

NORTHWESTERN UNIVERSITY

Reconexiones con el Consumo Masivo: Las Novelas Peruanas sobre los Medios

A DISSERTATION

SUBMITTED TO THE GRADUATE SCHOOL

IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS

for the degree

DOCTOR OF PHILOSOPHY

Field of Spanish and Portuguese

By

Marlon Aquino Ramírez

EVANSTON, ILLINOIS

June 2018

© Copyright by Marlon Aquino Ramírez 2018

All Rights Reserved

ABSTRACT

Reconexiones con el Consumo Masivo: Las Novelas Peruanas sobre los Medios
[Reconnections with Mass Consumption: The Peruvian Novels about the Media]

Marlon Aquino Ramírez

This dissertation shows how a group of novels—written by Peruvian born authors and published in the 20th and 21st centuries—have opened new perspectives about the impact of mass media in the Latin American literary system. I argue that *XYZ* (1935) by Clemente Palma, *La tía Julia y el escribidor* (1977) by Mario Vargas Llosa, *Morirás mañana* (2010-2012) by Jaime Bayly and *Óscar y las mujeres* (2013) by Santiago Roncagliolo depart from a deep criticism of mass media products to shape new narrative models that aim to reconnect the novel as a genre with mass consumption. In doing so, they challenge traditional critical approaches that oppose the novelistic genre—an art manifestation— to the mass media products—a market expression. Further, these Peruvian novels show that a critical appropriation in literature of narrative codes from mass media products like movies, radio dramas and soap operas can result in a renovation of the novel as a genre.

I begin with the analysis of *XYZ* showing how in this novel the appropriation of narrative codes from early Hollywood movies is used both to discuss the potential dangers of modernization and to configure an appealing narrative for mass consumption. I then examine how satiric parody of radio dramas (*radioteatros*) from the 1950s in *La tía Julia y el escribidor* gives shape in the text to a new figure of professional writer. This fictional model of a literary

author also regards a mass media narrative code as an effective vehicle to transmit social criticism to a broader readership. I argue in Chapter 3 that an intense critic of both the literary and the broadcasting system in the trilogy of novels *Morirás mañana* results in a redefinition of the notion of art. As I demonstrate, this new notion incorporates both traditional art and show business values as key components. This conceptual change aims to place the novel as a genre in large consumer networks. In the final chapter, I show how *Óscar y las mujeres* approaches the artificiality of the Latin American soap operas (*telenovelas*) through ironic parody, but also how it highlights that despite this artificiality it can give meaning to modern romantic dilemmas. I specifically focus on the way this novel reworks melodrama's appealing narrative codes to attract a large readership.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer en primer lugar a Jorge Coronado, mi director de tesis, por todo su apoyo en el desarrollo de este proyecto. Desde nuestra primera conversación, sus comentarios y sugerencias han sido de gran utilidad para la estructuración de mi propuesta. Sus palabras y su ejemplo como investigador me inspiraron en todo momento para seguir adelante. Del mismo modo, tengo una deuda impagable con Nathalie Bouzaglo, cuya generosidad infinita, guía y soporte moral me han motivado siempre a dar lo mejor de mí. Agradezco también a Alejandra Uslenghi por el honor de haber aceptado ser parte de mi comité; cada conversación con ella fue siempre una clase maestra. Debo a Laura Gandolfi no sólo el descubrimiento de la novela *XYZ*, sino también una manera nueva de pensar los textos literarios. Mi agradecimiento también para los bibliotecarios de Northwestern, especialmente para la diligente y entusiasta Michelle Guittar.

Esta disertación tampoco se hubiera completado sin el apoyo de mis amigos-hermanos Minwook Oh y Jack Martínez Arias. Además de honrarme con la agudeza de sus comentarios, ellos estuvieron en todo momento dándome ánimos (aunque varias veces los hiciera renegar) cuando parecía que nada cobraba sentido. Agradezco especialmente a Jack, compañero de tantas aventuras, por haberme animado a postular a una universidad tan prestigiosa como Northwestern. También, a Inés Villavicencio y a Walther Maradiegue, grandes amigos.

Cómo no agradecer a mis padres y hermanos, a mis pequeños sobrinos, que lo son todo para mí y cuyo afecto siempre me hace grande.

TABLA DE CONTENIDOS

| | |
|--|-----|
| ABSTRACT | 3 |
| AGRADECIMIENTOS..... | 5 |
| TABLA DE CONTENIDOS..... | 6 |
| INTRODUCCIÓN..... | 7 |
| CAPÍTULO 1. UNA PELÍCULA CON PALABRAS: XYZ (1934)..... | 35 |
| CAPÍTULO 2. UNA PROPUESTA DE ESCRITOR PROFESIONAL: <i>LA TÍA JULIA Y EL ESCRIBIDOR</i> (1977)..... | 75 |
| CAPÍTULO 3. UNA NUEVA CONCEPCIÓN DE ARTE: <i>MORIRÁS MAÑANA</i> (2010-2012)..... | 112 |
| CAPÍTULO 4. UN MELODRAMA EN LA POSTMODERNIDAD: <i>ÓSCAR Y LAS MUJERES</i> (2013)..... | 154 |
| OBRAS CITADAS..... | 189 |
| APÉNDICE: SUMMARY..... | 196 |

