

(POST) LITERATURA, MERCADO Y ESPECTÁCULO EN LA ESCRITURA DE EFRAIM MEDINA REYES

Alejandro Quin Medina
Universidad de Michigan
aquin@umich.edu

En este artículo propongo leer la producción narrativa de Efraim Medina Reyes como un tipo de escritura que surge de un espacio narrativo postliterario caracterizado por el choque de la institución literaria con el mercado y la industria cultural. Este nuevo espacio representa el agotamiento, no sólo del tradicional impulso autonómico de la literatura como expresión artística, sino también de las antiguas correspondencias entre nación, cultura y territorio. Sin embargo, el sucumbir a la inmanencia del mercado y al lenguaje de la industria cultural no impide que la narrativa de Medina Reyes sea también crítica e irónica respecto a los mismos elementos que contiene y reproduce.

Palabras clave: Efraim Medina Reyes; literatura colombiana; mercado; industria cultural.

(POST) LITERATURE, THE MARKET AND SPECTACLE IN THE WRITING OF EFRAIM MEDINA REYES

In this article I propose to read the literary production of Efraim Medina Reyes as a type of writing that emerges from a postliterary narrative space characterized by the clash of the institution of literature with the market and the culture industry. This new space represents the exhausting, not only of the literature's traditional autonomic impulse as an artistic expression, but also of the old correspondences between the categories of nation, culture, and territory. However, succumbing to the immanence of the market and the language of the culture industry does not prevent Medina Reyes' narrative from being critical and ironical towards the very elements it contains and reproduces.

Keywords: Efraim Medina Reyes; Colombian Literature; Market; Culture Industry.

QUISIERA COMENZAR ESTE ENSAYO con una pregunta para la que no tengo una respuesta definitiva, pero que utilizaré a manera de hipótesis: ¿es posible hablar de una literatura postliteraria?¹ La pregunta, es cierto, se presenta como una especie de contradicción preformativa en la que se niega y se afirma simultáneamente una misma categoría, la de literatura. Desde esta perspectiva la pregunta carece de sentido. Pero también hay que tener en cuenta que la categoría de literatura corresponde a una institución socio-estética configurada históricamente y que recurrir a la rigidez de la lógica formal tal vez no sea lo más adecuado para explorar algunos de sus matices. Quizás convenga aquí recordar una afirmación de Rep, el fabuloso personaje de *Érase una vez el amor pero tuve que matarlo*, de Efraim Medina Reyes, en una entrevista imaginaria: “Para evitar que entierren la novela, hay que sacarla de ese pomposo ataúd llamado literatura” (2003, 74). Al proponer la separación entre novela y literatura, el personaje intenta liberar la escritura de su marco institucional; pero lo hace, paradójicamente, declarando que dicho objetivo será alcanzado a través de un acto escritural (la novela), en una especie de movimiento dialéctico en el que la literatura se niega y se supera a sí misma. Es precisamente en este movimiento donde estaría la clave para comenzar a articular una noción de literatura postliteraria. En mi opinión, los textos de Medina Reyes se articulan en un espacio narrativo en el que la literatura, como institución y práctica discursiva, ha renunciado a su tradicional impulso autónomo y ha sucumbido al mercado y a su modo de expresión en el capitalismo tardío: el lenguaje de la industria cultural. Este es el espacio enunciativo de la literatura postliteraria, un nuevo lugar donde la letra opera fuera de los linderos de lo que Ángel Rama denominó la ciudad escrituraria y se amalgama estrechamente con elementos provenientes de otros dominios (las imágenes y la velocidad de la cultura massmediática son un buen

¹ Agradezco a Daniel Noemi, de la Universidad de Michigan, por la lectura atenta y por los valiosos comentarios que hizo de la primera versión de este trabajo.

ejemplo).² Por eso se entiende que, en entrevistas, Medina Reyes explique el origen de su narrativa recurriendo al lenguaje veloz y saturado de la televisión más que al de la cultura literaria tradicional:

Yo soy de la generación de los ochenta. Mi lenguaje no viene de la literatura, por eso no he tratado de imitar a García Márquez. Y no lo imité porque ni siquiera sabía que existían. Lo que yo recibí fue toda la televisión norteamericana, con los enlatados. Programas esenciales como Hechizada, de Isabel Montgomery, Hanna Barbera, Superman y el Salón de la Justicia, Meteoro y el Capitán Centella. Yo me disfrazaba de esos personajes. (2002b)

Con esto Medina Reyes no sólo está distanciándose de una concepción tradicional de la literatura (lo que sería una literatura literaria), sino que anuncia el espacio creativo de la postliteratura a partir del colapso entre escritura, medios y mercado. Nos encontramos entonces ante un panorama conceptual conocido, pero también siempre cambiante: el de las viejas relaciones entre mercado y literatura, y, en su versión contemporánea, el de las relaciones entre literatura y medios masivos. Mi intención en lo que sigue es articular estas nociones y relaciones a propósito de la producción de Medina Reyes.

