” (64). Isabel debe aceptar esta identidad de “lameculos” que le ha impuesto el (súper)mercado para poder trabajar en él y, por lo tanto, poder subsistir. Por eso, cuando entra en una especie de depresión y deja de cuidar su aspecto físico, el

¹¹⁵ El siguiente comentario de Martín-Barbero va en sintonía con esta apreciación:

Los sujetos en el supermercado no tienen la más mínima posibilidad de asumir una palabra propia sin quebrar la magia del ambiente y su funcionalidad. . . Los trabajadores no son más que su rol: administrador, supervisor, vigilante, cobrador o modelo, y cuanto más anónimamente lo ejecute tanto más eficaz. (226)

Y esto es así porque para el supermercado y para el (súper)mercado los trabajadores son solamente herramientas que utiliza para mejorar sus dividendos; son, como bien dice el trabajador, piezas de servicio, refacciones de una maquinaria consumista.

narrador comenta que “[r]esultaba demasiado peligroso lo que le sucedía” (107) y enumera las acciones que debe volver a realizar urgentemente:

Y también necesitábamos con una urgencia impostergable que se levantara más temprano, que sonriera, que caminara como la gente, que se lavara el culo, que limpiara y planchara su vestido para recorrer el súper, bien presentada, como les gustaba a los supervisores más viejos e indecentes, a los guardias y a los que controlaban las cámaras de video. (108)

Todas estas acciones son las que configuran la identidad de “lameculos” de Isabel. No realizarlas supone rebelarse (así sea producto de una depresión) contra la identidad que le ha sido impuesta, lo cual el (súper)mercado castiga con el despido y el consecuente “destino fatal” tan temido por los trabajadores, que viven siempre a punto de caer en él. Por todo esto, concuerdo con Olea, quien comenta que “[e]l empleado del supermercado, en la novela, representa la transformación del sujeto moderno en cuerpo de sometimiento, y apunta a la dislocación de las potencialidades humanas” (“La disolución” 98). Cualquier talento que pudiera tener Isabel no tiene ninguna relevancia para el (súper)mercado, pues a este solo le importa que cumpla con las acciones que configuran la identidad que le impone.

Otro ejemplo de esto es Gabriel, el acomodador de paquetes. A él, el supermercado no le paga, simplemente vive de las propinas que le dan los clientes por ordenar sus mercancías en sus bolsas. Por eso, él trabaja “[c]omo un artista popular, como un tragafuego, como un músico, como un malabarista, como un payaso, para conseguir, al final, después de toneladas de paquetes, una propina que inevitablemente le

resultaba insignificante, despreciable” (85). Todo el potencial artístico que Gabriel podría desarrollar se ve subyugado por la identidad de acomodador que le impone el (súper)mercado. Él se ve obligado a encausar su talento únicamente en el “arte” de acomodar cosas a cambio de una cantidad dinero que ni siquiera constituye un salario digno.

Solorza afirma que “la casa en la que viven los empleados y empleadas del ‘súper’ es un fiel reflejo del orden jerárquico y coactivo en el que trabajan” (167). En efecto, si dominio del (súper)mercado ocurre sobre la totalidad del individuo, es lógico que otra consecuencia de esta colonización sea la invasión (contaminación) de sus relaciones sociales (incluidos aquellos con quienes convive). De allí que el narrador en la segunda mitad de la novela cuente que, en la casa, “[n]osotros no permitíamos cesantes. Ni enfermos” (71). Esta restricción va en el mismo tenor que las prohibiciones del supermercado que, por ejemplo, no quiere trabajadoras embarazadas. En este contexto, la solidaridad es imposible, ya que, como explica Martín-Barbero: “El mercado no puede crear *vínculos sociales*, esto es, *entre sujetos*, pues éstos se constituyen en proceso de comunicación de sentido, y el mercado opera anónimamente mediante lógicas de valor” (14). En ese sentido, un cesante o un enfermo están devaluados para los miembros de la casa y, por lo tanto, no son admisibles. Lo mismo ocurre con Isabel, quien va perdiendo el “aprecio” de los otros trabajadores a medida que se va devaluando como “correcta pieza de servicio” del (súper)mercado.

En este ambiente antisolidario, obviamente un sindicato es imposible; es más, resulta amenazante y afrentoso. Por eso, cuando los trabajadores del (súper)mercado

descubren que el personaje de Alberto quiere formar uno, lo empiezan a considerar un individuo “con malas costumbres” (71) y un traidor execrable: “[Isabel] dijo que cómo Alberto podía ser tan mierda, tan chucha de su madre” (72). Finalmente, el personaje Gloria lo acusa con un supervisor y producto de ello “lo despidieron esa misma mañana” (73). Así zanja el problema de Alberto, pues convertido en un desempleado no hay lugar para él en la casa. Se trata, pues, de una dinámica cruel, mimética a la del (súper)mercado y que nuevamente pone en evidencia el profundo grado de alienación de los personajes.

La muestra más dramática de antisolidaridad, de individualismo salvaje la da el personaje de Enrique. A él se le presenta al inicio de la segunda parte de la novela como el líder dentro de la casa al cual todos respetan y admiran. Sin embargo, al final del texto, descubren que “nuestro Enrique siempre estuvo volcado a sí mismo” (139) y que, como consecuencia de este egoísmo, “había sido nuestro Enrique (ahora convertido, después de un ascenso inédito, en el nuevo supervisor de turno) quien nos borró de las nóminas y nos empujó hasta una extinción dolorosamente dilatada” (139). En realidad, esta actitud de Enrique no debe sorprender, pues él actúa de acuerdo con las leyes del (súper)mercado. En este, no hay espacio para el amor, la solidaridad o la amistad; solo para la competencia despiadada.

Es importante mencionar que, aun siendo supervisor, Enrique sigue perteneciéndole al (súper)mercado y, por lo tanto, el peligro del “destino fatal” sigue existiendo. Por eso, se puede afirmar que su posición cambia (ahora supervisa), mas no su situación laboral que se mantiene precaria, ni mucho menos su situación vital, que

sigue siendo la de estar subyugado a través del tiempo. La realidad de los supervisores la describe muy claramente el narrador de la primera parte de la novela:

El supervisor me apunta con el dedo y amenaza con despedirme (echarme a la calle). Pero sabe —cómo no— que después le va a corresponder a él. Sí, porque uno, dos o tres, van a incrementar las listas, los números, el horror de un final que todos los supervisores, sin ninguna excepción, se merecen ampliamente (26).

Ahora bien, es importante señalar que los trabajadores del (súper)mercado encuentran una manera de esquivar momentáneamente la alienación. El problema es que se trata de otra alienación —la tercera consecuencia de que el (súper)mercado imponga la identidad—, las drogas. Es decir, así como cínicamente se puede proponer que la única manera de superar un trauma es con un trauma más grande, aquí opera la lógica de que la única manera de salir (falsamente, por supuesto) de la alienación es con otra alienación. Paradójicamente, los personajes consideran que la droga les abre un espacio para la humanidad que el (súper)mercado les niega: “Aspirábamos, sí, sí, para alegrarnos y, por una vez, lograr conversar y reírnos con el afecto, la decencia y la sinceridad que caracteriza a los seres humanos” (134). El problema es que esta humanidad que la droga supuestamente les brinda es artificial, producto de un adormecimiento del cerebro y de la alteración de la consciencia. La moraleja, entonces, es bastante terrible: no hay manera de que puedan recuperar la humanidad que el (súper)mercado les ha quitado a través de la identidad que les impone gracias a que él es dueño del tiempo y ellos no pueden comprárselo.

Como se puede deducir de todo el análisis, a diferencia de *La prueba*, *Mano de obra* no requiere escarbar demasiado para llegar al mensaje pesimista: el (súper)mercado de la sociedad de hiperconsumo defendido por el neoliberalismo controla inmisericordemente las vidas de aquellos que funcionan como sus engranajes y también la de quienes lo sostienen con sus compras (los clientes), pues viven alienados por el resplandor de las mercancías. De allí que cualquier oferta que se anuncie por los megáfonos los convierta en fieras en busca de una presa cuando, en realidad, ellos son la presa (nuevamente aparece el encierro metafórico de la sociedad de control). Además, el mundo en el que viven no es real, sino un simulacro compuesto por el valor de signo de los objetos; un espectáculo donde reina la mercancía.

En suma, *Mano de obra* denuncia la explotación brutal que supone el (súper)mercado aupado por el neoliberalismo. En el contexto donde el hiperconsumo ha invadido todos los ámbitos de la vida, el tiempo es una mercancía que no todos pueden pagar y que, por lo tanto, le confiere poder de dominación al (súper)mercado. En la novela de Eltit, esta es ejercida brutalmente sobre los empleados del supermercado que son la representación de todos los trabajadores del (súper)mercado. Ante esta situación, la pérdida de identidad y la alienación son inevitables. Solo las drogas ofrecen un escape, pero uno que en realidad es pírrico, pues se trata finalmente de otro tipo de alienación.

CAPÍTULO 5

Fuguet y Gainza: la búsqueda de autenticidad en la sociedad de hiperconsumo

En este último capítulo, se examinan las novelas *Mala onda* (1991), del escritor chileno Alberto Fuguet, y *La luz negra* (2018), de la escritora argentina María Gainza. Ambos textos se inscriben en la sociedad de hiperconsumo y proponen una resistencia ante esta al reflexionar, cada una a su modo, sobre la autenticidad en medio de un contexto de alienación consumista. Creo importante terminar este trabajo con un capítulo de esta naturaleza, pues dado que en los anteriores he focalizado el análisis en cómo se configura sobre los personajes la dinámica del consumo y sus elementos relacionados, me parece que se debe examinar también la respuesta de resistencia que ellos pueden establecer ante estos.

En el caso de la obra de Fuguet, el protagonista, Matías Vicuña, no se siente cómodo con su entorno consumista, pero no sabe cómo escapar de él hasta que lee *The Catcher in the Rye*, de J.D. Salinger, y conoce a su protagonista, Holden Caulfield, y escucha la música del rockero Josh Rensen. Estos personajes le demuestran que sí es posible construir una identidad auténtica en medio de un contexto que se configura alienante y opresivo, aunque queda claro que es imposible escapar de la sociedad de hiperconsumo.

Por su parte, la novela de Gainza se enmarca en el mundo de las falsificaciones de cuadros. Se establece una crítica a quienes los compran no por su valor artístico, sino por su valor como signo de distinción. Es decir, se critica a quienes consumen obras de arte

no por la connotación artística que se puede interpretar en ellas, sino por la connotación social que se puede obtener de ellas. A través de las falsificaciones se enfatiza lo absurdo del *consumo connotativo*, pues cuando se revela la falsedad de un cuadro, se demuestra que su valor dependía no de su contenido, sino de la fe en su capacidad de brindar reconocimiento social. Por eso, se propone que un cuadro auténtico es ralmente aquel cuya calidad artística es indiscutible.

Asimismo, terminar este estudio con el análisis de *La luz negra* establece un vaso comunicante con el primer capítulo: se corrobora que la búsqueda de prestigio a través del *consumo connotativo* se mantiene vigente y, de hecho, se ha normalizado y extendido.

5.1. *Mala onda*: la búsqueda de una identidad auténtica en medio del consumismo

Mala onda se publicó en 1991, pero su trama se desarrolla en 1980, concretamente en los días previos al Plebiscito Nacional de Chile (11 de setiembre de 1980) en el que se le preguntó a la población si aprobaba o no la continuidad del gobierno de Augusto Pinochet (ganó el sí por amplia mayoría). La historia es narrada en primera persona por Matías Vicuña, el protagonista, un adolescente de diecisiete años de clase alta, quien cada vez se siente más incómodo con el contexto hiperconsumista que lo rodea. Siente que no encaja en su entorno, le parece que este expele una “mala onda” que lo va dominando todo y no le permite vivir auténticamente. Este sentimiento crece fuertemente en él a partir de un viaje a Brasil en el que vive con mayor libertad de la que goza en Chile, es decir, sin la opresión de la dictadura pinochetista, pero también sin toda

la dinámica hiperconsumista¹¹⁶. Una vez de vuelta, dado el contraste, sufre una crisis existencial relacionada con definirse a sí mismo. Por recomendación de un amigo, lee *The Catcher in the Rye*, de J.D. Salinger, y se entera de Josh Remsen, un rockero norteamericano antisistema inventado por Fuguet. Ambos personajes se convierten en una tabla de salvación (sobre todo Caulfield), pues le demuestran que, a pesar de estar rodeado de un entorno alienante, es posible construir cierta autenticidad, es decir, resistir a la mala onda que amenaza con destruirlo. En otras palabras, Caulfield y Remsen son modelos que Matías busca imitar. Paradójicamente, asumir una identidad ajena le permite construir la suya.