INTRODUCCIÓN

Esta disertación tiene como propósito mostrar cómo un grupo de novelas de autores peruanos, publicadas a lo largo del siglo XX e inicios del XXI, han abierto nuevas perspectivas acerca del impacto de los medios masivos en el ámbito literario latinoamericano. Estas novelas son: *XYZ* (1935) de Clemente Palma; *La tía Julia y el escribidor* (1977) de Mario Vargas Llosa; *Morirás mañana* (2010-2012), trilogía de Jaime Bayly, y *Óscar y las mujeres* (2013) de Santiago Roncagliolo. La tesis principal de este trabajo es que estos textos, a los que denomino *las novelas peruanas sobre los medios*, partiendo de una aguda crítica al funcionamiento e influencia de estos últimos, han configurado propuestas estéticas que buscan restablecer la conexión del género novelístico con el consumo masivo. Se trata de una aproximación crítica a un fenómeno poco explorado en los estudios literarios peruanos, pero cuyo análisis es clave para entender la complejidad de la relación entre arte y mercado en esta región del continente. Así, en lugar de ajustarme a lecturas que ven en la novela (expresión del arte) a la antagonista por excelencia de los medios masivos audiovisuales (expresión del mercado), en esta disertación muestro cómo las cuatro novelas bajo análisis problematizan dicho enfrentamiento. *Las novelas peruanas sobre los medios* muestran que, a lo largo del tiempo, algunos autores peruanos han tratado de renovar el género novelístico a partir de la crítica y apropiación de los códigos narrativos de influyentes medios audiovisuales como el cine, la radio y la televisión.

La elección de estos cuatro libros parte de la constatación de una particularidad en común entre ellos. Las mencionadas novelas de Palma, Vargas Llosa, Bayly y Roncagliolo son las únicas que, en el campo literario peruano, analizan detalladamente los mecanismos de producción de diversos géneros mediáticos: las películas hollywoodense de la “Era Dorada”

(1917-1930) (*XYZ*); los radioteatros emitidos en Lima en la década de 1950 (*La tía Julia y el escribidor*); los *late nights* y los *talk shows* (*Morirás mañana*), y las telenovelas producidas en Miami (*Óscar y las mujeres*). Es decir, se trata de las únicas novelas peruanas que, a la fecha, tienen como tema principal a los medios audiovisuales. Pero, además de esta coincidencia en sus mundos representados, en todas estas novelas se han incorporado códigos narrativos propios de aquellos géneros mediáticos, de modo tal que ellas han terminado por quedar configuradas como espacios textuales que ilustran, desde la ficción, la dinámica relación entre arte y mercado. Asimismo, se trata de novelas que exhiben un marcado interés por tematizar los mecanismos que ponen en funcionamiento productos mediáticos que tienen como objetivo principal el entretenimiento de un público masivo.

Las características en común de estos textos invitan inmediatamente a la formulación de las siguientes preguntas: ¿cómo se ha visto en la literatura peruana, desde el discurso ficcional, la relación entre el género novelístico y los géneros mediáticos?, ¿cómo han enfrentado los novelistas peruanos, a nivel creativo, la popularización de las narrativas audiovisuales?, ¿a qué apunta la incorporación de códigos mediáticos en estas novelas?

Como mostraré a lo largo de esta disertación, *las novelas peruanas sobre los medios* han utilizado la crítica a estos para tratar de restablecer el nexo original entre novela y consumo masivo. Por ello, son textos literarios que se muestran plenamente a favor de la incorporación de los códigos mediáticos dada la comprobada eficiencia de estos para atraer a un número amplio de consumidores. Naturalmente, el modo en que en estas novelas se da dicha inclusión varía según el contexto socioeconómico en que se publican cada una de ellas. En ese sentido, esta disertación permite observar cómo se ha ido pensando a lo largo del tiempo, desde la ficción, la relación del género novelístico con los medios masivos. No obstante, aunque las novelas peruanas sobre los

medios expresan diversas posturas ante la popularización de las producciones cinematográficas, radiales y televisivas, ninguna de ellas comparte el escepticismo de cierta línea de pensamiento crítico que ve en la popularización de los productos mediáticos un signo de decadencia cultural.

Sin lugar a dudas, fueron los pensadores afiliados con la Frankfurt School quienes abrieron en el siglo XX el debate acerca de la influencia de los medios masivos en la sociedad. Numerosos conceptos y terminología acuñados por críticos culturales como Theodor Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse y Jürgen Habermas, entre otros, han sido esenciales en el desarrollo de las discusiones sobre el rol de los medios masivos de comunicación en las transformaciones culturales. Este es el caso del concepto de “cultural industry”, que ocupa un lugar fundamental en *Dialectic of Enlightenment* (1944) de Adorno y Horkheimer, especialmente en el capítulo donde estos críticos reflexionan sobre el rol de los medios en el contexto del ascenso del fascismo europeo y la expansión de la industria del espectáculo audiovisual estadounidense. La industria cultural es entendida por ellos como aquella que fabrica a gran escala, y de manera estandarizada, productos culturales de fácil consumo. Este sería el caso del cine hollywoodense, por ejemplo, que por su carencia de originalidad no ofrece mayor obstáculo en su comprensión, al punto de que es posible predecir, incluso antes de entrar a la sala de proyección, cuál será el desenvolvimiento de los acontecimientos y el final de la película.