-
- 2 Siguiendo el argumento de Rama, la ciudad escrituraria es el apéndice directamente ligado a la letra dentro del proceso de clasificación y jerarquización del orden de los signos que lleva a cabo la ciudad letrada (1984, 41). Por otra parte, la cercanía a los medios masivos, tan evidente en la escritura de Medina Reyes, sugiere que se trata de una producción situada en el interior mismo de la coyuntura que declara, por un lado, la crisis de la cultura literaria tradicional (junto con las instituciones de donde esta derivaba su legitimidad: el estado, la cultura nacional, la educación, el intelectual) y, por otro lado, anuncia el triunfo del mercado y la cultura mediática como elementos configurantes de un nuevo paradigma global. No es mi intención en este ensayo tomar partido en el debate entre cultura letrada y *mass media*. Este debate tuvo gran fuerza en el terreno de la crítica cultural latinoamericana durante los años ochenta y noventa. Algunas de las mejores articulaciones sobre el tema pueden encontrarse en *Escenas de la vida posmoderna* (2004) de Beatriz Sarlo, *De los medios a las mediaciones* (2003) de Jesús Martín-Barbero y *Against Literature* (1993) de John Beverly.

El fenómeno de la configuración de un campo autonómico del arte (o para lo que nos atañe, de la literatura), según Pierre Bourdieu, se remonta a la segunda mitad del siglo XIX y encuentra su expresión más contundente en el movimiento esteticista francés que pregonaba la idea del arte por el arte y que más tarde sería adoptado y radicalizado por las corrientes vanguardistas de la primera mitad del siglo XX. Esta idea implicaba aceptar que el arte había logrado finalmente crear y producir un lenguaje propio y en cierta medida autoreferencial, y que las modificaciones que pudieran darse en dicho lenguaje deberían obedecer a la lógica interna que condicionaba el campo más que a factores externos o extra-artísticos. Pero también, como señalaron Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, el arte podía independizarse, e incluso anunciar su desinterés hacia la teleología utilitaria del mercado y la sociedad burguesa, precisamente porque el mercado había liberado a los artistas de su tradicional servilismo hacia la aristocracia y había puesto en marcha una compleja red de circulación en la que el destinatario final era prácticamente anónimo y el artista podía darse el lujo de crear sin pensar en satisfacer el gusto de alguien en particular.³ Este impulso autonómico, sin embargo, comienza a ser vulnerado durante el llamado capitalismo tardío, produciéndose un colapso entre arte y mercado que Horkheimer y Adorno bautizaron con la expresión de industria cultural, por medio de la cual intentaban encapsular la caída de la esfera de la cultura en la lógica productiva de la industria. Los medios masivos de comunicación, el cine, la literatura comercial, la publicidad, las revistas de actualidad, etc., serían algunos ejemplos de este fenómeno en el que

3 Según sostienen ambos pensadores en el capítulo de la *Dialéctica de la Ilustración* dedicado al análisis de la industria cultural, el arte, “como esfera independiente, fue siempre posible sólo en la sociedad burguesa. Incluso como negación de esa teleología expansiva del mercado, su libertad se mantiene esencialmente unida a la premisa de una economía de la mercancía” (158) (Todas las traducciones son mías). Para Horkheimer y Adorno el arte burgués, en última instancia, permanece en una tensión dialéctica entre su deseo de configurar un campo discursivo autónomo e independiente del mercado, y el hecho de que la posibilidad de realizar dicho deseo esté dada por el mismo mercado.

la producción artística habría sido capturada por los monopolios culturales y estos, a su vez, entran a depender de sectores poderosos de la industria como el petróleo, la electricidad, los químicos o, para hablar de un caso más contemporáneo, las comunicaciones (123).

Para el caso de la literatura hispanoamericana, debido a la irregularidad de los procesos de modernización en el continente, hubo una asincronía entre la autonomización de la literatura y la profesionalización de su productor. El modernismo latinoamericano, por lo menos en su primera etapa, sería impensable sin el credo esteticista del arte por el arte, pero sus productores dependían de la política, la diplomacia o la educación para su sustento. Sólo con los escritores del *boom* de la narrativa hispanoamericana de los años sesenta asistimos a una coincidencia entre la autonomización de la literatura y la profesionalización del escritor, gracias al desarrollo pleno de un mercado editorial internacional que les permitió a los autores de esa generación dedicarse casi exclusivamente a la producción literaria. Pero si por un lado el mercado les concedía a los escritores esta anhelada independencia, por el otro lado comenzaba a sacudirla a través de nuevas exigencias tendientes a abastecer la creciente demanda y, especialmente, a través del posicionamiento hegemónico de la industria cultural. Tradicionalmente, según Ángel Rama, la relación del escritor con los medios se reducía prácticamente a la nota necrológica (1981, 107); pero esto habría de cambiar con los escritores del *boom*, quienes vivieron el choque entre literatura y medios masivos de una manera particular: se convirtieron en personajes públicos mediáticos, en autores-superestrellas; sus obras gozaron de difusión global, pero su escritura todavía obedecía a patrones literarios tradicionales en los que la exigencia vanguardista (es decir, la fragmentación temporal y la técnica experimental como principio de la escritura) y la alegorización de lo nacional o lo continental venían aparejadas (piénsese, por ejemplo, en Macondo, en Santa María de los Venados o en la isla de Fushía como utopías fundacionales).