Ahora bien, antes de analizar todo esto, es importante remarcar que *Mala onda* corrobora que, en la sociedad de hiperconsumo, el cosmopolitismo tan criticado y temido por conservadores como Julián Martel y Carlos María Ocantos domina completamente la vida social. La única diferencia con la última década del siglo XIX es que en la época contemporánea el modelo a imitar y las modas ya no son europeos, sino que vienen de Estados Unidos. El siguiente comentario de Matías sobre un restaurante de comida rápida

¹¹⁶ El contexto en el que se inscribe la novela implica una conjunción entre dictadura y la imposición de una economía neoliberal. Cárcamo lo sintetiza muy bien:

La liberalización económica chilena, auspiciada por la dictadura del general Augusto Pinochet, se produce así casi anticipando la *puesta en marcha* del modelo de libre mercado en los Estados Unidos, durante el gobierno de Ronald Reagan, y en Gran Bretaña, durante el de Margaret Thatcher. En Chile, bajo la “mano dura” de Pinochet, es decir, bajo el imperio de un “estado de excepción”, se construye este experimento neoliberal de “excepción”. (16 – 17)

En más de un pasaje de la novela, se comenta cómo la dictadura, a través de leyes y también de corrupción, promueve negocios. Sin embargo, la libertad económica no se condice con la libertad de tránsito; al respecto, Matías comenta lo siguiente: “Pero aunque uno propone, Dios dispone. Y Pinochet por desgracia, no está del todo de acuerdo con esto de que la gente joven ande en la calle hasta tan tarde. Quizás por habernos pasado tantos días en Rio haciendo lo que nos daba la puta gana, nos habíamos olvidado de las reglas básicas. Y el toque de queda es la principal” (94 — 95; sábado, 6 de setiembre de 1980).

(el mismo que aparece en *La prueba*) es muy ilustrativo al respecto: “El Pumper Nic está lleno, como todos los sábados. El aroma a papas fritas, a grasa, me penetra. Me gusta. Es el olor de los Estados Unidos, pienso. Olor a progreso. . . Me acuerdo de Orlando y Disneyworld, de Miami, del McDonald’s y el Burger King y el Kentucky Fried Chicken y el Carl’s Jr. y el Jack in the box” (106 – 107; sábado, 6 de setiembre de 1980). En otro episodio, Matías describe cómo también el espíritu cosmopolita del hiperconsumista influye en el modo de vestir: “Me pongo una camisa a rayas y un FU’s poco gastado que mi vieja me trajo a su regreso del viaje número cuatrocientos a Miami, y me siento a esperar. Finalmente aparece [el padre de Matías], todo perfumado de Azzaro, vistiendo un terno gris de Milán, con mil rayas y una corbata guinda seca” (54; viernes, 5 de setiembre de 1980).

Estos dos pasajes demuestran que, desde el contexto de hiperconsumo latinoamericano, se ve a Estados Unidos como el modelo a seguir. Por supuesto, esto es completamente lógico: la sociedad norteamericana representa la mayor sociedad de hiperconsumo del mundo. De este modo, se puede afirmar que la influencia cultural norteamericana en América Latina no solo se explica por la injerencia política, sino que también sucede a través de la presencia de sus marcas, cuyo valor como signo de distinción es muy alto¹¹⁷: lo que se importa de Estados Unidos suele ser costoso cuando llegan al mercado latinoamericano, por lo que consumir un objeto o marcas

¹¹⁷ La novela corta *Las batallas en el desierto* (1981), de José Emilio Pacheco, es un excelente retrato de cómo las marcas influyen en el desarrollo de la vida diaria, tanto que se convierten en elementos importantes para la construcción de la memoria y para establecer el estatus social. En otras palabras, es un texto en el que claramente se aprecia la importancia del *consumo connotativo*.

norteamericanos confiere prestigio pecuniario. Dicho de otro modo, poseer lo norteamericano implica un *consumo connotativo*, pues connota poder adquisitivo.

Dado que las marcas no son solo detalles que se utilizan para dar un efecto de realidad, sino que son parte esencial de la realidad, la novela de Fuguet y muchas otras que se inscriben en el contexto del hiperconsumo, como anota Cárcamo, “se constituyen en una narrativa, y una economía, de la circulación, transitando a través del espacio del *mall*, del diseño y la moda, del *marketing* y las marcas, así como de la predominante cartografía chileno-estadounidense que recorre su universo lingüístico, ciudadano y cultural” (165 – 166). Si no fuera así, es decir, sin centros comerciales, sin moda, sin influencia norteamericana, el retrato sería incompleto: el hiperconsumo, como afirma Lipovetsky, se ha inmiscuido en todos los ámbitos de la vida, de allí que las marcas formen parte del lenguaje cotidiano (el lenguaje de los objetos) y formen parte importante de la trama literaria, como lo hacen también en la realidad.

Por todo lo anterior, no sorprende que el hiperconsumo forme parte del paisaje urbano, como un elemento más dentro de este:

Me acerco a la orilla y miro hacia abajo. Ahí está todo Santiago: mi barrio, lleno de árboles y edificios blancos, con balcones y ventanales, *el Club de Golf Los Leones*, con sus trampas de arena, esa cicatriz que es la Avenida Kennedy, *el hipermercado Jumbo*, el cerro Calan y su observatorio plateado, la cordillera que termina abrupta y seca allá por donde vive Cox. (122; sábado, 6 de setiembre de 1980; mi énfasis)

En *Mala onda*, la dominación del hiperconsumo se muestra no solo a través de la

presencia de las marcas comerciales, sino también de los espacios (no-lugares) como el supermercado, el centro comercial¹¹⁸, los clubes, el aeropuerto, el hotel, la discoteca, etc. por los cuales se desplaza Matías. No se trata de simples escenarios, sino que son locaciones bastante significativas por su carácter representativo del hiperconsumo. En ese sentido, Cárcamo sintetiza muy bien el escenario de la novela de Fuget; dice que esta muestra “un país marcado por los signos de la neomodernización y la atmósfera política represiva del régimen militar de Pinochet” (194).

Matías, que forma parte de todo este contexto, siente que no encaja; una sensación de incomodidad se va apoderando de él cada vez con más fuerza y lo distancia de su entorno. Por ejemplo, cuando camina por un centro comercial con un amigo, comenta lo siguiente: “Cruzamos entre las cientos de minas apostadas frente al Drugstore y al Pumper, pero yo estoy en otra (114; sábado, 7 de setiembre de 1980; mi énfasis). Los jóvenes que retrata *Mala onda* son esencialmente los mismos de *La prueba*. Si bien los países son distintos, la dinámica es la misma: dilapidar el tiempo disponible del que

¹¹⁸ Sobre este, Baudrillard comenta lo siguiente:

En el centro comercial hay cafetería, cine, librería, auditorio, baratijas, prendas de vestir y muchas otras cosas: el *drugstore* puede abarcarlo todo de manera caleidoscópica. Así como las grandes tiendas dan el espectáculo de feria de la mercancía, el centro comercial, por su parte, ofrece el recital sutil del consumo, donde todo el «arte» está precisamente en pulsar la cuerda de la ambigüedad del signo en los objetos y a sublimar su condición de utilidad y de mercancía en un juego de «ambiente»: neocultura generalizada, en la cual ya no hay diferencia entre una tienda de comestibles finos y una galería de arte, entre el *Play—boy* y un *Tratado de paleontología*. (7)

Por su parte, Trentmann apunta que “[j]ust as important as time and money are the spaces of consumption. Here the department store has dominated the scene as the icon of modernity” (23). Se puede proponer al centro comercial como una metáfora de la sociedad de hiperconsumo, pues el individuo que es parte de ella transita por la vida rodeado de una amplia oferta de objetos. Como en el centro comercial, la frontera entre *consumo denotativo* y *consumo connotativo* se vuelve difusa, pues la publicidad y la mercadotecnia consiguen que la distinción entre lo necesario y lo accesorio sea muy difusa. De hecho, de lo que se trata es de que lo accesorio se convierta en necesario en tanto que su posesión otorga prestigio.

gozan por su posición social alrededor de los comercios; es decir, se lo entregan al (súper)mercado, con el que mantienen el vínculo de la renovación permanente. Matías, al igual que Marcia, es parte de este grupo, pero, a la vez, “está en otra”, esto es, no se entrega tan fácilmente a la alienación consumista; es más, la detecta e intenta crearse una identidad auténtica lejos del hiperconsumo.

Matías también comparte con Marcia ser un buen observador de su entorno. Esto le permite, por ejemplo, darse cuenta de que sus hermanas desperdician su vida en la habituación hiperconsumista: “Hablan todo el día por teléfono y coleccionan discos 33 que compran en Circus [tienda de discos]. Parecen un estereotipo pero existen, se emocionan con estupideces y dejan pasar lo mejor de la vida sin ni siquiera darse cuenta” (49; viernes, 5 de setiembre de 1980). Justamente, la ventaja que tiene él sobre sus hermanas y demás personajes es que es que sí se da cuenta de que el peligro de vivir en la dinámica hiperconsumista consiste en que la vida pase, es decir, se desperdicie en la frivolidad y la artificialidad del consumismo.

Se debe precisar que el hiperconsumo que retrata *Mala onda* no se circunscribe únicamente a las marcas y a los no-lugares, sino también al sexo. Así, por ejemplo, Matías dice que su padre “[t]iene minas por kilos. No son inventos, sino reales, con harta cadera, harta teta. Culea de lo lindo, me consta” (56; viernes, 5 de setiembre de 1980). Asimismo, de su tía Loreto afirma que “les quita la cáscara a los camarones como seguro les saca el preservativo a todos los tipos con los que se ha metido. Es una especulación de mi parte, pero estoy seguro que es verídica. Absolutamente. La pobre es medio puta, pero ahí está su gracia, supongo” (116; sábado, 6 de setiembre de 1980). Estos ejemplos

corroboran que el hiperconsumismo es una conducta, un modo de conducirse en la vida (el único aceptado, como propone Bauman) y, por lo tanto, tiñe todos sus ámbitos, incluidos los más íntimos. Así, en este contexto, el deseo erótico desaforado de Blanca, la marquesita de Loria ya no aparece como una exageración ni mucho menos como un escándalo, sino como una aproximación normal a la sexualidad dominada por el hiperconsumo.