“Culture today is infecting everything with sameness” (94) señalan también Adorno y Horkheimer, refiriéndose con ello a cómo los productos estandarizados de la industria cultural, especialmente los audiovisuales, han conseguido extenderse ampliamente en la sociedad. Se trata, en ese sentido, de objetos netamente mercantiles y no artísticos, ya que a diferencia de estos últimos no buscan desafiar el intelecto de sus consumidores, sino complacerlos con productos que no les exigen una participación activa. Más aún, continúan Adorno y Horkheimer:

“Films and radio no longer need to present themselves as art. The truth that they are nothing but business is used as an ideology to legitimize the trash they intentionally produce” (95). Es decir, la industria cultural encuentra en este rechazo a cualquier estatus artístico un factor favorable a sus intereses. De esta manera, los consumidores se sentirían liberados de la culpa de disfrutar con productos ajenos a la alta cultura.

Además de su tendencia a la estandarización, la industria cultural tendría efectos negativos en la percepción del mundo con que entrena a quienes consumen sus productos. “The whole world is passed through the filter of the cultural industry” (99). El problema con esto para Adorno y Horkheimer es que el espectador de películas, por el realismo con que estas son fabricadas, ya no puede distinguir el mundo representado en la ficción del mundo real. De otro lado, la ilusión realista creada por el cine afectaría también el poder imaginativo de los espectadores, convirtiéndolos de esa manera en sujetos idóneos para la manipulación. “The spectator must need no thoughts of his own: the product prescribes each reaction” (109). Las consecuencias políticas de la popularización de los productos de la industria cultural serían, entonces, negativas. El cierre de estaciones radiales y salas cinematográficas no afectaría a nadie ya que “the bloated entertainment apparatus does not make life more worthy of human beings” (111).

En “Culture industry reconsidered”, Adorno señala que la característica esencial de la cultura (entendida esta “in the true sense”) debe ser su capacidad para criticar las condiciones opresoras de la sociedad. Sus posibilidades liberadoras radican, entonces, en que la cultura es capaz de protestar contra las “petrified relations” que constriñen la libertad de los seres humanos (*The Culture Industry* 100). Sin embargo, en este mismo texto, Adorno deja entrever que la cultura no es inmune a su asimilación por el mercado, y que cuando esto ocurre, en el momento

en que la protesta se comodifica, el producto cultural resultante no hace sino contribuir a la consolidación de las “petrified relations” impuestas y controladas por el mercado. La lucha de los artistas para conservar la autonomía de sus creaciones aparece, más que nunca antes, como su mayor desafío. Mi investigación, aunque no desconoce las posibilidades alienatorias de un gran número de productos de la industria cultural, muestra que la comodificación de la protesta artística, no necesariamente anula su potencial crítico. Por el contrario, las novelas que analizo entienden que el repliegue en la autonomía artística implica la renuncia a la circulación de sus mensajes en un espectro más amplio. Es decir, estos textos rechazan la marginalidad a las que los conduciría su pretendida autonomía con respecto a la industria cultural, para ir en búsqueda de la oportunidad de comunicar sus mensajes críticos a un público masivo.

El escepticismo de Adorno y Horkheimer con respecto a la influencia de los medios en la sociedad es compartido por el teórico francés Guy Debord. En *La société du spectacle* (1967), Debord presenta 221 “tesis” que pretenden develar las causas de la “alienación” en sociedades con condiciones modernas de producción. Se trata de una lectura de inspiración marxista que parte de la certeza de que el espectáculo, es decir, los productos audiovisuales difundidos por los medios masivos, han generado una transformación en el modo en que los sujetos se relacionan con el mundo que los circunda. Así: “Everything that was directly lived has moved away into a representation” (Tesis 1). El individuo moderno, entonces, se ha alienado de su realidad para vivir en el mundo ilusorio que le ofrece el espectáculo. Y esto, lógicamente, habría afectado también las relaciones del individuo con sus semejantes, produciéndose de esa manera una ruptura en el modo en que interactúan los individuos en la sociedad. “The spectacle is not a collection of images but a social relation among people mediated by images” (Tesis 4). Este

enorme poder de los medios y sus propietarios sobre el control de las relaciones sociales genera en Debord las mismas preocupaciones políticas que en Adorno y Horkheimer.

El libro de Debord asume, en casi todos los casos, que el consumidor de espectáculos es fácilmente subyugable en cuanto su deseo de mirar no da espacio alguno para reflexionar sobre lo que magnetiza su atención. En consecuencia, el individuo ve atrofiada su capacidad crítica al punto que se convierte en un objetivo fácil de los regímenes autoritarios. De ahí que Debord entienda la presentación de sus tesis como un acto revolucionario que ayudará a despertar las conciencias de las masas adormecidas por los espectáculos audiovisuales. No es esta, sin embargo, una tarea fácil, pues Debord entiende la enorme distancia existente entre la teoría crítica que revela la falsedad del espectáculo y la acción revolucionaria de las masas que acabaría con tal impostura. “This theory does not expect miracles from the working class. It envisages the new formulation and the realization of proletarian wants as a long-range task” (tesis 203). Estos planteamientos dan por sentado que la liberación del pensamiento crítico opera en dirección vertical: del intelectual pensante a las masas adormecidas.