Desde el siglo XIX, la literatura funcionó en el continente como compensación del anacronismo del capitalismo regional y como

mecanismo de enunciación simbólica de nuevas sociedades. Este doble funcionamiento no se modifica ni siquiera con el cosmopolitismo y el éxito comercial de los autores del *boom*. Por ejemplo, en su lectura apologética de la narrativa de esos años, Carlos Fuentes señalaba que “la nueva novela hispanoamericana se ofrece como un nuevo impulso de fundación, como un regreso al acto de la génesis para redimir la culpa de la violación original, de la bastardía fundadora” (45). Sería en cambio con las obras del *boom* tardío, como bien lo nota Jean Franco, que la industria cultural comienza a desplazar a las utopías fundacionales como tema recurrente de las narraciones (159).⁴ Esto denota un giro significativo en el que el mercado ya no es sólo un condicionante externo de la producción literaria sino también un condicionante interno asumido como elemento estructurante de la narración. Ya no se trata entonces de imaginar utopías fundacionales situadas en esferas donde la economía del valor y la fetichización de la mercancía no existen; ahora la narración se desarrolla desde una nueva premisa: la del mercado como un plano de inmanencia. Mucha de la narrativa hispanoamericana subsiguiente continúa operando desde parámetros similares.⁵ En algunos casos, como sucede con Medina Reyes, el vínculo entre literatura y medios se ha agudizado, produciendo lo que sería el espacio de enunciación de la literatura postliteraria, donde no existiría un afuera del mercado en donde la literatura pueda salvaguardarse y negociar. ¿Cómo entender dicho plano de inmanencia sin caer en un fatalismo esencialista del mercado? ¿De qué manera los textos de Medina Reyes enuncian y se autoconstruyen en un plano de inmanencia del mercado? ¿Es posible articular distanciamientos críticos desde una concepción semejante?

4 Aquí entrarían, sin duda, las obras tardías de Mario Vargas Llosa y Carlos Fuentes, e igualmente la producción de autores como Manuel Puig y Luis Rafael Sánchez, entre otros.

5 Piénsese, para el caso colombiano, en la narrativa de Andrés Caicedo o de Rafael Chaparro Madiedo. Desde una perspectiva continental se destaca, por ejemplo, la denominada Generación McOndo, dentro de la cual ocupa un lugar importante la producción del escritor chileno Alberto Fuguet.

Concibo la idea de un plano de inmanencia del mercado como análoga al argumento con que Gilles Deleuze y Félix Guattari explican la construcción de sistemas filosóficos. Según los pensadores franceses, es necesario distinguir entre el plano de pura inmanencia, la instancia prefilosófica del caos donde todas las configuraciones posibles del pensamiento están contenidas en potencia, y el plano de inmanencia de la filosofía, que en realidad son muchos planos, ya que todo filósofo instituye su propio plano (43). Así se entiende, por ejemplo, que en la filosofía moderna “beginning with Descartes, and then with Kant and Husserl, the *cogito* makes it posible to treat the plane of immanence as a field of consciousness. Immanence is supposed to be immanent to a pure consciousness, to a thinking subject” (46).⁶ Lo que quiere decir, en otras palabras, que la línea de la filosofía que inaugura Descartes y culmina con Husserl traza un plano de inmanencia fundado en el principio de subjetividad, y que es a partir de este plano que la filosofía moderna intenta dar razón de la totalidad de lo existente. Deleuze y Guattari, por lo tanto, sostienen que “every great philosopher lay out a new plane of immanence, introduce a new substance of being, and draw up a new image of thought” (51).⁷

La distinción entre el plano de pura inmanencia y el plano de inmanencia me parece importante para evitar, por un lado, la ontologización del mercado en sentido absoluto cuando se lo considera como un plano inmanente, y, por otro lado, para poder mantener el sentido ontológico relativo con que el mercado en su versión contemporánea global (y, otra vez, en cuanto plano de inmanencia) se autoenuncia como versión verdadera de lo real. Así, extendiendo el argumento anterior, un plano de inmanencia es real, pero no es necesario ni primordial (esto se puede comprobar siguiendo la prolífica

6 “Comenzando con Descartes, y luego con Kant y Husserl, el *cogito* hace posible tratar el plano de inmanencia como un campo de consciencia. La inmanencia es asumida como inmanente a una consciencia pura, a un sujeto pensante”.

7 “Cada gran filósofo traza un nuevo plano de inmanencia, introduce una nueva sustancia del ser y dibuja una imagen nueva del pensamiento”.

sucesión de sistemas de pensamiento que componen la historia de la filosofía occidental) y por ello carece de un sentido ontológico absoluto; sin embargo, todo plano de inmanencia aspira a convertirse en la versión verdadera de lo real (a instituirse como necesario y primordial) y por ello contiene un sentido ontológico relativo, que, valga la aclaración, se experimenta como absoluto dentro de la inmanencia misma del plano. Del mismo modo el mercado, en su actual fase neoliberal, se configuraría como un plano de inmanencia que es real —de ahí que posea un sentido ontológico relativo y no se reduzca a simple ilusión o ideología— pero no necesario ni primordial, aunque al interior de su inmanencia se experimente como tal.