Ahora bien, el distanciamiento de Matías con su entorno hiperconsumista no ocurre espontáneamente, sino que se produce tras un viaje de curso a Brasil donde puede contrastar la frivolidad y la artificialidad que forman parte de su día a día con una vida fuera de esa dinámica. En Brasil, Matías pasaba sus días en la playa, relajado; incluso tuvo un romance con una muchacha mayor que él, Cassia, que, a diferencia de sus compañeras de escuela, vive sin mayor preocupación por las apariencias y el hiperconsumo. Dicho de otro modo, Matías tiene la oportunidad de vivir realmente, auténticamente durante unos días. Por eso, cuando regresa a Chile, dice con molestia: “Cagué. Estoy de vuelta. Estoy en Chile (37; viernes, 5 de setiembre de 1980). Pero su malestar no se queda solo en una expresión, sino que le genera una reflexión:

Algo estaba fallando. Este regreso, regreso que siempre supe iba a ocurrir, me estaba resultando más complejo y menos atractivo de lo que jamás pude imaginar. La gracia de viajar, pensaba, era justamente volver para recordar lo vivido. Pero ahora era distinto. Era como si no pudiera estar acá. Había algo de miedo, un ruido ausente, como cuando uno de estos milicos dispara un arma vacía; algo de asco, de cansancio, una desconfianza que me estaba haciendo daño, que no me

dejaba tranquilo. Pero no era solo eso: era mi familia, quizás; los amigos, la ausencia de minas, la onda, la falta de onda, *la mala onda que lo está dominando todo de una manera tan sutil que los hace a todos creer que nada puede estar mejor, sin darse ni cuenta, sin darnos ni cuenta aunque tratemos.* (97 – 98; sábado, 6 de setiembre de 1980; mi énfasis)

Se puede interpretar la mala onda que menciona Matías como la vida frívola, superficial que propicia una vida entregada al hiperconsumo, como la de sus hermanas y demás familiares y amigos. Pero en este pasaje, el personaje comenta, además, que la lógica hiperconsumista viene acompañada de un discurso de progreso (“nada puede estar mejor”), intensificado en los días en los días en los que transcurre la trama por la cercanía del plebiscito. Matías demuestra que él sí es capaz de ver esa mala onda disfrazada de progreso y aunque se incluya entre quienes no se dan cuenta de esta realidad, realmente él sí lo hace (de lo contrario, su comentario no existiría y la novela tampoco). De allí su desazón y su necesidad cada vez más fuerte de encontrar una identidad auténtica.

Es importante señalar que al descontento generado por el contraste con Brasil se le suma un descubrimiento que hizo de casualidad: su abuelo materno, un inmigrante húngaro, es de origen judío y su verdadero apellido es Rothman. Este es un secreto familiar que a Matías le causa un gran impacto: “Y es que, de un tiempo a esta parte, desde que lo supe, así está mi vida: ni aquí ni allá, al medio y al lado, ni dentro ni fuera. Soy el único al tanto de este secreto que avergüenza a todos, pero a mí me llena de orgullo. Y de poder, creo” (domingo, 7 de setiembre de 1980; 168). El orgullo que Matías dice sentir por sus raíces judías se relaciona con su deseo de encontrar una identidad

auténtica: al contrario de su familia, él siente que ser judío es bueno, pues marca una diferencia. En otras palabras, es un elemento que lo hace distinto y eso, naturalmente, es muy importante para su búsqueda de una identidad auténtica. La novela no desarrolla más este asunto, pero es relevante mencionarlo, pues es una evidencia del fortísimo deseo de Matías de distinguirse de quienes lo rodean.

Paradójicamente, la nueva actitud de desconfianza y de molestia de Matías con respecto a su entorno hace que este lo vea a él como el poseedor de una mala onda. Es decir, su rechazo a la vida hiperconsumista lo rarifica ante quienes lo rodean. Así, por ejemplo, cuando habla por teléfono con uno de sus amigos, este le dice: “Te has metido en una onda muy mala; deberías cortar el hueveo antes de que el hueveo te corte a ti” (258 – 259; martes, 9 de setiembre de 1980). El “hueveo” consiste simplemente en no comportarse, como el amigo con el que habla, como un joven hiperconsumista que deja pasar las horas en los centros comerciales y en las fiestas.

Ante los ojos de su entorno, Matías se convierte en una suerte de desertor; su infelicidad y su disconformidad no son entendidas, porque, como él mismo afirma, se supone que nunca se ha vivido mejor. Lipovetsky explica que en la sociedad de hiperconsumo “[l]a inmensa mayoría se declara feliz, a pesar de lo cual la tristeza y la tensión, las depresiones y la ansiedad forman un río que crece de manera inquietante... las inquietudes, las decepciones, las inseguridades sociales y personales aumentan” (13). Es decir, detrás de la máscara de progreso se esconde una existencia infeliz, degradada por el hiperconsumo (Lipovetsky llama a esto “felicidad paradójica”). Matías se ubica en este lado oscuro. El viaje a Brasil le permite desconfiar del discurso del progreso, que

era, además, el lema de la dictadura para el plebiscito de 1980: “¡Vamos bien, mañana mejor!”.

Matías, como es presumible, se va quedando cada vez más solo, por lo cual su situación vital se complica. En medio de esta desolación, recuerda que un amigo, Alejandro Paz, dependiente de un bar, le había recomendado que leyera *The Catcher in the Rye*, de J. D. Salinger. Al principio, Matías no le hace mucho caso a pesar de que su amigo insiste en que *debe* leer el libro. Sin embargo, cuando finalmente lo hace, se convierte en un punto de inflexión en su vida: “Anoche conocí a Holden Caulfield. Fue algo químico, absolutamente arrollador. No podía creerlo. Ya no estaba tan solo, me sentí menos mal. Había encontrado un amigo. Mi mejor amigo. Un doble” (233; martes, 9 de setiembre de 1980). A Matías le ocurre la misma paradoja efectiva¹¹⁹ que a Mauricio, de la novelita *Gaspard de la Nuit*¹²⁰: la usurpación de la identidad de otro que es su doble le permite encontrarse a sí mismo. Y como ocurre con el personaje de Donoso, el doble también habla: “Esto es lo raro: lo leí —o más bien me habló, porque eso es lo que hace: hablar— en inglés pero yo sentí que lo hizo en español. . . Pero quizás esa sea su gracia: ser capaz de hablar, de sacar la voz. Y es como si no fuera sólo su voz, es como si fuera

¹¹⁹ Digo “efectiva” porque a ambos les resulta una operación exitosa, es decir, la apropiación de la identidad de otro les sirve para encontrar la propia.

¹²⁰ Vale la pena comentar que cuando José Donoso regresó a Chile en 1981 tras dieciséis años de autoexilio en Europa dirigió en su casa un taller de escritura creativa del que Alberto Fuguet fue un alumno. Sobre este episodio, el autor de *Mala onda* comenta lo siguiente: “No lo siento como mi maestro, entre otras cosas porque no creo que él andaba por la vida recogiendo escritores vagos y perdidos. Pero fue un gran aliado, un notable profesor”. Donoso echó a Fuguet del curso porque no había leído a Dostoievski. Unos años después, en 1989, Fuguet volvió a participar en un taller de Donoso que aquella vez sí completó.

la voz de todos. O, al menos, como si fuera la mía” (233; martes, 9 de setiembre de 1980).

Se debe precisar que ciertamente Holden Caulfield no es un paradigma al cual tradicionalmente se buscaría imitar, es decir, además de poseer baja autoestima, es un alumno expulsado de varias escuelas por malas calificaciones, y cuando narra la historia está en una institución que, aunque no se diga que es un centro psiquiátrico, sí es posible deducir que es una de este tipo. Sin embargo, Matías no busca un modelo de estudiante ejemplar, de moralidad o de sanidad mental. Se puede inferir que el personaje de Caulfield lo atrae porque aboga por una honestidad brutal o, dicho de otro modo, detesta a la gente falsa (*phony people*). Evidentemente, estas personas son las que rodean Matías y a las cuales detesta cada vez más, porque él, como el personaje de Salinger, busca la autenticidad. Asimismo, Caulfield exhibe una conducta cínica en el sentido filosófico, es decir, de escepticismo en cuanto a lo que propone la sociedad. En ese sentido, Matías es muy crítico con respecto a su entorno, esto es, exhibe también un gran cinismo.

De este modo, Holden Caulfield le demuestra a Matías que no es el único que se siente profundamente incómodo con la superficialidad y la falsedad de su entorno. Allí radica la identificación con el personaje de Salinger. Pero lo más importante es que la rebeldía que manifiesta Caulfield con respecto a lo que considera falso se le presenta a Matías como una posibilidad. Es decir, en vez de sentirse deprimido, perdido, sin saber qué hacer o a quién recurrir, Matías descubre que puede ser un cínico rebelde en el sentido de Caulfield. En el contexto del hiperconsumo, eso se le figura como un modelo

de identidad auténtica, justamente lo que anhela. Por eso, asumir el rol de Caulfield es su medio para ser auténtico en su contexto.

Ahora bien, a pesar de que Matías queda fascinado con el personaje desde que lee por primera vez la novela, el proceso de adquisición de la identidad de Caulfield —y, por añadidura, la suya— es gradual. Empieza al día siguiente de la lectura cuando decide no ir al colegio (como hace el personaje de Salinger) porque “tengo demasiado en la mente como para prestar atención a cosas que no me interesan ni me sirven” (234; martes, 9 de setiembre de 1980). Al igual que Caulfield, Matías deambula por la ciudad. Empieza, por supuesto, por las zonas comerciales que conoce. Allí, entra a una boutique de arte chino y, siguiendo con el ejemplo de Caulfield, asume una identidad cínica. Luego continúa su paseo por un rato.

Este episodio de no asistir a clases y pasear sintiéndose el personaje de Salinger es muy importante para Matías, pues le demuestra que ser como Caulfield, es decir, encontrar un modelo de identidad auténtico sí es posible: “Y me doy cuenta de que sí, quizás es verdad, quizás Holden, o su voz, o su forma de ser sí pueden ser llevados a la práctica. Eso es lo raro. Nunca me había pasado algo así con un libro ni una película, ni siquiera con un disco. O una persona (237; martes, 9 de setiembre de 1980; mi énfasis). A partir de este momento, la relación de Matías con su entorno alienado por la sociedad de hiperconsumo se vuelve aún más tensa, pero él ha encontrado, a través de Caulfield, la fórmula perfecta para enfrentar a la mola onda.

Por otro lado, este episodio trae nuevamente a colación la similitud con el personaje de Mauricio de la novelita *Gaspard de la Nuit*: él se pone el vestuario del

muchacho pobre (y este el suyo) y representa este rol para poder liberarse de los mandatos burgueses que siente que lo “violan” y poder dedicarse a pasear libremente.

Matías realiza la misma operación: asume la identidad de Caulfield para resistir la mala onda hiperconsumista que lo rodea y a partir de allí podrá romper con el entorno y construir una personalidad más sólida.

Se debe precisar que la búsqueda de un modelo de autenticidad no se inicia para Matías con la lectura de *The Catcher in the Rye*. La incomodidad con su entorno hizo que buscara modelos que lo contradijeran. Uno de ellos es su amigo Alejandro Paz y otro, su profesora de Literatura, Flora Montenegro. Ella es abiertamente de izquierda, lo cual contrasta con la ideología del colegio de Matías, y está a favor de votar “no” en el plebiscito. Además, enseña obras literarias que no están en el currículo conservador del ministerio de Educación. Sin embargo, a pesar de esta actitud aparentemente contestaria, a su modo ella también es parte de una estructura que se rige por los estereotipos, lo cual Matías nota y rechaza: “Me apestan esas propuestas intelectualizantes: tú eres así, por lo tanto piensas así. Sí, quizás sea verdad: no soy igual a la Antonia. Y me alegro de no serlo. Pero no por eso soy la Flora, ni el brazo armado del MIR [Movimiento de Izquierda Revolucionaria] (251; martes, 9 de setiembre de 1980). Matías se decepciona rápidamente de la posición socialista que supuestamente es una respuesta al hiperconsumo, porque tampoco le ofrece la posibilidad de autenticidad que anhela. En el fondo, Flora y sus camaradas no son muy distintos al entorno de Matías: se comportan sobre la base de estereotipos y ven con recelo a todo aquel que no se amolda a ellos.

Hiperconsumistas y socialistas se rigen bajo un código de conducta que no acepta desertores.

El rechazo de Matías del dogmatismo izquierdista representado por la profesora Flora Montenegro permite deducir también que la crítica de la novela hacia la sociedad de hiperconsumo no es ideológica ni mucho menos panfletaria. Si fuera así, Matías no hubiera descubierto a Holden Caulfield, sino a Carl Marx o a otro teórico o escritor de esa tendencia política. El cuestionamiento esencial de *Mala onda* es hacia la alienación del individuo que puede ocurrir por la frivolidad del hiperconsumo, pero también por el fanatismo político, que, en última instancia, también es frívolo, porque reduce groseramente la realidad a la aplicación de determinados parámetros. En otras palabras, la novela critica la falta de autenticidad, de creatividad en general. Por supuesto, el hiperconsumo resalta más porque es el medio en el que se mueve el personaje, pero no es la única “mala onda” en contra de la posibilidad de generar una identidad auténtica.