Homo videns (1997) de Giovanni Sartori es otro de los libros que han tenido un notable impacto en las discusiones sobre los efectos del consumo mediático en las sociedades industrializadas. En este caso, Sartori se centra en analizar cómo el carácter visual de los productos mediáticos, específicamente los televisivos, ejercen una influencia negativa en quienes los consumen con regularidad. Más aún, el pensador italiano señala que el rol de este medio ha dejado de ser sólo el de un mero proveedor de información y entretenimiento para asumir el de formador de subjetividades a temprana edad. “La televisión no es sólo instrumento de comunicación; es también, a la vez, *paideia*, un instrumento «antropogenético», un *medium* que genera un nuevo *ánthropos*, un nuevo tipo de ser humano” (36). Sartori dice basar esta hipótesis

en la comprobación empírica de la enorme cantidad de horas que los niños y niñas permanecen frente al televisor antes de siquiera aprender a leer y escribir. “La televisión sustituye a la *baby sitter*” (36) afirma sin ironía.

Lo que preocupa a Sartori es que este “nuevo tipo de ser humano” se caracteriza por tener una pobre capacidad de entendimiento. Esto ocurriría porque la fuerte exposición a la visualidad de la televisión, en la cual los espectadores tan sólo ven pasar imágenes ante sus ojos, afecta la capacidad de abstracción, es decir, de razonar utilizando entidades no-visibles como “Estado”, “soberanía”, “democracia”. El aumento en el consumo televisivo, entonces, sólo puede significar retroceso intelectual ya que “los pueblos se consideran avanzados porque han adquirido un lenguaje abstracto –que es además un lenguaje construido en la lógica– que permite el conocimiento analítico-científico” (46). Si sólo la abstracción es racionalidad y la racionalidad es progreso, la televisión, con su difusión interminable de imágenes, es un obstáculo para el avance de la humanidad. Como parece serlo toda la tecnología moderna, ya que según Sartori el ser humano ha pasado de gobernar mediante la tecnología a ser gobernado por ella: “El inventor ha sido aplastado por sus inventos” (131).

Aunque un tono eminentemente escéptico y nostálgico recorre todo el libro, Sartori sugiere por momentos que es posible revertir esta decadencia intelectual promovida por la televisión. Así, frente a la proliferación de lo que llama el “postpensamiento”, señala que es posible un retorno a una cultura racional si es que se defiende a ultranza “la lectura, el libro y, en una palabra, la cultura escrita” (149). Y si bien en algún momento apunta que cultura escrita y cultura audiovisual son expresiones en clara oposición, pronto no duda en afirmar categóricamente que, en realidad, “la cultura audio-visual es «inculta» y, por tanto, no es cultura” (150).

Es oportuno tener en cuenta el contexto para y desde el cual piensan estos autores la influencia de los medios en la sociedad. En muchas ocasiones, la falta de conciencia con respecto a este contexto conduce a un entendimiento erróneo de fenómenos con dinámicas distintas a las observadas por aquellos pensadores. En el caso de Adorno y Horkheimer, por ejemplo, es claro que la maquinaria de control ideológico centralizada en Hollywood es vista a la luz de la insurgencia del nazismo y su instrumentalización propagandística de lo audiovisual. En ese sentido, sería inapropiado desestimar la agudeza de muchas de sus observaciones referidas a ese tipo específico de cine hollywoodense, las cuales están guiadas además por una voluntad liberatoria. No obstante, sería igual de inapropiado sostener que sus diagnósticos sobre la amenaza que representa el mercado para la orientación crítica del arte no han sido ya problematizados tanto por la crítica cultural como por la misma evolución de los productos de la industria cultural.

La misma precaución debe ser adoptada con Debord cuya *La société du spectacle* es una respuesta directa al consumismo rampante de las sociedades industrializadas europeas de mediados del siglo XX. Las tesis de Debord introducen y exploran un concepto que había sido trabajado lateralmente por Adorno y Horkheimer, aquel que enfatiza el carácter relacional de los espectáculos presentados por los productos mediáticos. Para el pensador francés, el develamiento de la opresión que se oculta tras las imágenes y simulacros que estimulan el consumo es acto revolucionario en cuanto restaura un modo auténtico de relacionarse con el otro, no sólo con el poder. Se trata de un enfoque crítico que las novelas que examino toman como punto de partida, pero que, desde el contexto latinoamericano, reclaman una complejización. Nuevamente, como con las ideas de Adorno y Horkheimer, las novelas peruanas sobre los medios aceptan la inescapabilidad del espectáculo en los siglos XX y XXI, pero entienden que, al ser este un

conjunto de relaciones sociales promovidas a gran escala, su desestabilización es más efectiva dentro de sus propias coordenadas: las de la circulación masiva.