La pregunta que surge inmediatamente es la siguiente: ¿cómo configura el mercado un plano de inmanencia en el contexto del modo de producción capitalista en su etapa tardía? O, en otra formulación, ¿cómo produce el mercado actualmente su versión verdadera de lo real? Guy Debord acuñó la expresión “sociedad del espectáculo” para designar todo el complejo productivo organizado alrededor de los *mass media* y la industria cultural, el cual, ya para los años sesenta, se había convertido en el lenguaje dominante que señalaba la transición del capitalismo clásico a la sociedad de consumo o post-industrial propia del capitalismo tardío. Este nuevo panorama le permite a Debord afirmar que el espectáculo es capital acumulado transformado en imagen (24). El mercado habla entonces su propio lenguaje en la proliferación indefinida de imágenes; la sociedad del espectáculo no es sólo el punto de universalización del proceso de fetichización de la mercancía, sino la mutación misma de dicho proceso en la versión verdadera de lo real, esto es, en un plano de inmanencia del mercado. Como señala Debord:

The spectacle can not be set in abstract opposition to concrete social activity, for the dichotomy between reality and image will survive on either side of any such distinction. Thus the spectacle, though it turns reality on its head, is itself a product of real activity. Likewise, lived reality suffers the material assaults of the spectacle's mechanisms of contemplation, incorporating the spectacular order

and lending that order positive support . . . reality erupts within the spectacle and the spectacle is real (14).⁸

En suma, el espectáculo se transforma en lo real porque el mercado ha encontrado y, en última instancia, ha posicionado su propio lenguaje, lo cual le permite autoproducirse como plano de inmanencia. La literatura, de una u otra manera, tiene que vérselas con este proceso autorreproductivo del mercado, en ocasiones chocando y colapsando bajo su presión, como sucede en la narrativa de Medina Reyes, donde, con una gran dosis de ironía, el mercado habla y es hablado; donde el mercado no sólo aparece como tema, sino que cumple la función ontológica de ser condición de posibilidad de la escritura misma y, por lo mismo, condición de posibilidad del espacio creativo de la literatura postliteraria. Es entonces dentro de estos límites conceptuales que a continuación intentaré aproximarme a algunos textos de Medina Reyes.

¿Sabes cuánto dura una canción en el número uno?: “Psique y Melón”

“Psique y Melón” es un breve relato que hace parte de la colección *Cinema árbol y otros cuentos*, el libro con el que Medina Reyes irrumpió en el ámbito literario colombiano durante los años noventa. Narrado en primera persona con un lenguaje veloz y directo que no se detiene ni siquiera para caracterizar a los personajes, “Psique y Melón” describe en tono de burla el surgimiento, auge y caída de un inusual imperio comercial creado alrededor de la masturbación. Un padre de familia relata cómo un día entró a su baño con el propósito de masturbarse, pero olvidó asegurar la puerta. Luego de

8 “El espectáculo no puede oponerse abstractamente a la actividad social concreta, pues la dicotomía entre realidad e imagen permanece en ambos lados de dicha distinción. De esta forma el espectáculo, aunque produce la inversión de lo real, es él mismo producto de la actividad real. Al mismo tiempo la realidad vivida sufre los asaltos materiales de los mecanismos de contemplación del espectáculo, incorporando y apoyando positivamente el orden espectacular . . . la realidad emerge en el espectáculo, y el espectáculo es real”.

pegar algunas fotos de mujeres desnudas en la pared y comentar que “aquellas fotos eran lo mejor que había conseguido últimamente” (1996, 57) inicia su acto de autocomplacencia, el cual es descrito con lujo de detalles, hasta el momento en que se abre la puerta repentinamente y es sorprendido por su madre, su esposa y su hermano. Debido a la condición tradicional del medio en que habita el personaje (cuyo nombre nunca sabemos), el curioso evento es moralmente sancionado no sólo por las mujeres de su familia, sino también por sus vecinos, con lo que su vida social y su autoestima se van deteriorando gradualmente:

Nancy me pidió el divorcio. Mamá trajo gente a casa para orar . . .
 Recibí llamados de atención en la oficina por descuidar el trabajo . . .
 Perdí mi afable actitud, me hice taciturno. Me daba cuenta de cómo las madres del sector recogían a sus hijos cuando pasaba . . . Mi hija evitaba acercárseme. (58-59)

Ante semejante panorama, el protagonista, desilusionado de la vida, decide suicidarse; pero justo el día en que se dispone a hacerlo se topa en un bar con Pardo, un viejo amigo de la secundaria que trabaja para la televisión, a quien le relata sus problemas mientras beben. Pardo lo invita a que cuente su historia en el *talk show* de una amiga suya arguyendo que allí “ganaría algún dinero y quizás [le] sería útil” (59). Esto cambia por completo la actitud del personaje: “ya no tenía ganas de morir, llamé a dos putas” (59) La reacción es sorprendente, ya que la posibilidad de aparecer en televisión no sólo le devuelve el deseo de vivir, sino que este deseo está mediado por la posibilidad de ganar algún dinero y, además, encuentra su expresión inmediata en la contratación de dos prostitutas, esto es, en la mercantilización del cuerpo y la sexualidad humana.

Pero el momento que marca el giro decisivo en la narración ocurre durante la entrevista en el *talk show*. La franqueza y el desparpajo con que el protagonista responde a las preguntas moralizantes de la presentadora le conceden el favor y los aplausos del público. Además, sus opiniones sobre la masturbación vienen a ser

corroboradas por una figura emblemática de este tipo de programas: el experto. Este personaje no sólo le ayuda al protagonista a calmar su nerviosismo durante la entrevista (“al principio me trabé un poco pero las sesudas reflexiones del experto me dieron respiro y conseguí relajarme” [60]), sino que confirma el veredicto del público con su conocimiento técnico y neutral en materias de sexualidad. Ya en los años sesenta Jean Paul Sartre, desde su posición de intelectual tradicional, había visto con desconfianza el surgimiento de este extraño técnico del conocimiento típico del capitalismo avanzado que venía a sellar la muerte del intelectual, aquella figura clásica que en el pensamiento sartreano representaba la conciencia infeliz de las sociedades capitalistas al encarnar en sí mismo el conflicto entre lo universal y lo particular.