Ahora bien, el rechazo de hacia Flora se consolida no solo porque se da cuenta de que ella es también un estereotipo, sino también porque la profesora demuestra su antisemitismo cuando, entusiasmado, Matías le comenta sobre su lectura de *The Catcher in the Rye*. Ella dice que “las peripecias y mañas de un adolescente judío malcriado y autorreferencial que se da el lujo de taimarse e irse a un hotel porque tiene los bolsillos llenos de plata no pueden interesarle realmente a nadie. Excepto a los críticos judíos, claro, que han inflado tanto el libro” (252 – 253; martes, 9 de setiembre de 1980). Cuando Matías le reclama por lo que dice, ella continúa su crítica: “Y el llamado establishment literario neoyorquino está manejado por los judíos, eso lo sabe todo el

mundo. . . Los mejores creadores judíos justamente aquellos que reniegan de su condición de tales. O judíos de izquierda, que es una mezcla absolutamente deliciosa” (253; martes, 9 de setiembre de 1980). Finalmente, cuando Matías directamente le pregunta si tiene algo contra los judíos, ella responde con una pregunta que confirma su antisemitismo: “¿Se me nota mucho?” (253; martes, 9 de setiembre de 1980). Matías se levanta de la mesa y ante la pregunta de si tiene algún problema, responde que quien lo tiene es ella y se va.

La molestia de Matías ocurre porque él se ha identificado con sus raíces judías — no por amor a la religión o la tradición, sino porque está al servicio de su búsqueda de autenticidad— y le resulta ofensivo estar con una persona antisemita. Sin embargo, también resulta una afrenta que ella ataque a un libro y, sobre todo, a un personaje que para él han resultado trascendentales sobre la base de sus prejuicios antisemitas. La imagen de una gran literata, de una mujer de avanzada se disuelve rápidamente cuando revela su antisemitismo. Este, sumado a su sectarismo de izquierda, hacen que Matías pierda toda admiración y cariño hacia ella. De ser una aliada, se convierte en una persona que, aunque por razones distintas a las de su entorno, también rechaza la identidad que pretende construir Matías.

El haber confirmado que el modelo de Holden Caulfield es posible de realizar en la realidad le otorga a Matías el valor suficiente para enfrentar a su entorno. El personaje de Salinger le permite canalizar una personalidad contestaria. El episodio más representativo de esta nueva actitud de Matías ocurre durante una cena organizada por

sus padres en honor a un tío embajador. Allí, este hace un comentario de mal gusto que el muchacho no deja pasar por alto:

El tío Sergio se acerca y mira con atención las carnes y jamones y ensaladas y langostas y frutas y alcachofas rellenas.

–Y después dicen que en Chile no hay qué comer –comenta.

El resto de los concurrentes ríe de buena gana ante el humor y la rapidez del embajador. Yo lo pienso un segundo. Pero no hay nada que pensar, siento. Es lo que debo decir. Y lo digo:

–Por qué no se da una vuelta por las poblaciones y deja de hablar huevadas. (279; martes, 9 de setiembre de 1980)

Aunque, como el mismo Matías reconoce, su recriminación al embajador es un acto impulsivo, en realidad es la manifestación de un proceso complejo de búsqueda de una identidad auténtica que se inicia con el viaje a Brasil y que se concreta con la lectura de *The Catcher in the Rye*. Indudablemente, en este episodio Matías está inspirado y envalentonado por la brutal honestidad de Holden Caulfield y por su tajante rechazo a la gente superficial, como el embajador que demuestra un profundo desconocimiento y desprecio por la realidad social de su país. En este episodio, el embajador encarna todo lo que Caulfield y Matías (o Caulfield-Matías) detestan profundamente.

Quien más se enfurece con el comentario recriminatorio de Matías es su madre, que incluso le pide a su esposo que recurra a la violencia para controlar a su hijo. Cuando finalmente Matías está por irse de la casa, ella le dice:

–Córtala, Matías. Cálmate. Después te vas a arrepentir. Yo te conozco.

–*Mentira: tú no me conoces. No me conoces para nada.* (279; martes, 9 de setiembre de 1980; mis énfasis)

Este intercambio, aunque breve, es bastante significativo. Por un lado, demuestra que Matías ha adquirido suficiente consciencia de sí mismo como para darse cuenta de que, tras el viaje a Brasil y su lectura de *The Catcher in the Rye*, su identidad ha cambiado, o que, más bien, a través de Holden Caulfield, ha logrado adquirir una auténtica en medio de la alienación —la mala onda— de la sociedad de hiperconsumo. Esta nueva seguridad en sí mismo le permite no retractarse de su comentario y salir de su casa. En ese sentido, la respuesta que le da a su madre es acertada: ella está apelando a un Matías del pasado. La novela enfatiza que ella vive inmersa en la dinámica del hiperconsumo; por lo tanto, a pesar de ser la madre del personaje, es completamente ajena, como todos los demás, de todo lo que vive su hijo desde su regreso de Brasil.

La salida de Matías no es solo una huida, sino un encuentro con la vida auténtica fuera de la mala onda hiperconsumista. Durante el par de días que está fuera de su casa, asume la identidad de Holden Caulfield no solo en términos espirituales, sino también materiales: se registra como tal en un hotel donde se hospeda (le hace creer al hotelero que es un turista norteamericano que ha perdido el pasaporte) y compra una gorra estilo cazador como la del personaje. Matías, como Mauricio de la novelita de Donoso, encuentra, paradójicamente, una identidad auténtica al usurpar la de otro. Ese *otro* representa un ideal de libertad y es elegido por ellos, es decir, no es un mandato. En términos de Mauricio, el otro elegido no forma parte de aquellos que pretenden “violarlo” con sus exigencias. Aunque Matías no lo plantea así, en la práctica le sucede lo mismo: la

mala onda que percibe de su entorno es por la imposición de un modo de vida hiperconsumista con el cual no se identifica. Entonces, una identidad ajena —el muchacho pobre, Holden Caulfield— representa un modelo que proporciona la tan anhelada autenticidad.

Por supuesto, todo esto puede propiciar también una lectura pesimista, pues aunque marca distancia de un entorno entregado al hiperconsumo, Matías es también un gran consumidor: se apropia en toda su extensión de la identidad de otro, es decir, lo consume completamente (lo mismo se puede decir de Mauricio). De este modo, es posible concluir que realmente no hay salida de la sociedad de hiperconsumo, pues incluso la operación que busca encontrar autenticidad fuera de ella debe pasar por la acción de consumir. En este contexto, lo máximo a lo que se puede aspirar es a un consumo distinto al de la mayoría, más original, pero que a fin de cuentas sigue estando regulado por el (súper)mercado.

Asimismo, *Mala onda* refuerza la idea pesimista propuesta en el capítulo anterior con respecto a que enfrentarse a la sociedad de hiperconsumo es un lujo que solo aquellos que poseen tiempo libre pueden procurarse. El viaje a Brasil, la lectura de *The Catcher in the Rye*, el deambular por la ciudad después de irse de su casa y todas las elucubraciones existenciales y sociales son solo posibles si existen cantidades ingentes de tiempo libre. Acceder a la lectura en inglés de la novela de Salinger supone también necesariamente haber pasado por una educación elitista. Los empleados del supermercado de *Mano de obra*, por ejemplo, jamás hubieran podido tener la posibilidad de leer la novela de Salinger, tanto por la falta de dinero y de tiempo libre para leer y comprar el libro, como

por no haber recibido una educación que les permitiese acceder a un texto en inglés (a ellos, Holden no les podría “hablar”).

Al igual que Holden Caulfield, una vez fuera de su casa, Matías emprende un paseo por la ciudad, concentrado en el centro de esta, un lugar hasta entonces casi desconocido para él, pues al ser de clase alta, este no era parte de su recorrido habitual. Sin embargo, haber asumido la identidad del personaje de Salinger, tanto espiritual como físicamente, le permite pasear con libertad. Estos desplazamientos, a su vez, le permiten confirmar nuevamente que la forma de ser de Caulfield sí es factible.

Ahora bien, Holden Caulfield no es el único personaje que inspira a Matías en su búsqueda de autenticidad. Aparece también el músico Josh Remsen (inventado por Fuguet), a quien también conoce gracias a Alejandro Paz. Remsen es un joven rockero antisistema de Nueva York de 22 años que empezó a ganar mucha notoriedad en la época que transcurre la novela. Pese a ello, por no ser parte de la típica música comercial de moda, no es fácil conseguir sus discos. Así, en uno de sus paseos por la ciudad después de huir de su casa, Matías trata de conseguirlos, pero no lo logra:

–¿Tiene algo de Josh Remsen?

–No lo ubico –me dice la vendedora de la Feria del Disco que, como es típico, está repleto de liceanas en uniforme mirando cassettes en español.

–Pero, ¿no tiene discos importados?

–Todos nuestros discos son importados.

–¿Le suena el álbum *El Coyote se comió al Correcaminos*?

–No –me responde con cara de asco.

–¿Y *The Sleeper Must Awaken*?

–Lo siento.

Quizás tengan el disco en Circus. Pero la sola idea de ir para allá me deprime. Lo más probable es que no lo tengan. (308 — 309; miércoles, 10 de setiembre de 1980)

No sorprende que a Matías le resulte deprimente ir al local de una cadena de tienda discos dentro de un centro comercial que forma parte del circuito hiperconsumista del que busca desligarse a través de Holden Caulfield: ahora, fuera de su casa, lejos de su entorno habitual y con su nueva identidad se le abren espacios nuevos más auténticos y más interesantes que los que ofrece un centro comercial. Además, sería contradictorio ir a una tienda de discos como Circus a buscar el disco de un rockero anti sistema.

Pero lo que más llama la atención sobre Josh Remsen es el título de sus discos. El primero, *El coyote se comió al correccaminos*, es una evidente referencia a la caricatura de Warner Bros. en la que aparece un coyote —Will E. Coyote— que infructuosamente trata de cazar a un correccaminos (ese fracaso constante es la trama cómica del dibujo animado). En ese sentido, el título del disco de Remsen entabla una contranarrativa que se puede conectar con la novela de Fuguet: la narrativa social habitual dentro del contexto histórico del texto es la de una alienación hiperconsumista contra la cual aparece la historia de Matías a modo de contranarrativa. En otras palabras, así como Remsen desarma la narrativa habitual de la caricatura y le otorga la victoria al coyote, Fuguet plantea, a través de Matías, una narrativa que desafía al estilo de vida hiperconsumista o que por lo menos llama la atención sobre él.

El segundo título, *The Sleeper Must be Awaken*, sugiere dos lecturas. La primera se relaciona con Matías: él es el durmiente que debe despertar del marasmo en el que vivía antes del viaje a Brasil y de descubrir a Salinger y a Remsen. La segunda es más abarcadora, pues el durmiente serían todos aquellos que forman parte de la sociedad de hiperconsumo y, como los personajes del entorno de Matías, cifran su vida en el consumismo. En ese sentido, *Mala onda* se configura como una posible herramienta para despertar al durmiente a través de la exposición de la historia de Matías. En otras palabras, la novela de Fuguet posee un potencial desfamiliarizador¹²¹ para quien vive inmerso la dinámica hiperconsumista y, por lo tanto, alienante de la sociedad de hiperconsumo. Este es el durmiente que *debe* despertar. Bajo esta perspectiva, *Mala onda* tendría una agenda más allá de la literatura. No quiero decir que esta haya sido la intención del autor, pero sí que es una lectura posible de la novela. Esta reflexión es especialmente importante para desestimar perspectivas que solo encasillan la novela dentro del marco del *bildungsroman* (Alonso, Rojo, López) o que simplemente desestiman su trama por considerarla superficial.

El personaje de Josh Remsen tiene también el rol de reconfirmarle a Matías que el modelo de Holden Caulfield es posible de llevarse a cabo y, sobre todo, que funciona, es decir, que puede tener éxito en su búsqueda de autenticidad. Un artículo en la revista *Village Voice* se convierte en la evidencia de esto:

¹²¹ He explorado este tema con detalle en mi tesis de maestría, *Mala onda (1981), de Alberto Fuguet, como una herramienta de desfamiliarización en la sociedad consumo contemporánea* (The University of British Columbia, 2015).