En el ámbito hispanoamericano, de entre todas las publicaciones críticas que se han ocupado del impacto de los medios en la sociedad y la cultura *La civilización del espectáculo* (2012) de Mario Vargas Llosa es de particular interés para mi disertación. En primer lugar, porque el punto de vista de este autor acerca de la relación entre medios y cultura está determinado por su condición de escritor posicionado en un lugar distinguido de la llamada “alta cultura”, estatus que adquirió su consolidación definitiva con la concesión del Premio Nobel de Literatura en 2010. Esto significa que el autor de este ensayo es una figura intelectual representativa de la élite literaria occidental.

Al mismo tiempo, el mundo de los medios masivos audiovisuales no le ha sido indiferente. Y es que, a la par de su labor como novelista, Vargas Llosa ha participado activamente en diversos proyectos radiales, televisivos y cinematográficos. Así, trabajó desde los quince años como redactor de noticias para Radio Panamericana de Lima y, años más adelante, como entrevistador para la Radio Televisión Francesa. Además, en 1981 condujo el programa cultural *La Torre de Babel*, emitido por Panamericana Televisión de Lima. Con respecto al cine, no sólo varias de sus obras han sido adaptadas a la pantalla grande, sino que él mismo ha participado en la elaboración del guión de alguna de ellas, destacando el caso de *Pantaleón y las visitadoras* (1975), película que codirigió, coescribió y en la que, incluso, hizo un cameo.

Además de participar activamente en producciones mediáticas, Vargas Llosa ha escrito columnas periodísticas elogiando con entusiasmo exitosas series estadounidenses como 24

(2001-2010),¹ *The Wire* (2002-2008),² *Homeland* (2011) y *House of Cards* (2013).³ La pericia en el manejo del suspenso, la acción y el drama en esas series son equiparadas por Vargas Llosa a la de los folletines europeos del siglo XIX, específicamente a los de Dickens, Dumas y Sue. En el caso de *The Wire* reconoce, además, su habilidad para criticar ferozmente a la sociedad y las instituciones estadounidenses y para romper con el maniqueísmo del esquema clásico de enfrentamiento entre policías y delincuentes. Es decir, dos virtudes que tanto Adorno/Horkheimer como Debord y Sartori negaban a los productos mediáticos audiovisuales. Debo precisar, sin embargo, que esta valoración positiva de las series por parte de Vargas Llosa no implica un desplazamiento de la literatura como arte superior. Por el contrario, en su lectura, lo que da prestigio a estas series es su semejanza (no igualdad) con ciertas novelas canónicas occidentales.

La civilización del espectáculo resulta, entonces, un libro de ensayos de particular interés para la crítica en cuanto reúne las reflexiones de un literato consagrado con un sostenido interés en la producción y el consumo de productos mediáticos audiovisuales.

Vargas Llosa inicia su argumentación señalando la desaparición de la cultura “en el sentido que tradicionalmente se ha dado a este vocablo” (13). La concepción, proveniente de la Antropología, de que todo aquello que practica un grupo humano es cultura sería la causa de esa desaparición. Y es que, como consecuencia de la ampliación del concepto, prácticas que antes eran consideradas banales, como aquellas que tienen como finalidad el puro entretenimiento, han pasado a ser consideradas también como cultura. Vargas Llosa entiende que es el deseo de

¹https://elpais.com/diario/2006/09/10/opinion/1157839205_850215.html

²https://elpais.com/diario/2011/10/23/opinion/1319320811_850215.html

³https://elpais.com/elpais/2017/01/19/opinion/1484838190_381929.html

democratizar la cultura lo que ha llevado al encumbramiento de esa concepción antropológica. Según su interpretación, el esfuerzo por llevar la cultura (en el sentido tradicional, es decir, de “alta cultura”) a las masas habría simplificado a esta hasta volverla trivial. El campo literario sirve a Vargas Llosa para ejemplificar de qué modo se ha producido esa degradación.

Si la “literatura *light*” –aquella que “sin el menor rubor se propone ante todo y sobre todo (y casi exclusivamente) divertir” (36)– es la más representativa de la época es porque ya no existe una crítica que guíe al lector en sus decisiones. Este ha quedado indefenso intelectualmente a “los contrabandos y las extorsiones de que es víctima” (38). Vargas Llosa lamenta que, debido a la popularidad de la televisión, ya no sean críticos literarios como Edmund Wilson los que decidan el éxito o fracaso de un libro, sino figuras de la televisión como Oprah Winfrey. Y también, que sea el público inculto quien tenga el poder de convertir en *best-sellers* a libros que, por sus historias superficiales y su indigente forma, el ensayista califica como “basura” (47). Y es que a los intelectuales como Edmund Wilson, integrantes de la élite cultural, esta masa de consumidores ya no les hace caso o sólo les prestan atención cuando también se convierten en diversión y espectáculo (37). Concluye Vargas Llosa, entonces, que como se han abolido las jerarquías y ahora hasta lo inculto es culto, el concepto de cultura ya no tiene el menor significado.