In Europe —comentaba Sartre por esos años— intellectuals have already been pronounced dead: under the influence of American ideas, the imminent disappearance of men who claimed to know everything is widely predicted. The progress of science will replace such universalists with rigorously specialized teams of researchers. (229)⁹

El experto no está guiado por cuestiones de orden ético o moral; tampoco le interesa proponer fines últimos para la sociedad. Su labor es puramente pragmática en el sentido de que asume como verdad el orden existente y se especializa en algún fragmento de ese orden (sea éste político, artístico, científico, etc.), sobre el cual emite dictámenes que al ser avalados desde los regímenes de conocimiento de la ciencia y la técnica, resultan investidos de una incontrovertible aura de objetividad. Según Beatriz Sarlo:

En un clima donde se celebra el fin de las ideologías, los expertos encarnan la figura de la historia: garantizan el pragmatismo y

9 “En Europa ya se ha declarado la muerte de los intelectuales: bajo la influencia de ideas americanas, se pronostica por todas partes la desaparición de aquellos hombres que pretendían saberlo todo. El progreso de la ciencia reemplazará a tales universalistas por equipos de investigadores rigurosamente especializados”.

fundan una forma nueva de realismo político. Integran las burocracias estatales que, en muchos países, se colocan por encima de las lealtades políticas y de los gobiernos . . . Hablan en nombre de un conocimiento técnico que, como el dinero, no tiene olor. (180)

Una crítica a la función del experto en las sociedades contemporáneas no implica necesariamente un retorno a la figura redentora del intelectual tradicional, pero sí una problematización de la presunta neutralidad y de la complicidad de aquel con el orden existente. Es curioso que en “Psique y Melón” el punto de vista moral y normativo (propio de los intelectuales tradicionales) sea encarnado por la presentadora del *talk show*, y que esta resulte vencida en su enfrentamiento con el protagonista, el público y luego el experto. De hecho, en un momento le pregunta al entrevistado si sería capaz de violar a una niña, a lo cual este responde: “Sí —dije—. A una niña de su edad. Hubo risas y aplausos. Me sentí cómodo. Ella volvió al ataque” (1996, 60). El carácter malintencionado y condenatorio de la pregunta es soslayado con una salida a la vez humorística y perversa que el público celebra, y que inmediatamente viene a ser avalada por el experto quien, en su veredicto sobre el protagonista, concluye que su única enfermedad era “ser extrañamente divertido y franco” (60).

Al final de la entrevista la presentadora sale derrotada y sin despedirse, y tanto el público como el experto vienen a estrechar la mano del entrevistado, sellándose de esta manera el momento de salida del punto de vista intelectual de la narración y la emergencia del lenguaje del mercado a través de la triple alianza entre el saber neutral del experto, el dictamen incuestionable del público y la conversión del drama del protagonista en espectáculo. Además, su aparición en la televisión le devuelve todo lo que antes había perdido: la autoestima, el cariño de su hija, la confianza de los vecinos, el amor de su madre y su esposa, un aumento de salario en el trabajo. Es solamente a través de la mediación establecida por el lenguaje espectacular del mercado que el protagonista de “Psique y Melón”

no sólo recupera su vida, sino que, de alguna manera, la vuelve a perder, ya que el haberse expuesto a los *mass media* lo convierte de la noche a la mañana en una celebridad y en el foco de una impresionante industria alrededor de la masturbación. Lo que sigue del cuento no es más que la puesta en escena de la sensación de vértigo que produce la saturación del lenguaje en la sociedad del espectáculo. El protagonista es contactado por una editorial para que escriba libros y manuales sobre su experiencia; se hacen series televisivas y una película sobre su historia; se venden muñequitos de él en la calle; un grupo de artistas inicia una publicación de vanguardia titulada *MasturArte*; se diseñan manos mecánicas; los especialistas sobre el tema se multiplican; la prensa y los políticos se pronuncian; se crean lugares en los establecimientos públicos para quienes deseen masturbarse. El protagonista se convierte en un magnate del mundo del espectáculo que vive en una casa de “diez y ocho baños y trece habitaciones” y que deja a su familia y a su esposa para comenzar a salir “con una modelo adolescente” (61). Más tarde, reconoce estar “en la cima” y esto lo asusta, por lo cual decide comenzar a vender los negocios secretamente. Cuando su hermano Leo le pide una explicación por su súbita resolución, el protagonista le responde: “¿Sabes cuánto dura una canción en el número uno?”, aceptando así la fatalidad de las leyes del mercado donde todo es efímero y nada permanece (62).