Si Holden Caulfield hubiera nacido veinte años después, seguro que se hubiera convertido en Josh Remsen, el primer rockero postpunk, antidisco, criado en el exclusivo Upper East Side de Manhattan, hoy un héroe del East Village, lugar donde, después de años de vagabundeo compulsivo que lo llevaron desde las plantaciones de marihuana de Jamaica a los bares más duros de Dublín, este chico frágil pero tenso, de veintidós años, que nunca terminó la secundaria pero mete a Joyce en sus erráticas y embriagadoras letras ha encontrado algo que, por ahora al menos, se atreve a llamar hogar. Por fin. (303; miércoles, 10 de setiembre de 1980)

Luego de leer la nota, la reacción de Matías es bastante elocuente:

Después grito de felicidad, a todo dar. La gente que atosiga el local me queda mirando, aterrada. Yo me pongo los anteojos oscuros y mi gorra de cazador roja con negro, enrolló mi *Village Voice* y salgo como si nada –como si todo– hubiera pasado.

Por fin. (303 – 304; miércoles, 10 de setiembre de 1980)

La felicidad del personaje es porque confirma que sus últimas decisiones han sido acertadas: Josh Remsen nacido también en la clase alta y luego dedicado al vagabundeo como hace él cuando se va de casa, le asegura que es posible ser como Holden Caulfield en un contexto en el que la autenticidad parece imposible. En ese sentido, es lógico que luego de leer la nota se ponga la gorra de cazador y los anteojos: es la afirmación de la nueva identidad que lo ha liberado de alienación hiperconsumista, es decir, de la mala onda.

El problema es que otra vez queda en evidencia que es imposible salir de la sociedad de hiperconsumo: ciertamente, Remsen se presenta como un rebelde, un renegado¹²² de su entorno, como Matías. Sin embargo, no es por esto que le hacen una nota y una entrevista en *Village Voice*; aparece en esta revista porque ha tenido éxito comercial. Entonces, Matías se alegra de lo que lee sobre Remsen no solo porque le demuestra que, como él supuso, es posible ser como Holden Caulfield, sino porque da el mensaje de que serlo no implica necesariamente una vida miserable, marginal, sino todo lo contrario: una de reconocimiento y presumiblemente de riqueza, pues, aunque no se mencione, es evidente que la fama de Remsen implica éxito pecuniario. De este modo, el mensaje otra vez parece ser que no es posible escapar de la dinámica del hiperconsumo, esto es, de los márgenes del (súper)mercado; sin embargo, en medio de este contexto desfavorable, si se tiene la suerte de poseer los medios para disponer de tiempo libre y se tiene un poco de consciencia crítica es posible encontrar una identidad auténtica que permita resistir la alienación al menos hasta cierto punto. En ese sentido va la siguiente reflexión que hace Matías con respecto a sí mismo después de su huida:

Lo que ha cambiado, lo que he perdido, son el engranaje, la cadena, la dirección.

He conseguido reemplazarlos por piezas nuevas, más fuertes, más confiables, pero no es igual. No podría serlo, supongo. Cuando uno juega fuerte, se mete en caminos difíciles, no transitados, no puede esperar salir sin topes. Queda el soporte, claro, pero cambian las piezas. Y no es igual porque, al final, uno siempre

¹²² El caso de Remsen se parece al del artista inglés Banksy. Este último también se hizo famoso por ser contestatario, pero la fama le ha permitido vender obras por varios millones de dólares.

se fija en los detalles. Los detalles son los que cuentan. (332; domingo, 14 de setiembre de 1980)

En otras palabras, lo que dice Matías es que ha encontrado el modo de redefinirse gracias a que ahora dispone de las herramientas —las piezas— necesarias para enfrentar a su entorno y, sobre todo, sobrevivir a él. Caulfield y Remsen le han otorgado la sabiduría necesaria para lograr ser auténtico en un contexto donde prima la alienación. Dicho de otro modo, ellos le brindan el conocimiento que primero buscó en Flora Montenegro, pero que desechó por encontrarlo igualmente alienado y, por lo tanto, inútil para encontrar una identidad auténtica.

El final de Matías, quien regresa a su casa, es mejor que el de Caulfield, que termina encerrado en una institución para recuperarse de su colapso nervioso antes de ser enviado a otra escuela. De alguna manera, el personaje de Salinger es una suerte de precursor que sienta las bases para que futuros inconformes como Remsen y Matías lo tomen como modelo, pero con un mejor final.

Todo esto no quiere decir que para Matías se abra el camino de la felicidad y de la seguridad. Haber encontrado un camino para la autenticidad tiene un precio, como aprecia en esta reflexión:

Y esta es una de las peores situaciones en que uno se puede encontrar. Es como estar en un aeropuerto con pasaje para todas partes y no saber qué avión tomar. O peor: averiguar que ningún avión va a partir. O querer partir y darte cuenta de que no tienes pasaporte. No sé, algo así. Es realmente molesto y aterrador y se transforma en un círculo vicioso existencial que no conduce a ninguna parte.

Basta con analizarlo, ponerse a pensar en todas las aburridas y predecibles oportunidades que nos ofrece el futuro, y en las más entretenidas y fascinantes, para darnos cuenta de que estamos en serios problemas.

Tú antes no eras así, Matías. (319; miércoles, 10 de setiembre de 1980)

Esta suerte de crisis existencial que experimenta solo es posible cuando se consigue un espacio para desarrollar una identidad auténtica, pues aquel que vive inmerso en la dinámica hiperconsumista simplemente se deja llevar por su inercia y desarrolla sin mayor cuestionamiento la identidad de hiperconsumidor. Las únicas elecciones que este puede ser son entre tal o cual producto o entre tal o cual marca, pero esa no es una decisión genuinamente libre, sino una mediada por la mercadotecnia y la publicidad. En ese sentido, siguiendo la metáfora de Matías, el destino de viaje es solo uno: hiperconsumir. Por el contrario, si el hiperconsumo no domina la existencia, se abren las posibilidades y, naturalmente, como le ocurre a Matías, se genera incertidumbre.

Ahora bien, esto último no debe interpretarse como que es posible salir de los márgenes de la sociedad de hiperconsumo. La moraleja que se puede inferir de *Mala onda* es que si bien es posible encontrar un espacio para construir una identidad no alienada (o, al menos, no completamente) por el hiperconsumo, no es posible escapar de este. Incluso las estrategias de resistencia a través de la literatura y de la música están mediadas por el (súper)mercado. *The Catcher in the Rye* y Josh Rensen llegan a Matías gracias a su éxito comercial. Si no fuera por este, su distribución hubiese sido muy limitada. Se puede decir, entonces, que la novela de Fuguet exhibe un optimismo

limitado: alguna posibilidad de autenticidad es viable en medio de la mala onda hiperconsumista, pero es imposible escapar de los muros del hipermercado.

El proceso de regreso a casa de Matías corrobora esta apreciación.

Evidentemente, siendo menor de edad y con dinero limitado, no puede pasar mucho tiempo deambulando por la ciudad. La experiencia dura lo suficiente para darle “piezas” nuevas que lo ayuden a sobrellevar mejor la mala onda hiperconsumista, pero no puede llegar más lejos. Aquí reaparece Esteban, el padre de Matías. El encuentro entre ambos se torna bastante bizarro: van a un sauna que es realmente un prostíbulo exclusivo y ambos terminan en la misma cama manteniendo relaciones sexuales con una prostituta cada uno. Mientras lo hacen, consumen cocaína. A pesar de la sordidez del episodio, no sorprende que Esteban plantee la reconciliación con sus hijo desde el consumo desmedido (de drogas y de sexo): es la dinámica en la se mueve, el lenguaje que habla. Matías, por su parte, se deja llevar acaso porque, como él mismo dice, ahora tiene nuevas piezas que le permiten enfrentar mejor a su entorno sin miedo a que esta lo consuma a él. Gracias a Holden Caulfield y a Josh Remsen tiene una coraza para enfrentar al hiperconsumo y no sucumbir ante su mala onda.

A pesar de esta escena de desenfreno, en este punto la novela le otorga a Esteban una dimensión más humana —es decir, menos frívola— que facilita, incluso desde un punto de vista del desarrollo narrativo, el regreso de su hijo: es un hombre que ha descubierto que su esposa lo engaña con un amigo y que está a punto de abandonarlo. Este drama familiar hace que Matías regrese con menos incomodidad, pues siente que su presencia es necesaria y, sobre todo, posible luego de todo lo que ha aprendido: “Volví a

mi casa, claro. Era lo que debía hacer, fue lo que deseaba. . . sentí que me necesitaban — que me necesita, mi padre—, y eso siempre es bueno” (332; domingo, 14 de setiembre de 1980).

El regreso de Matías, entonces, es necesario desde el punto de vista de la verosimilitud de la novela y porque supone el fin de un viaje que se inició con la visita a Río de Janeiro, que culminó en el sauna-prostíbulo y que puede decirse que resultó exitoso en tanto que le sirve para encontrar las herramientas necesarias para enfrentar al entorno hiperconsumista y, en consecuencia, establecer una identidad auténtica o, en todo caso, menos superficial que la del resto. En ese sentido, las dos últimas oraciones de la novela van en sintonía con esta lectura. En la primera, Matías dice: “Sobreviví, concluyo. Me salvé” (335; domingo, 14 de setiembre de 1980). Se puede colegir, por un lado, que de lo que salva el personaje es de la mala onda de la sociedad de hiperconsumo gracias Caulfield y a Remsen; por otro, es también la constatación de que todo el viaje finalmente salió bien, pues corroboró que los modelos del personaje de Salinger y el rockero contestario son posibles de llevar a la práctica y, por lo tanto, sobrevivir es factible. El viaje pudo haber sido desastroso si, por el contrario, los modelos se tornaban imposibles de imitar. Acaso en esa circunstancia la idea de suicidio que brevemente se desliza una vez en el discurso de Matías habría adquirido más fuerza.

La última oración de la novela dice: “Por ahora” (335; domingo, 14 de setiembre de 1980). Es decir, Matías es consciente de que por el momento ha tenido éxito frente a la mala onda de la sociedad de hiperconsumo; sin embargo, este logro no es garantía de una supervivencia absoluta. Al contrario, este es momentáneo: a sus diecisiete años, Caulfield

y Remsen le permiten sobrevivir, pero es incierto si todavía podrán protegerlo más adelante.

En suma, Matías Vicuña, el narrador y protagonista de *Mala onda*, se siente abrumado por la frivolidad de su entorno sumido en el hiperconsumo y la consecuente vida alienada que este supone. Al inicio, esto lo deprime y no sabe qué hacer. Sin embargo, descubre a Holden Caulfield y a Josh Remsen, quienes le demuestran que es posible ser contestario en medio de un entorno que resulta hostil. Por ello, sus identidades le sirven a él para construir su propia identidad, una que resulta auténtica en un medio que solo piensa en lo siguiente que consumirá. Toda esta operación, no obstante, solo es posible gracias a que Matías dispone de los recursos económicos suficientes para disponer de tiempo libre y de una educación que le permite leer y escuchar a los personajes. Asimismo, Matías consume a Caulfield y a Remsen, y lo hace gracias a que son parte de un circuito comercial. De este modo, la moraleja es que no es posible escapar del hiperconsumo, pues incluso una operación de resistencia a este se desarrolla dentro de sus márgenes.