Mi disertación reconoce las valiosas reflexiones que todos estos pensadores, de Adorno y Horkheimer a Vargas Llosa, han hecho acerca de la influencia de los medios audiovisuales en la sociedad. Incluso, algunos de sus planteamientos son de utilidad para mi análisis, como ocurre en el primer capítulo con las ideas de Adorno y Horkheimer. De modo que, más que oponerme a su lectura del fenómeno, lo que hago es mostrar cómo sus diagnósticos han sufrido una inevitable complejización en un ámbito cultural distinto al de los países altamente industrializados. Las

novelas que estudio insisten una y otra vez en que si bien los efectos negativos que puede acarrear toda tecnología son innegables, también es posible encontrar manifestaciones que favorecen un enriquecimiento de las prácticas culturales tradicionales. En ese sentido, mi análisis se basa en otras posturas teóricas que, enfocadas en los consumidores de los productos mediáticos, complejizan el debate sobre la influencia mediática en la llamada “alta cultura”. Por ello, mi investigación es deudora del “desplazamiento metodológico” propuesto en Hispanoamérica por Jesús Martín-Barbero en *De los medios a las mediaciones* (1987) y que consiste en un análisis del proceso de la comunicación enfocándose en el lado de la recepción, es decir, “el de la apropiación desde los usos” (10). El concepto de la “mediación” como un espacio en el que se desenvuelve la “interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción” (“La telenovela” 48), la cual siempre implica negociar con los contenidos mediáticos, es también fundamental para la articulación de mi análisis. En efecto, me aproximó a las novelas peruanas sobre los medios considerándolas espacios de mediación –configurados, en este caso, por individuos y no por grupos– en los que se reproduce una interacción creativa entre las demandas del mercado y las del arte. Como revelará mi análisis, estas novelas reinterpretan la relevancia cultural de géneros tradicionalmente descalificados por la crítica por su marcada orientación comercial. Las ideas de Martín-Barbero son fundamentales para entender que esta revalorización tiene que ver, como señala él mismo en el caso del melodrama, con el deseo de problematizar la primacía del *conocer* sobre el *reconocer*, es decir, con valorar la importancia de la repetición (característica de los productos mediáticos) como interpelación y modo de constitución de identidades (“La telenovela” 59).

Naturalmente, un enfoque de este tipo escapa del modelo verticalista de transmisión ideológica que caracteriza a los diagnósticos de Adorno/Horkheimer, Debord, Sartori y Vargas

Llosa. Y es que, como señala Néstor García Canclini: “Ahora miramos los procesos de consumo como algo más complejo que la relación entre medios manipuladores y audiencias dóciles” (*Consumidores* 41). El énfasis en los procesos de apropiación por parte de los consumidores de los productos mediáticos desafía precisamente el escepticismo de las interpretaciones comentadas. De ahí que sean de gran importancia para mi análisis los aportes de los intelectuales afiliados al Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) de la Universidad de Birmingham, cuya metodología de investigación, centrada en la recopilación de información concreta sobre hábitos de consumo en la vida cotidiana de las clases populares, ha influenciado notablemente las aproximaciones al fenómeno en el ámbito latinoamericano.

The Uses of Literacy de Richard Hoggart (1957) es un libro fundacional para el estudio de publicaciones literarias sólidamente ligadas al mercado, especialmente aquellas que tienen como objetivo el entretenimiento de un número masivo de lectores. Una idea fundamental que se desprende de este análisis de publicaciones populares (como magazines familiares y *paperbacks* dirigidos principalmente a *working class women*) es que su éxito comercial tiene que ver con el *ethos* compartido entre autores y lectores. De modo tal que si bien los creadores de estos productos tienen algunas capacidades superiores a quienes los leen (técnicas de escritura), no son estas las que explican su éxito en el mercado, sino el hecho de que comparten con estos consumidores “the common dream of their culture” (171). Lo que Hoggart quiere enfatizar es la existencia de una demanda popular que no nace del planeamiento mercantil y que es un factor clave en el momento de la adquisición de un libro. Por eso los escritores de *paperbacks* escriben semiautomáticamente: siguen unos patrones fijos de composición, pero también incorporan en sus creaciones la espontaneidad de las narrativas populares, aquella que constituye el “common

dream” y que ellos conocen muy bien: “most writers of fantasy for people of any class share the fantasy world fo their readers” (172).

En mi disertación, parto de esta idea de Hoggart para plantear que Palma, Vargas Llosa, Bayly y Roncagliolo van en búsqueda de esta conexión con el consumo masivo apelando también al “common dream”. Sólo que en el caso de las novelas de estos escritores peruanos esta apelación es de segundo orden ya que está mediatizada por productos con una relación más cercana a lo popular: películas, radioteatros, *thrillers* policiales, telenovelas. Aun así, estas novelas consiguen superar una limitación de los productos de entretenimiento señalada por Hoggart: “the strongest objection to the more trivial popular entertainment is not that they prevent their readers from becoming highbrow, but that they make it harder for people without an intellectual bent to become wise in their own way” (281). Efectivamente, las novelas peruanas sobre los medios utilizan los códigos de los productos de entretenimiento masivo para introducir un enfoque crítico sobre la sociedad que estimule ese “becoming wise” de los lectores al que se refiere Hoggart.