“Psique y Melón” es un sugestivo relato sobre cómo la narrativa de Medina Reyes enuncia el mercado como un plano de inmanencia, porque no se trata solamente de que el cuento hable sobre el mercado y su lenguaje, sino que, además, produce y reproduce al mercado como versión verdadera de lo real. Las marcas del lenguaje del mercado están presentes desde el inicio —mucho antes de que el protagonista consolide su emporio comercial— en las fotos de mujeres desnudas que el protagonista utiliza al comienzo y que aluden a la industria de la pornografía; en la contratación de dos prostitutas para celebrar su recobrado deseo de vivir; en el *talk show* que compra una historia personal para espectacularizarla; en la figura del experto; en

la predisposición de miles de televidentes al contrato televisivo. El mercado en “Psique y Melón” ha estado y estará por siempre. No hay nada fuera de su plano de inmanencia, de sus leyes, que todos los personajes y la sociedad en que habitan aceptan con perfecta naturalidad. Cuando algún elemento intenta situarse en un plano trascendente, el mercado lo tritura o lo incorpora. Así, por ejemplo, la condena moralista que sufre al principio el protagonista por parte de su familia y de sus vecinos desaparece apenas el mercado entra en acción a través de la televisión; lo mismo sucede con la presentadora, que termina siendo triturada por el espectáculo que genera su propio show. Siguiendo a Deleuze y Guattari, podría afirmarse entonces que el mercado en “Psique y Melón” funciona simultáneamente como máquina de guerra, es decir, como pura fuerza nomádica que desestabiliza a su paso cualquier instancia trascendente (léase familia, comunidad, moral, identidad), y también como aparato de captura, al capturar el deseo sexual del protagonista y regularlo para la creación de un espectáculo tan poderoso como efímero.

Simulacro, ironía y velocidad

Dentro de las transformaciones culturales características del postmodernismo, Fredric Jameson le confiere un lugar destacado a la cultura del simulacro y a su origen en el nuevo estatus de la imagen como significante literal (195). De hecho, lo que hizo posible la literalización del significante fue, en primer lugar, la liberación del signo con respecto al referente, y, en segundo lugar, la liberación del significante con respecto al significado. La crisis del signo, entonces, se caracteriza por este doble movimiento en que el signo se independiza de la realidad y, como continuación de este impulso autonómico, el significante se desprende del significado y flota como pura literalidad dando origen a la “cultura del simulacro” (200-201).

En “El aprendiz de foca”, un manual de comportamiento que hace parte de *Técnicas de masturbación entre Batman y Robin*, asistimos a una serie de lecciones para actuar en un mundo donde las relaciones personales son posibles sólo a través del simulacro y las

mediaciones de la cultura del espectáculo. Publicado inicialmente en 2002, *Técnicas de masturbación entre Batman y Robin* es quizás uno de los libros de Medina Reyes más complejos en términos formales. Se trata de una especie de experimento literario que incluye novelas cortas intercaladas con manuales de comportamiento, parodias de revistas femeninas, secciones escritas en fragmentos aforísticos y secciones epistolares. “El aprendiz de foca” es, como lo indica su subtítulo, “un breve manual de ejercicios y reflexiones para pasar en minutos de supercretino a hombre interesante” (205). La premisa bajo la cual funciona el manual, la cual aparece como nota introductoria para el usuario, es que “ser interesante no significa *ser* o *tener* algo sino hacer creer que se es o se tiene algo. En suma, despertar algún tipo de interés. El tipo interesante es lo opuesto al cretino (este no interesa ni a su madre)” (207). Además, se aclara que el manual está “diseñado para gente que quiere aceptar el reto de la vida moderna [y para ayudarle a] dar posibilidades de respuesta en un mundo donde hasta las presentadoras de la tele imaginan ser y significar algo” (209). Aparte del constante recurso al humor escatológico (uno de los rasgos sobresalientes de la narrativa de Medina Reyes), lo que en realidad se asume en este pasaje es el tránsito hacia el plano de inmanencia del mercado y sus manifestaciones en la cultura del simulacro. Si la ontología clásica, por lo menos desde Platón, consistía en oponer la esencia a la apariencia, la verdad a la falsedad, el ser al no-ser (oposición que en última instancia presuponía la tensión dialéctica entre signo y referente), el manual se sitúa en un plano ontológico hiperreal donde la apariencia no presupone algo anterior que sea aparentado y donde el referente ha desaparecido. Es interesante que Medina Reyes oponga la expresión “hacer creer”, que bien podría reformularse como parecer, a los verbos ser y tener. Estos dos últimos verbos no sólo aparecen ligados a la expresión de identidades fijas, sino que ahora son superados y desterrados por el parecer en la etapa tardía del modo de producción capitalista. Quizás también aquí convenga recordar una reflexión de Debord que resulta bastante pertinente para dilucidar este complejo movimiento:

An earlier stage in the economy's domination of social life entailed an obvious downgrading of *being* into *having* that left its stamp on all human endeavor. The present stage, in which social life is completely taken over by the accumulated products of the economy, entails a generalized shift from *having* to *appearing*: all effective "having" must now derive both its immediate prestige and its ultimate *raison d'être* from appearances. (16)¹⁰

Cuando el manual anuncia que en la sociedad contemporánea nadie esencialmente es o tiene algo que lo haga interesante, sino que esta es una cualidad que puede ser aparentada, está sin duda asumiendo en toda su radicalidad la cultura del simulacro como único horizonte posible de acción y de relación entre las personas. Lo que sigue de "El aprendiz de foca" es una serie de ejercicios, reflexiones y ejemplos para que el usuario desarrolle un control operativo del simulacro en su beneficio y esté a la altura de los retos de la vida moderna. Así, por ejemplo, se recomienda que una foca (nombre con que el manual bautiza a sus usuarios) tenga personajes favoritos que sean marginales pero consagrados, tipo Jesse James, el Chacal o Maradona; que use ropa oscura y haga de vez en cuando cosas que desentonen para impresionar; que defienda causas perdidas como la película *Rocky IV* o la música de Alberto Cortez. En los "Ejercicios de velocidad", una sección de máximas que preparan para retos imprevistos, el manual recomienda nunca actuar por uno mismo a menos que no haya alternativa, o tener presente que "en un mercado intelectual cada vez más artificioso resulta más digno y sofisticado NO CREER que NO SABER" (2002a, 214). Del mismo modo, se sugiere mezclar indiscriminadamente los nombres y las historias que se encuentran en las revistas deportivas para poder "mentir sobre lo

10 "La primera fase de dominación de la economía sobre la vida social implicaba una degradación evidente del *ser* en el *tener* que marcó toda realización humana. La fase actual, en la cual la vida social está completamente ocupada por los productos de la economía, conduce a un desplazamiento generalizado del *tener* al *parecer*: todo "tener" efectivo debe extraer su prestigio inmediato y su razón de ser de las apariencias".

que nadie conoce y más aún sobre lo que no existe” y así salir bien librado en las conversaciones de grupo (214).