5.2. *La luz negra*: la autenticidad de lo falso

En *La luz negra*, el asunto de la autenticidad se discute no solo en el contenido del relato, sino también desde su elaboración. Así, la narradora en primera en persona plantea que no cree en las historias que dicen “esto fue así”, sino que le parece mejor cuando se dice: “Supongamos que esto fue así”. Si ya la posición de narrar primera persona conlleva, como afirma Mieke Bal, “parcialidad y limitación” (107), el hecho de poner en

duda explícitamente lo narrado aumenta el grado de incertidumbre y, en consecuencia, mella la autenticidad de la historia. Sin embargo, en el contexto de la novela, esto es completamente coherente: en ella se plantea que el relato que se construye sobre la base de recuerdos tergiversados por el tiempo, de datos dudosos, de suposiciones mediadas por la subjetividad de la narradora es verdaderamente auténtico, pues confiesa sus propias limitaciones y no pretende, como otros, brindar una historia de supuestos datos concretos que realmente no lo son. Asimismo, se construye un discurso que cuestiona directamente el concepto de autenticidad/inautenticidad en el mundo del arte, concretamente en el ámbito pictórico. Lo realmente inauténtico, plantea el texto, es el mercado de obras de arte y su consecuente *consumo connotativo* que otorga prestigio¹²³. En ese sentido, un cuadro falsificado, pero de gran calidad artística, es mucho más auténtico que otro cuyo valor es meramente monetario.

La reflexión en torno a la autenticidad/inautenticidad en el marco del consumo de obras de arte gira alrededor de dos personajes: Enriqueta y la Negra. La primera se desempeñó hasta su muerte como perita de la oficina de tasación del Banco Ciudad. Su labor básicamente era certificar la autenticidad de las pinturas que llegaban allí en consignación. La Negra, por su parte, era una falsificadora experta en copiar cuadros de Mariette Lydis¹²⁴. Se supone que formó parte, en los años sesenta, de una banda de falsificadores llamada “La banda de los falsificadores melancólicos”. Irónicamente, este

¹²³ Esto demuestra que lo observado por Veblen mantiene su vigencia más de un siglo después.

¹²⁴ Mariette Lydis fue una pintora austríaca que se mudó a Buenos Aires durante los años cuarenta. Allí se volvió famosa entre la élite porteña gracias a los retratos de mujeres, a quienes representaba con facciones marcadas, narices pequeñas, labios gruesos y pupilas líquidas.

personaje, a pesar de parecer un invento de otros, se configura como sumamente auténtico en el marco de la novela.

La narradora conoce a Enriqueta cuando, “por acomodo”, entra a trabajar a la oficina de tasación donde ella trabaja. Rápidamente se convierte en su pupila y entre ambas se establece una amistad y una complicidad. Producto de esta, un día Enriqueta cita a la narradora en una sauna para revelarles que, durante muchos años, ha estado autenticando obras falsas por una suma de dinero. A partir de ese momento, la narradora se vuelve su cómplice en el negocio hasta la repentina muerte de Enriqueta.

Ahora bien, Enriqueta no cometía los fraudes motivada por el dinero (la narradora tampoco: volverse cómplice le permite superar el profundo aburrimiento y abatimiento en el que siente que vive). Al menos en su discurso, la verdadera razón radica en su rechazo al mercado de obras de arte y, por supuesto, a quienes las adquieren solo por el hecho de que otorgan reconocimiento. Esto la convierte en una suerte de ideóloga de la falsificación como herramienta contra el mercado de obras de arte y de quienes las consumen. Así, por ejemplo, de acuerdo con la narradora, para Enriqueta falsas “eran las obras de calidad discutible” (19). Un poco más adelante, la narradora cita textualmente a Enriqueta en el mismo sentido: “¿Una buena falsificación no puede dar tanto placer como un original? ¿En un punto no es lo falso más verdadero que lo auténtico? *¿Y en el fondo no es el mercado el verdadero escándalo?*” (19 – 20; mi énfasis). A la narradora estos argumentos la convencen. De allí que afirme que “[e]n el fondo éramos dos románticas que creíamos que con estas travesuras [las falsificaciones que hacían pasar como

auténticas] atentábamos contra las concepciones burguesas, contra la forma de ver el mundo que tiene esa gente: la que compra” (20).

Esa “forma de ver el mundo” se puede interpretar como el prestigio logrado a través del *consumo connotativo* (en este caso, el consumo de obras de arte). Esto se corrobora cuando, tras la muerte de Enriqueta, la narradora recibe un maletín con una serie de objetos que le habían pertenecido a Mariette Lydis (“memorabilia” entre la que había por lo menos un cuadro falsificado) que entran a una subasta y que finalmente son comprados por un solo postor. La narradora dice lo siguiente al respecto: “La Operación Lydis fue un éxito, todos los lotes se vendieron a la misma persona, lo que confirma una vez más que el arte y el dinero son dos ficciones culturales que lindan con el acto de fe. *Cuando un coleccionista compra no está comprando arte, está comprando una confirmación social de su inversión*” (67).

A Enriqueta y a la narradora parece molestarles mucho la transacción en la que el arte, al que tanto admiran en términos espirituales, se convierte en un caso de *consumo connotativo* y, en consecuencia, un mero instrumento para adquirir reconocimiento. En ese sentido, su operación consiste en “vengarse” de aquellos que son parte de esta dinámica dándoles objetos falsos que prácticamente no tienen valor monetario. De este modo, si algún día se descubriese el fraude, se darían cuenta de que su prestigio adquirido ha sido también un fraude. En otras palabras, harían el ridículo y el arte habría sido desagraviado por haber sido considerado un simple medio para adquirir “confirmación social”,

Evidentemente, la operación de Enriqueta y de la narradora necesita operarios, entre los cuales destacan quienes realizan las falsificaciones. Sobre ellos, la narradora dice lo siguiente: “Nuestros falsificadores no eran como Elmyr¹²⁵. Por lo general llevaban vidas más opacas, egresados de la Escuela de Bellas Artes que no habían logrado insertarse en el circuito comercial y a la luz del día se dedicaban a otros trabajos (21)”. Así, en el grupo hay, por ejemplo, un plomero, un mecánico y una copera que tienen el talento oculto de falsificar diestramente pinturas de Butler, Quinquelas y Magritte, respectivamente. Hacen esto por haber fracasado como pintores exitosos, es decir, se trata de gente que no logró que sus obras de arte se convirtieran en objetos que otorgan reconocimiento. De este modo, la venganza también es suya: engañan al mercado de obras de arte que los rechazó.

Aquí es importante comentar que la narradora representa de alguna manera el estereotipo del personaje que no funciona o no halla sentido en el mundo del “bien”, pues su talento se desarrolla en el “mal”. Se puede presumir que el aburrimiento —elemento importante en el contexto del consumo y del consumismo— de vivir siempre en el marco de la legalidad es el aliciente que la lleva a aceptar con gusto formar parte de la operación de Enriqueta. Lo interesante es que, en este caso, la definición clásica de “bien” y “mal” es igual de borrosa que la de “auténtico” e “inauténtico”, pues el “mal” que Enriqueta y la narradora hacen en realidad es un “bien” para el arte: lo reivindican y lo protegen de

¹²⁵ Elmyr de Hory fue un famoso falsificador húngaro, cuyas obras se vendieron alrededor del mundo. Vivió varios años en Ibiza. Fue llevado a juicio por sus falsificaciones, pero fue condenado no por ellas, sino por su homosexualidad. Se suicidó en 1976.

quienes solo lo consumen connotativamente. Y, por si fuera poco, esta operación también puede favorecer a desvalidos. Así, por ejemplo, el dinero de la subasta de las supuestas pertenencias de Lydis, que incluyen un cuadro falso, fue utilizado para socorrer a una falsificadora caída en desgracia en España.

Ahora bien, a pesar de la importancia evidente de Enriqueta y de la narradora dentro del desarrollo de la trama de la novela, se puede proponer que el personaje más importante de la novela es la Negra. Se trata de una artista que destacó en la falsificación de cuadros de Mariette Lydis. En los años 60, formó parte de la “La banda de falsificadores melancólicos”, con quienes Enriqueta mantenía una relación. Justamente, es a través de ella que la narradora se entera de personaje, que muchas veces parece más una leyenda que una persona real.

Tras la muerte de su mentora y un paso infructuoso por el periodismo cultural, la narradora se obsesiona con el personaje de la Negra y decide recrearlo:

Ahí estaba la inextricable mezcla de poesía y verdad que configuraba toda leyenda. Se podía hacer algo con una historia así, pensé al levantarme de la mesa, y en los días siguientes me fui convenciendo poco a poco. Buscaría a la Negra, revolvería cielo y tierra si eso era necesario. Hurgaría hasta el último rincón, y si seguía viva, *la encontraría, la despojaría de sus secretos y todo eso lo convertiría en un libro*. Siempre fui muy fisgona en todo lo referente a la naturaleza del genio. (82; mi énfasis)

La Negra es un personaje cuya leyenda se ha forjado en torno al misterio. Es su desaparición durante varias décadas lo que hace que la narradora se interese por ella y

que se sumerja en una búsqueda detectivesca que supone entrevistas, revisión de documentos, etc. Todo esto hace que gran parte de la trama de la novela gire en torno a ella y así parezca que todo lo que se narra tiene como finalidad presentar al personaje. De allí que se pueda colegir que es el personaje más importante.

Por otro lado, también se puede proponer a la Negra como el personaje central de la novela porque es la encarnación de la autenticidad basada en el “supongamos que así fue”. Lo único que la narradora sabe de ella se basa en testimonios de gente que presuntamente la conoció. Cada una de estas personas le da versiones con muy pocos datos concretos, verificables. Más bien, sus testimonios cimentan la leyenda; por ejemplo, hay quien dice que ella criaba un cocodrilo pequeño debajo de su cama; otro comenta sobre un matrimonio tempestuoso; alguno menciona que el personaje de una película de los años sesenta estuvo inspirado en ella; etc. Todos estos datos, por supuesto, no ayudan a la elaboración del libro de la narradora, pero sí mantienen su interés en el personaje, acaso porque la Negra se le figura cada vez más como un objeto raro y exclusivo, pues muy pocos han tenido acceso a ella.

A nivel de la ideología antimercado de obras de arte que aparentemente motiva a la narradora y a su mentora, el personaje de la Negra también reviste importancia, puesto que ella la condensa: se trata de una excelente falsificadora de cuadros de Mariette Lydis que, aparentemente, de pronto un día se autocondenó al ostracismo y a la pobreza. Es decir, decidió retirarse tempranamente de la sociedad, lo que incluye, por supuesto, toda dinámica de consumo. Ella pudo haber comercializado su arte como imitadora y acaso también su arte original, pero prefirió la marginalidad y el silencio creativo que, sin

saberlo, fueron la base de su leyenda. Ahora bien, esto no quiere decir que la Negra haya tenido la intención explícita de rechazar el comercio de obras de arte y, por eso, haya decidido retirarse de la sociedad. Sin embargo, la leyenda que se construye a través de su vocación por el ostracismo permite esta lectura, y justamente es debido a ella que el personaje resulta de interés al interior de la trama de la novela y para sus lectores.

Por todo lo anterior, resulta paradójico que la narradora pretenda convertir su historia en un libro: la Negra, que prefirió la pobreza y la marginalidad, se convertiría en el insumo para un objeto de consumo masivo. Esta contradicción de la narradora no sorprende tanto si se considera que existe otra que recorre toda la novela: su relato pone en práctica un consumo cultural a través de citas textuales de diferentes autores de distintas épocas. Es decir, construye la narración apoyándose constantemente en referencias literales de filósofos, escritores, artistas, etc. En otro contexto, estos contrasentidos mellarían la verosimilitud del relato; no obstante, en este caso la sustentan: se puede incluir a las contradicciones dentro de la lógica de la autenticidad basada en el “supongamos que así fue”, ya que ellas permiten conocer con transparencia a quien escribe la historia y los intereses que tiene al hacerlo.

Finalmente, la narradora desiste de su proyecto, pues es imposible conseguir información útil para un libro y toda la búsqueda le resulta anímicamente desgastante. No le queda entonces más remedio que regresar a su trabajo como periodista cultural: “Mejor volver a mis áridos artículos sobre arte, después de todo esas entregas semanales fueron lo único que me mantuvo ecualizada” (141). Esto garantiza que el personaje de la Negra

y su historia se mantengan dentro del terreno del “supongamos que así fue”, por lo que mantienen su autenticidad y la línea ideológica de la novela no pierde coherencia.