De otro lado, mi propuesta de estudiar los textos novelísticos de estos cuatro escritores peruanos como el resultado de apropiaciones creativas de códigos narrativos mediáticos, es decir, de la consideración de estos autores como consumidores, se inspira en las reflexiones de Stuart Hall sobre discontinuidad entre el *encoding* y *decoding* televisivo: “since there is no necessary correspondence between encoding and decoding, the former can attempt to 'pre-fer' but cannot prescribe or guarantee the latter, which has its own conditions of existence” (515). Es en este espacio de “no necessary correspondence” entre la intencionalidad de los productores de contenidos mediáticos (no sólo televisivos, sino en general) y las diversas posibilidades

decodificadoras de los novelistas como consumidores, donde nacen las propuestas estéticas de las novelas peruanas sobre los medios.

Otros trabajos de la CCCS me han permitido también comprender los desafíos planteados por estas novelas a concepciones tradicionales sobre la recepción de los productos mediáticos. Me refiero, por ejemplo, a *Crossroads: The Drama of a Soap Opera* (1982), investigación etnográfica en la que Dorothy Hobson estudia la *soap opera* británica *Crossroads* mediante la observación directa de sus procesos de producción y entrevistas al personal a cargo de estos. Se trata de un trabajo fundamental en cuanto –y esta es la parte relevante para mi disertación– muchas de las reflexiones de la investigadora derivan de su experiencia directa de consumo de esta narrativa mediática junto con sus usuales consumidores. Hobson se sienta a ver televisión con ellos y presta atención a la conversación no-estructurada que se desarrolla durante la emisión de algún capítulo de *Crossroads*. Esto la lleva a descubrir diversos factores que influyen en las características de estas conversaciones, como la hora en qué o en la compañía de quién se ve determinado programa de televisión. Pero, sobre todo, esa experiencia le muestra con claridad el elitismo de interpretaciones que ven tan solo escapismo en el consumo de *soap operas*. Una conversación que oye en el tren de Londres sobre una de estas, *Coronation Street*, le permite comprobar la capacidad de los televidentes para voluntaria y momentáneamente suspender su incredulidad y pensar en los personajes de la *soap opera* como si fueran reales. No sólo durante la emisión de la misma sino en sus interacciones cotidianas: “Yet from the conversation it was obvious that the speakers were playing a game with the serial. They did not actually believe that the characters existed; they were simply sharing a fantastic interest in the characters outside the serial. How many of us can honestly admit not to having done that ourselves?” (125). La apropiación de los contenidos televisivos aparece de esa manera no como un momento más del

circuito comunicativo, sino como el de mayor importancia ya que es en él donde se define finalmente el sentido: “A television program is a three part development – the production process, the program, and the understanding of that program by the audience or consumer – and it is false and elitist criticism to ignore what any member of the audience thinks or feels about a program” (136).

Ya en el campo latinoamericano, García Canclini sigue también la línea de los estudios culturales británicos cuando define el consumo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (*Consumidores* 42-43). Parto también de esta definición para cuestionar el modelo verticalista de transmisión ideológica mediante la consideración de los autores de las novelas sobre los medios como consumidores. Este es un aspecto que no ha sido explorado con suficiencia, ya que el enfoque del mismo García Canclini y otros críticos culturales (Fuenzalida, Orozco, Mata) se ha centrado en el consumo popular, teniendo como metodología la “etnografía de audiencias”, es decir, el estudio de los hábitos de consumo de un gran número de personas. Sin negar la importancia de dicha línea de investigación, considero que el acercamiento a las novelas sobre los medios como resultados de las apropiaciones y usos de los productos mediáticos por parte de un tipo sofisticado de consumidor, como es el autor de novelas, permite apreciar los resultados más complejos de estos procesos. Es decir, bajo esta perspectiva, las novelas son abordadas como espacios textuales que ilustran el alto nivel creativo que también surge como resultado del consumo mediático audiovisual.

En *Las reglas del arte* (1995), Pierre Bourdieu señala que, al igual que otros “campos culturales” (que él entiende como redes de relaciones objetivas entre posiciones), el campo literario está siempre en búsqueda de preservar su autonomía en relación a otros campos como el

político y el económico, para nombrar sólo a los más distintivos. No obstante, precisa Bourdieu, esta es una pretensión ideal, puesto que en la práctica el campo literario necesita de los vínculos con los otros campos: “Por muy liberados que puedan estar de las imposiciones y de las exigencias externas, [los campos culturales] están sometidos a la necesidad de los campos englobantes, la del beneficio, económico o político“ (321). En el caso de los novelistas, el pleno funcionamiento del producto que crean, es decir, su lectura por parte de los consumidores, depende de su inserción efectiva en el mercado editorial. Asimismo, para que el agente creador, el novelista, garantice la continuidad de su práctica, requiere de la acumulación de lo que Bourdieu denomina “capital económico” (ganancias por regalías) y “capital simbólico” (prestigio otorgado a sus obras por los lectores). Este señalamiento de los límites de la autonomía artística me permite pensar precisamente en cómo las novelas peruanas sobre los medios se empeñan en visibilizar los vínculos del género novelístico con otros campos. La incorporación de códigos mediáticos que llevan a cabo las novelas que examino funciona en ese aspecto como una negación de la autonomía del género. Y, como apunta el mismo Bourdieu, estos “agentes heterónomos” (los autores de aquellas novelas) son elementos de ruptura en el campo cultural y por ello están en constante pugna con los agentes “autónomos”, quienes tan sólo buscan la obtención de un tipo de capital: el cultural.