“El aprendiz de foca” es obviamente una parodia de los manuales de comportamiento tradicionales y de la literatura de autoayuda, alrededor de la cual se ha generado actualmente una poderosa industria. Lo importante es tener en cuenta que las recetas que propone el manual para ser interesante van más allá del fingimiento o el disimulo. De hecho, en los manuales tradicionales fingir o disimular era una posibilidad. Por ejemplo, en el célebre manual del venezolano Manuel Antonio Carreño, uno de los textos más difundidos en Hispanoamérica durante el siglo XIX, se advertía a los lectores que “los malos se presentan en la sociedad con cierta apariencia de bondad y de buenas maneras . . . pero jamás podrán engañar por mucho tiempo a quien sepa medir con la escala de la moral los verdaderos sentimientos del corazón humano” (16-17). El fingidor podía fingir, y también ser descubierto, precisamente porque había una realidad moral estable que permanecía más allá de la distorsión y que era el referente de su operación. En cambio, en “El aprendiz de foca” ya no es posible fingir o disimular, en la medida en que el principio identitario del ser y el tener ha sido disuelto y subsumido en el parecer; por lo tanto ya no hay un referente estable, sino un puro simulacro. Como sostiene Baudrillard, siguiendo al lexicógrafo Paul Littré, alguien que finge una enfermedad puede hacer creer a los demás que está enfermo, mientras que alguien que simula una enfermedad produce los síntomas (1734). De igual forma, en “El aprendiz de foca” asistimos a la producción de una realidad donde toda relación personal está mediada por las apariencias y por los elementos espectaculares del mercado.

¿Asistimos entonces en la narrativa de Medina Reyes a una apología cínica y conformista del mercado y la sociedad de consumo? Me parece que, por el contrario, nos encontramos frente a una ironización de la industria cultural y la sociedad del espectáculo. Los personajes de las novelas de Medina Reyes habitan en el espacio liso del mercado y en el tiempo global creado por la industria cultural;

un tiempo cuyo lenguaje es el cine de Hollywood, el rock, las series de televisión, la droga y la publicidad. Dicho tiempo global es veloz y, además, aparece en conflicto y se impone al tiempo nacional, el cual se asoma tímidamente en una existencia sociológica problemática, asincrónica, opaca. Reparemos, por ejemplo, en cómo Rep, el personaje principal de *Érase una vez el amor pero tuve que matarlo*, reinscribe esta superación de lo nacional por lo global:

Puedo recordar mejor algunos capítulos de Hechizada que la historia de Ciudad Inmóvil y sé que Steve McQueen es mil veces más importante en mi vida que Simón Bolívar. No importa lo que diga mi pasaporte . . . mi ciudad está arriba y sus rascacielos acarician el rostro de Dios. Mi cultura está en mi mente y sus ensoñaciones, no en los libros de García Márquez (2003, 173)

En las reflexiones de Rep se hace explícita la manera en que las fuerzas desestabilizantes del mercado abren la sutura entre geografía y cultura que tradicionalmente ha funcionado como base discursiva de los Estados nacionales desde su formación. Las viejas equivalencias entre literatura, lenguaje, cultura y territorio resultan inoperantes desde su perspectiva. Pero no es que la nación como tal haya desaparecido para el personaje; para él, la nación está situada en un límite que las fuerzas móviles de la globalización traspasan constantemente. Ella, lo mismo que Ciudad Inmóvil, es una entidad estática llena de historias y figuras de precaria importancia, y esto hace que la función alegórica de la literatura (ahora como postliteratura) cambie radicalmente: su objeto ya no sería la alegorización de la nación, sino la alegorización del mercado global en continua autorreproducción.

Es cierto que, al enunciar al mercado como un todo inmanente, los textos de Medina Reyes estarían invalidando automáticamente cualquier formulación crítica que se promulgue desde esferas trascendentes, pero no estarían renunciando a crear distanciamientos irónicos ante aquello que en un primer plano se presenta como evidente y natural. Esto último se lograría no tanto saliéndose del

mercado para juzgarlo desde la moral, la nación o la identidad (una posibilidad inexistente en los textos de Medina Reyes), sino internalizando su *modus operandi* hasta producir la emergencia de lo caricaturesco, como cuando Rep se sueña a sí mismo a través de las mediaciones del espectáculo y se convierte imaginariamente en Big Rep:

Sueño que soy *Big Rep*, una estrella del cine y el arte, que vivo en New York y concedo mil entrevistas por día, que tengo un sirviente filipino y una mansión de 57 habitaciones. Que las mujeres se arrastran por mí. Que hago lo que quiero y digo lo que siento. Sueño que soy íntimo de Sean Penn, Wim Wenders y Mónica Huppert. Sueño que juego en el Barcelona F. C., que hago dupla en el ataque con Romario, que soy mejor que él. (133)