En suma, *La luz negra* demuestra, a través del retratado del mercado de obras de arte, que la búsqueda de prestigio pecuniario se mantiene muy vigente. En el contexto de la novela, una pintura original costosa se convierte en la herramienta para conseguirlo. A través de las falsificaciones, incide en la naturaleza ficcional —y ridícula, ciertamente— del prestigio a través del consumo de obras de arte: se basa en un mero acto de fe en un objeto que puede ser fácilmente tergiversado. En consecuencia, es una operación inauténtica, pues el valor no lo otorga la calidad artística —lo único realmente auténtico— sino un documento que certifica la legitimidad, que en última instancia es un elemento que nada tiene ver con lo que la obra transmite. Por supuesto, esto se puede expandir a todo el *consumo connotativo*: siempre se trata de tener fe en la autenticidad de un objeto oneroso cuya autenticidad brindará admiración social. Esto puede ocurrir con una pintura, pero también con un cinturón o un bolso Gucci, por ejemplo. Una falsificación de estos objetos puede ser tan buena como el original, pero no tiene ningún valor porque no otorga reconocimiento. La prueba de esto es que si el objeto falso pasa como verdadero no hay mayor problema; solo cuando se descubre el engaño es que el valor monetario y simbólico desaparece.

CONCLUSIÓN

Una primera conclusión es que, en efecto, como demuestra el análisis de las obras estudiadas, el consumo, el consumismo y los temas afines a ellos constituyen un aspecto importante en las narrativas argentinas y chilenas. El hecho de que estén presentes, con distintos matices, en textos de distintas épocas y de distintos autores, canónicos y no canónicos, es el principal argumento que lo corrobora. Asimismo, la variedad de autores y de fechas implica que estos temas no son la obsesión de algún autor o de determinada época, sino que, dada su importancia, han permeado obras muy variadas. En otras palabras, el consumo, el consumismo y sus asuntos afines no son una tendencia, sino una recurrencia en las narrativas de Argentina y de Chile.

Este trabajo demuestra, además, que un paradigma de estudio construido sobre la base de estos conceptos, a pesar de que no son de raigambre literaria, permite elaborar un análisis detallado de esta índole. Lo importante es enfocarlo desde una perspectiva hermenéutica, es decir, utilizarlo como herramienta de análisis en un contexto de *close reading*. De este modo, es posible construir una voz crítica que puede explicar, por ejemplo, la actuación de los personajes sobre la base de sus motivaciones alrededor del consumo, que pueden ser las de entregarse desmedidamente a este como Blanca, en *La marquesita de Loria*, o de intentar resistir como las muchachas de *La prueba* o Matías de *Mala onda*.

Por otro lado, el itinerario demuestra la existencia de algunas constantes y, al mismo tiempo, una evolución con respecto a cómo el consumo, el consumismo y los

temas alrededor de ellos se ha representado. En cuanto a las primeras, resalta, el deseo de reconocimiento ejercido a través del consumo¹²⁶: los bolsistas decimonónicos invierten desenfrenadamente por la promesa de una riqueza inmediata con la que podrán derrochar ostensiblemente y, en consecuencia, ascender socialmente y ser reconocidos. Lo mismo ocurre con el inventor de Arlt y con el Astrólogo: a través de sus proyectos buscan riqueza y reconocimiento, componentes que los harán salir de la marginalidad. Donoso, por su parte, con humor corrosivo, retrata a una burguesía y a una nobleza que se reconoce a sí misma a través del lenguaje de los objetos que consume. De allí que cuando, por una u otra razón, su ejercicio de consumo es interrumpido, su existencia se trastoca dramáticamente. En la novela de César Aira se muestra a Marcia, quien, a pesar de mantener cierta distancia con sus coetáneos, busca reconocimiento social cuando acepta conversar con Mao y Lenin y, por ello, se asegura que la gente vea que está con ellas. Finalmente, Gainza se enfoca en el deseo de obtener reconocimiento a través del *consumo connotativo* de obras de arte.

Pero, así como hay constantemente personajes que buscan reconocimiento, también aparecen con recurrencia aquellos que se resisten o que muestran cierta crítica hacia el modo de vida consumista. Así, en *La Bolsa* aparece un poeta —alter ego de Martel— que vislumbra con pesar el mal destino que les espera a los bolsistas. En *Quilito*, el personaje de Mr. Robert se da cuenta de la “peste” que lleva a muchos a

¹²⁶ Cabe recalcar que la búsqueda de reconocimiento no es una novedad en el género humano. Veblen explica muy bien cómo el hombre antiguo obtenía reconocimiento y prestigio a través de la ejecución de una hazaña como cazar un mamut. En la actualidad, la hazaña que prestigia es obtener dinero. Por eso, una vez conseguido, es necesario demostrarlo a través del derroche ostensible. Entonces, en nuestro tiempo, a la actividad natural del consumo (el *consumo denotativo*) se le suma el *consumo connotativo* dedicado a satisfacer el deseo milenar de reconocimiento.

invertir en la Bolsa y lamenta las consecuencias nefastas de esta conducta que incluso lo alcanza a él, alguien inocente y honrado que no espera hacerse rico instantáneamente, sino a través del trabajo arduo. En *Gaspard de la nuit*, Mauricio considera que lo quieren “violar” al imponerle un modo de vida burgués y prefiere la libertad de la indigencia. Las muchachas de *La prueba* pretenden distanciarse del (súper)mercado y lo atacan. Matías, en *Mala onda*, se resiste a la “mala onda” consumista y busca construir una identidad auténtica. En *La luz negra*, la narradora y Enriqueta resisten, a través de las falsificaciones, el consumo de pinturas como medio para alcanzar reconocimiento.

Por otro lado, también es una constante el retrato de los efectos nocivos producto de la entrega desmedida al consumo de los personajes, es decir, de los que cifran su existencia alrededor del consumismo. Así, en las novelas decimonónicas el final de Glow y de Quilito, quienes optan por la promesa riqueza inmediata de la Bolsa, es la locura y la muerte, respectivamente. En las novelas de Arlt, Erdosain, el fracasado inventor deseoso de crear el objeto que le dé fama y dinero inmediatos, se suicida y el Astrólogo, el embaucador consumidor de ideologías con un bizarro proyecto empresarial es perseguido por la justicia. Los burgueses de Donoso terminan desmembrándose o peleándose como criaturas salvajes, y la marquesita literalmente desaparece. Eltit denuncia la colonización corporal y espiritual de quienes solo pueden ser mano de obra barata en el contexto neoliberal. Matías, en la novela de Fuguet, llama la atención sobre cómo quienes se entregan al consumismo dejan pasar “lo mejor de la vida”.

En cuanto a la evolución, el itinerario muestra que, a fines del siglo XIX, había preocupación por defender valores tradicionales en detrimento del cosmopolitismo, cuyas

modas importadas, desde la óptica de los autores, eran nocivas y les abrían la puerta a vicios y “males” como la especulación. Pero lo que se observa es que la “epidemia” especulativa creció rápidamente porque ya estaba muy bien instalada la necesidad de practicar el derroche ostensible para ascender socialmente y obtener reconocimiento. Unas décadas más tarde, Erdosain y el Astrólogo demuestran la existencia de una sociedad preocupada por el consumo, pues cifran sus esperanzas de éxito en poder insertarse en el circuito comercial a través de los inventos del primero y la sociedad (empresa) del segundo. Son conscientes que la única manera que tienen de salir de la marginalidad es a través de la creación de algo que sea consumido masivamente, ya sea un invento o una supuesta sociedad secreta. El Astrólogo, además, se da cuenta de que necesita la mercadotecnia y para eso planea todo un espectáculo. En los textos de Donoso se muestra ya la dominación de la sociedad de consumo y cómo los objetos se han convertido dadores de identidad. Por eso, sin ellos, los personajes no existen. Finalmente, en la época más contemporánea, el consumismo influye en todos los ámbitos de la vida y se configuran dos tipos de alienación: por un lado, la que sufren los pobres (los que no pueden entregarse al consumismo) como los que retrata *Mano de obra*, cuyas identidades son otorgadas por el (súper)mercado; por el otro, la de quienes, en el marco de una sociedad en la que, como anota Bauman, solo se puede ejercer la ciudadanía a través del consumo, se entregan desmedidamente a este. *Mala onda*, *La prueba* y *La luz negra* retratan esta realidad. En este contexto, incluso el tiempo es una mercancía, y de poder comprarlo depende cualquier intento de resistir al estilo de vida consumista.

Esto último es importante porque demuestra que el paradigma de análisis sobre la base del consumo, el consumismo y afines es cada vez más importante. La literatura es el espejo del contexto en el que se crea y si este es uno en el que, como explica Lipovetsky, la dependencia con el mercado es cada vez mayor, entonces la ficción también recreará esta realidad. Una pregunta que será cada vez más importante de hacer es cómo hacen los autores para crear personajes verosímiles en un contexto en el que la configuración de las personalidades cada vez más depende del mercado. Entonces, así como no se puede estudiar, por ejemplo, el teatro del Siglo de Oro español sin tomar en cuenta la sociedad estamental, no se puede estudiar la literatura contemporánea sin la sociedad de consumo. Y para hacerlo, es necesario un marco conceptual como el que planteo en este trabajo. Por ello, considero a éste el primer paso en un proyecto que pretendo seguir desarrollando con la inclusión de otras vertientes literarias y de otros países latinoamericanos.

Finalmente, este trabajo y su desarrollo futuro abren la puerta a un diálogo interdisciplinario, pues a través del análisis literario se puede establecer una suerte de “historia del consumo” de Argentina y de Chile, y más adelante de otros países. Si bien la perspectiva que brinda no es la de datos o cifras concretos, sí permite establecer cómo se moldean las conductas alrededor de la sociedad en la que el consumo y el consumismo son el eje de su desarrollo.

OBRAS CITADAS

Aira, César. *La prueba*. Era, 2005.

Ander-Egg, Ezequiel. *Formas de alienación en la sociedad burguesa*.

Lumen/Humanitas, 1998.

Arlt, Roberto. *Los siete locos; Los lanzallamas*. Mario Golobof, coordinador. ALLCA

XX, 2000. Colección Archivos 44.

Augé, Marc. *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Traducido por Margarita Mizraji.

Gedisa, 2000.

Bal, Mieke. *Teoría de la narrativa (Una Introducción a la narratología)*. Traducido por

Javier Franco. Cátedra, 1990.

Bataille, Georges. “La parte maldita”. *La parte maldita*. Editado y traducido por

Francisco Muñoz de Escalona. Icaria, 1987.

Baudrillard, Jean. *La sociedad de consumo. Sus mitos. Sus estructuras*. Traducido por

Alcira Bixio. Plaza & Janés, 2007.

———. “Simulacra and Simulations.” *Literary Theory, an Antology*, edited by Julie

Rivkin, Michael Ryan, Blackwell Publishing Ltd., 2004, pp. 365 – 378.

Barrios, César. “Del ‘macrocosmos de la hamburguesa’ a ‘lo real de la realidad’:

consumo, sujeto y acción en *La prueba* de César Aira”. *Revista Hispánica*

Moderna, no. 2, 2012, pp. 135 – 172.

Bauman, Zygmunt *Vida de consumo*. Traducido por Mirta Rosenberg y Jaime

Arrambide. Fondo de Cultura Económica, 2007.

- Beckman, Erika. "Fiction And Fictitious Capital in Julián Martel's *La Bolsa*." *Hispanic Review*, vol. 81, no. 1, invierno 2013, pp. 17 – 39.
- Borinsky, Alicia. "José Donoso: El otro coloquio de los perros". *Revista Iberoamericana*, vol. 60, no. 168 – 169, 1994, pp. 993 – 1004.
- Cárcamo-Huechante, Luis. *Tramas del mercado: imaginación económica, cultura pública y literatura en el Chile de fines del siglo veinte*. Cuarto Propio, 2007.
- Calaf de Agüera, Helen. "Desintegración de la personalidad en *Tres novelitas burguesas*". *Cuadernos hispanoamericanos*, no. 320 – 321, 1977, pp. 478 – 487
- Carter, Jimmy. "Energy and the National Goals: Address to the Nation." *The Jimmy Carter Presidential Library and Museum*, 24 Sept. 2020
<https://www.jimmycarterlibrary.gov/assets/documents/speeches/energy-crisis.phtml> Transcript.
- Corral, Rose. "La sociedad secreta y la rebelión de los magos: una aproximación a Los siete locos y Los lanzallamas". *Nueva Revista de Filología Hispánica*, no.2, 1988, pp. 1265 – 1276.
- Cueva, Agustín. *El desarrollo del capitalismo en América Latina*. Siglo Veintiuno Editores, 2004.
- Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Traducido por Colectivo Maldejojo. Gegner, 2014.
- Deleuze, Gilles. "Postscript on the Societies of Control." *October*, vol. 59, winter 1992, pp. 3 – 7.

- Depetris, Irene. “La violencia gratuita y el poder de lo falso en César Aira”. *Revista Chilena de Literatura*, no. 87, 2014, pp. 69 – 87.
- Doane, Mary Ann. *Femme fatale: Feminism, Film Theory, and Psychoanalysis*. Rutledge, 1991.
- Dobbs, Maurice. *Theories of Value and Distribution since Adam Smith*. Cambridge University Press, 1973.
- Donoso, José. *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria*. Alfaguara, 1997.
- . *Tres novelitas burguesas*. Seix Barral, 1973.
- Donoso, Pilar. *Correr el tupido velo*. Pinguin Random House, 2011.
- Eltit, Diamela. *Mano de obra*. Seix Barral, 2002.
- Escalante, Fernando. *Historia mínima del liberalismo. Orígenes intelectuales de una revolución cultural*. La siniestra ensayos, 2016.
- Ferra, Natalia. “Arlt y la modernidad”. *La Trama de la Comunicación*, vol. 11, 2006, pp. 68 – 75.
- Foucault, Michel. “‘Panopticism’ from Discipline and Punish: The Birth of the Prison.” *Race/Ethnicity: Multidisciplinary Global Contexts*, vol. 2, no. 1, autumn 2008, pp. 1 – 12.
- Fromm, Erich. “The Application of Humanist Psychoanalysis to Marx’s Theory.” *Socialist Humanism. An International Symposium*. Edited by Erich Fromm. Doubleday & Company, INC., 1965.
- Fuguet, Alberto. “Magical Neoliberalism.” *Foreign Policy*, no. 125, Jul. - Aug. 2001, pp. 66 – 73.

———. *Mala onda*. Alfaguara, 2000.

———. “Deconstruyendo a Donoso”. *Qué pasa*, no. 2457, mayo 2018,

<http://www.quepasa.cl/articulo/cultura/2009/12/6-1811-9-deconstruyendo-a-donosos.shtml/>

Gainza, María. *La luz Negra*. Barcelona: Anagrama, 2018.

Harvey, David. *Breve historia del neoliberalismo*. Traducido por Ana Varela Mateos.

Akral, 2007.

Helsper, Norma. “Dismantling Sexual Politics in José Donoso’s *Chatanooga Choochoo*.”

Confluencia, vol. 10, no. 2, spring 2005, pp. 55 – 66.

Hernando, Abelardo. “Representación de la pequeña burguesía en Roberto Arlt”. *Revista*

de Crítica Literaria Latinoamericana, no. 53, 2001, pp. 37 – 51.

Jáuregui, Carlos. *Canibalia: canibalismo, calibalismo, antropofagia cultural y consumo en*

América Latina. Iberoamericana/Vervuet, 2008.

Kiyosaki, Robert T. y Sharon L. Lechter. *Padre rico, padre pobre. Qué les enseñan los*

ricos a sus hijos acerca del dinero, ¡que las clases media y pobre no!

Traducido por Fernando Álvarez del Castillo. Santillana, 2004.

Lawson, Neal. “Do we want to shop or be free? We’d better choose fast”. *The Guardian*,

2009, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2009/aug/02/consumerism-society-shopping>

Lazzara, Michael J. “Estrategias de dominación y resistencia corporales: las biopolíticas

del mercado en *Mano de obra*, de Diamela Eltit”. *Diamela Eltit: redes locales*,

redes globales. Editado por Rubí Carreño Bolívar. Iberoamericana Vervuert, 2009, pp. 155 – 164.

Lewald, H. Ernest. “La Bolsa como símbolo y crónica en la literatura argentina”.

Chasqui, vol 12, no. 2/3, feb. – may. 1983, pp. 19 – 26.

———. “Society and ‘La Bolsa’ in the Argentine Novel”. *Hispania*, vol. 43, no. 2, 1960, pp. 198 – 200.

Lipovetsky, Gilles. *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*.

Traducido por Antonio Prometeo-Moya. Anagrama, 2007.

López-Pellisa, Teresa, y Ricard Ruiz Garzón. “Las hijas de Metis”. *Insólitas: narradoras*

de lo fantástico en Latinoamérica y España. Editado por Teresa López-Pellisa

y Ricardo Ruiz Garzón, Editorial Páginas de Espuma, 2019, pp. XI – XXXI.

Ludmer, Josefina. *El cuerpo del delito. Un manual*. Libros Perfil S.A., 1999.

Mac Adam, Alfred J. Reseña de *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria*.

World Literature Today, vol. 55, no. 2, spring 1981, p. 81.

Martel, Julián. *La Bolsa: (estudio social)*. HardPress, 2013.

Martín-Barbero, Jesús. *Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización y*

multiculturalidad. Instituto Internacional de Literatura

Iberoamericana/Universidad de Pittsburgh, 2001.

Martínez, María Luisa. “La contrautopía pornográfica en *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria*”. *América sin nombre*, no. 16, 2011, pp. 151 – 159.

- Marx, Karl. *Libro primero. El proceso de producción del capital*. Traducción y notas de Pedro Scaron. Siglo XXI, 2010. Vol. 1 de *El Capital. Crítica de la economía política*.
- Mirelman, Victor A. "The Jewish Community versus Crime: The Case of White Slavery in Buenos Aires". *Jewish Social Studies*, vol. 46, no.2, 1984, pp. 145 – 168.
- Morales, Carlos Javier. "Tendencias modernistas en el naturalismo argentino". *Revista Chilena de Literatura*, no. 52, 1998, pp. 31 – 42.
- Moulián, Tomás *El consumo me consume*. LOM Ediciones, 1998.
- Mutis, Álvaro. *La mansión de Araucaíma. Diario de Lecumberri*. Norma, 2003.
- Niemeyer, Katharina. "Este es un pueblo que se desarrolla de golpe: La (Re)presentación de la modernidad en las novelas argentinas del 'Ciclo de la Bolsa'". *Revista Crítica Literaria Latinoamericana*, no. 47, 1998, pp. 123 – 145.
- Nigro, Kirsten F. Reseña de *Tres novelitas burguesas*. *Chasqui*, vol. 4, no. 3, mayo 1975, pp. 74 – 75.
- Núñez-Méndez, Eva. "La Diamela Eltit de *Mano de obra*: mística de los trabajadores". *Hispanófila*, vol. 152, 2008, pp. 87 – 100.
- Ocantos, Carlos María. *Quilito*. Evergreen, 2007.
- Ocasio-Rivera, Wanda I. *Cuerpos, órganos y sangre en venta: Diamela Eltit y el cuerpo mercantilizado como representación de la lógica neoliberal. Metáforas extremas del neoliberalismo en la literatura latinoamericana*. 2015. University of Illinois at Urbana-Champaign, tesis de doctorado. CORE
<https://core.ac.uk/download/pdf/158301949.pdf>

- O'Connor, Patrick J. "César Aira's Simple Lesbians: Passing *La Prueba*". *Latin American Literary Review*, vol. 27, no. 54, 1999, pp. 23 – 38.
- Olea, Raquel. "El deseo de los condenados: constitución y disolución del sujeto popular en dos novelas de Diamela Eltit, *Por la patria* y *Mano de obra*". *Diamela Eltit: redes locales, redes globales*, editado por Rubí Carreño Bolívar, Iberoamericana Vervuert, 2009, pp. 91 – 102.
- . "Mano de obra. La disolución de lo social, acerca de la novela *Mano de obra* de Diamela Eltit". *Crítica.cl*. <https://critica.cl/literatura-chilena/mano-de-obra-la-disolucion-de-lo-social>
- Oliver, Felipe. "Mano de obra. El supermercado por dentro". *La Palabra*, vol. 26, 2015, pp. 75 – 84.
- Osorio Cortés, Raúl. "Roberto Arlt y el sistema contemporáneo: consideraciones históricas". *TRIM*, no.3, 2011, pp. 47 – 61.
- Pastén, Agustín. "Radiografía de un pueblo enfermo: la narrativa de Diamela Eltit". *The Generation of 72'. Latin America's Forced Global Citizens*, edited by Sophia A. McClennen, Brantley Nicholson, University of North Carolina Press, Editorial A Contracorriente, 2003.
- Pastor, Beatriz. "De la rebelión al fascismo: *Los siete locos* y *Los lanzallamas*". *Hispanamérica*, no.27, 1980, pp. 19 – 32.
- Pearson, Lon. Reseña de *La misteriosa desaparición de la marquesita de Loria*. *Chasqui*, vol. 10, no. 1, 1980, pp. 96 – 97.

- Pelletieri, Oswaldo. “*La Bolsa: Entre el Romanticismo y la realidad social*”. *La Bolsa*, Editorial Belgrano, 1981, pp. 7 – 23.
- Piglia, Ricardo. “Roberto Arlt: La ficción del dinero”. *Hispanoamérica* no. 7, julio 1974, pp. 25 – 28.
- Quesada, Ernesto. *Dos novelas sociológicas*. Buenos Aires, 1892.
- Rojek, Chris. *Celibrity*. Reaktion Books, 2001.
- Romero, José Luis. *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*. Siglo Veintiuno Editores, 2010.
- Rosenberg, Fernando. “Geopolítica y subjetividad en *Los siete locos* y *Los lanzallamas*”. *Ciberletras*, no. 3, 2000. <https://www.lehman.cuny.edu/ciberletras/v03/Rosenberg.html>
- Salvatore, Ricardo Donato. “The Normalization of Economic Life: Representations of the Economy in Golden-Age Buenos Aires, 1890-1913.” *Hispanic American Historical Review*, vol. 81 no. 1, 2001, p. 1-44. *Project MUSE* muse.jhu.edu/article/12524.
- Sarlo, Beatriz. *Una modernidad periférica: Buenos Aires 1920 y 1930*. Nueva Visión, 2003.
- . *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Planeta/Seix Barral, 2004.
- Shklovsky, Viktor. “Art as Technique”. *Literary Theory, an Antology*, edited by Julie Rivkin, Michael Ryan, Blackwell Publishing Ltd., 2004, pp. 15 – 21.
- Smith, Adam. *An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Edited by Edwin Cannan. E-book ed., University of Chicago Press, 1977.

- Solorza, Paola Susana. “Necropolíticas del Mercado: cuerpos canibalizados, género y resistencia en *Mano de obra* (2002) e *Impuesto a la carne* (2010), de Diamela Eltit”. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, no. 12, 2017, pp. 161 – 175.
- Tawney, R. H. *The Acquisitive Society*. Harcourt, Brace and Company, 1920.
- Tompkins, Cynthia. “La somatización del neoliberalismo en *Mano de obra* de Diamela Eltit”. *Hispanamérica*, no. 98, 2004, pp. 115 – 124.
- Trentmann, Frank. *Empire of Things. How We Became a World of Consumers, from the Fifteenth Century to the Twenty-First*. Harper Collins Publishers, 2015.
- Valencia, Sayek. *Gore Capitalism*. Traducido por John Pluecker. Semiotext(e), 2018.
- Veblen, Thorstein. *Teoría de la clase ociosa*. Traducido por Vicente Herrero. Fondo de Cultura Económica, 2010.
- “El naturalismo y el ciclo de la Bolsa”. *La historia de la literatura argentina*. Centro Editor de América Latina S.A., 1967. Capítulo 22.
- Viñas, David. *Literatura argentina y política: I. De los jacobinos porteños a la bohemia anarquista*. Editado por Laura Estrin y Miguel A. Villafañe. Santiago Arcos Editor, 2005.
- Zuboff, Shoshanna. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. PublicAffairs, 2019.

CURRICULUM VITAE