Más que el sueño de Rep, Big Rep representa el mercado soñándose a sí mismo y cristalizándose en una imagen puramente caricaturesca de excesos y frivolidad; una caricatura que lejos de ser inofensiva, muestra las proyecciones siniestras a que conduce la estetización de la industria cultural y la sublimación del espectáculo, como cuando Big Rep sugiere que, de ser posible, habría elegido ser blanco porque en el mercado de la imagen ser negro o indio implica estar condenado de antemano; o como cuando reduce cínicamente un problema geopolítico como el del neocolonialismo norteamericano a lo divertido que le resulta ver “guerra en la tele”, es decir, a la pura espectacularización del imperialismo y la violencia.

El distanciamiento irónico hacia el mercado se produce entonces, no desde alguna instancia trascendente, sino asumiendo la verdad de sus premisas y sacando las consecuencias más extremas de su propia lógica. En otras palabras, los textos de Medina Reyes que hemos discutido en este trabajo no proponen nada que esté fuera del mercado, pero sí aceleran su velocidad hasta el punto en que se produce una línea de fuga generada por la acumulación de excesos metafóricos que obliga al lector a distanciarse irónicamente de lo que está leyendo, de un modo similar a como, por ejemplo, Andy

Warhol ironizaba los productos de la sociedad de consumo y la publicidad pintando sin distorsiones, como pura copia, una lata de sopa Campbell's. De ser así, es probable que la narrativa de Medina Reyes esté emparentada con movimientos artísticos —como el situacionismo europeo y el *pop art* norteamericano— que elaboraron críticas de los regímenes de consumo y de las estructuras culturales de significación en el amanecer del capitalismo tardío sin desechar los productos de la industria cultural, sino reutilizándolos de manera creativa para producir desfamiliarizaciones, distanciamientos irónicos, y así abrir nuevos horizontes de acción y de significación. Por medio de estas estrategias, los textos de Medina Reyes estarían abriendo fisuras dentro de la inmanencia misma del mercado desde la cual operan, mostrando el lado caricaturesco de dicha inmanencia y, por ende, su carácter relativo, al mismo tiempo que descartan cualquier metafísica identitaria apoyada en lo local o lo nacional. Son precisamente estas fisuras, tan sutiles como contundentes, las que abren la escritura de Medina Reyes a una inusitada dimensión política y conceptual que, sin duda, va mucho más allá de la capa de frivolidad conformista que parece revestirla.

Obras citadas

- Baudrillard, Jean. 2001. "Excerpt from the Precession of Simulacra". En *The Norton Anthology of Theory and Criticism*. Edición de Vincent Leith et ál., 1732-1741. Nueva York: Norton & Company.
- Bourdieu, Pierre. 1993. *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*. Nueva York: Columbia University Press.
- Carreño, Manuel Antonio. 1853/2001. *El manual de Carreño*. Caracas: El Nacional.
- Debord, Guy. 1995. *The Society of Spectacle*. Nueva York: Zone Books.
- Deleuze, Gilles y Félix Guattari. 1994. *What is Philosophy?* Nueva York: Columbia University Press.
- Franco, Jean. 1999. "Narrator, Author, Superstar. Latin American Narrative in the Age of Mass Culture". En *Critical Passions*.

- Edición de Mary Louis Pratt y Kathleen Newman, 147-168.
Durham: Duke University Press.
- Fuentes, Carlos. 1969. *La nueva novela hispanoamericana*. México: Joaquín Mortiz.
- Horkheimer, Max y Theodor W. Adorno. 2000. *The Dialectic of Enlightenment*. Nueva York: Continuum.
- Jameson, Fredric. 1984. "Periodizing the 60s". En *The 60s without Apology*. Edición de Sohnya Sayres. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Medina Reyes, Efraim. 1996. *Cinema árbol y otros cuentos*. Bogotá: Colcultura.
- Medina Reyes, Efraim. 2002a. *Técnicas de masturbación entre Batman y Robin*. Bogotá: Planeta.
- Medina Reyes, Efraim. 2002b. "Todavía me considero más un bailarín que un escritor y seguiré bailando". Entrevista de Miguel Ángel Flórez, www.colombia.com/entretenimiento/noticias/DetalleNoticia994.asp (Consultado el 15 de diciembre de 2006)
- Medina Reyes, Efraim. 2003. *Érase una vez el amor pero tuve que matarlo*. Bogotá: Planeta.
- Rama, Ángel. 1981. "El boom en perspectiva". En *Más allá del boom: literatura y mercado*, 51-110. México: Marcha Editores.
- Rama, Ángel. 1984. *La ciudad letrada*. Hanover, N. H.: Ediciones del Norte.
- Sarlo, Beatriz. 2004. *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Buenos Aires: Seix Barral.
- Sartre, Jean Paul. 1975. *Between Marxism and Existencialism*. Nueva York: Pantheon Books.

Bibliografía

- Beverly, John. 1993. *Against Literature*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Deleuze, Gilles y Félix Guattari. 1987. *A Thousand Plateaus. Capitalism and Schizophrenia*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

- Knabb, Ken. 1981. *Situationist Internacional Anthology*. Berkeley: Bureau of Public Secrets.
- Martín-Barbero, Jesús. 2003. *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.