Menciono estas observaciones de Bourdieu ya que ellas explican mi elección de “novelas peruanas” como objetos de estudio. Por ello, es momento de precisar que llamo a estas novelas “peruanas” porque les he transferido la nacionalidad de sus agentes creadores con la finalidad de hacerlas representativas de un campo literario específico. Si bien *XYZ*, *La tía Julia y el escribidor*, *Morirás mañana* y *Óscar y las mujeres* son productos culturales sin ninguna característica intrínseca que permita clasificarlas categóricamente como “peruanas”, sus agentes

productores sí son objetivamente “peruanos” debido a una condición precisa: la identidad legal otorgada por su lugar de nacimiento.⁴ Esta característica en común entre los cuatro creadores me permite estudiarlos como integrantes de un mismo campo literario, más aún si se tiene en cuenta que es en el Perú donde estos han desarrollado las interacciones que para Bourdieu son intrínsecas a todo campo: la acción y la influencia. Naturalmente, estos autores podrían ser agrupados en campos literarios supranacionales, pero me interesa su reunión como “peruanos” en cuanto en este campo literario nacional la búsqueda de capitales adicionales al cultural, y las propuestas estéticas de las novelas que resultan de esa búsqueda, se aprecian con mayor notoriedad. Ciertamente, en el campo literario peruano, la valoración positiva de un escritor y sus obras por parte de la crítica es directamente proporcional a su capacidad para borrar sus vínculos con el mercado. De ahí que las novelas y autores que estudio hayan sido calificados negativamente como “comerciales” (siendo los casos más notorios los de Jaime Bayly y Santiago Roncagliolo), considerándose dichas creaciones como publicaciones “menores” en el conjunto de su respectiva obra (como ocurre con *XYZ* de Clemente Palma y *La tía Julia y el escribidor* de Mario Vargas Llosa). Esta “heteronimidad” (para usar el término de Bourdieu) característica de estos autores y sus obras, su carácter marginal en un campo que celebra la autonomía del arte literario, es de sumo interés para comprender otras maneras de pensar la relación entre cultura y mercado desde la periferia. Como demostraré en esta disertación, todas las novelas bajo estudio que van a la búsqueda de otros capitales adicionales al cultural devienen en novedosas propuestas estéticas. Ocurre con Palma, cuyo interés en beneficiarse del capital simbólico del cine en *XYZ* da como resultado la configuración de una “película con palabras”. La búsqueda de

⁴ La doble nacionalidad adoptada por Mario Vargas Llosa (peruano-español) y Jaime Bayly (peruano-estadounidense) no anula esta identidad legal primigenia.

capital económico con un texto que resulte atractivo a un público amplio de lectores termina dando forma a una propuesta sobre escritor profesional contemporáneo en *La tía Julia y el escribidor*. Jaime Bayly celebra estos vínculos con el mercado y se sirve del capital simbólico que ha adquirido como figura mediática para redefinir la idea de arte en su trilogía *Morirás mañana*. Santiago Roncagliolo, por su parte, se apropia del capital simbólico de las telenovelas para intentar restaurar el vínculo entre novela y consumo masivo.

¿Pero por qué explorar esta interacción entre campos desde el género novelístico y no desde, para mencionar alguno, el ensayístico? Esta decisión tiene que ver con una particularidad distintiva de la novela como género. El contraste entre las ideas expresadas por Vargas Llosa en sus ensayos de *La civilización del espectáculo* y la historia narrada en su novela *La tía Julia y el escribidor* explica con claridad mi elección. Así, como mostraré en detalle posteriormente, la valoración del contacto entre la “alta cultura” y los productos mediáticos audiovisuales que hace Vargas Llosa en ese libro de ensayos difiere significativamente de aquella contenida en su novela sobre los radioteatros. Efectivamente, en esta ficción Vargas Llosa apuesta por un diálogo más fluido entre el género novelístico y las narrativas mediáticas al incorporar de manera creativa códigos de los radioteatros limeños de la década de 1950. Y si bien en dicho texto ficcional no contradice totalmente los postulados de *La civilización del espectáculo*, definitivamente sí ofrece una representación más compleja acerca de la influencia de los medios audiovisuales en la cultura.

La comprobación de esta diferencia entre una aproximación intelectual y una creativa a un mismo fenómeno, por parte del mismo autor, es la que sustenta la particularidad de mi disertación y constituye su aporte. En efecto, no me interesa explorar cómo se ha *pensado* la relación novela-medios en la novelística peruana, sino cómo se ha *performado*. El caso de

Vargas Llosa ilustra cómo su novela sobre los radioteatros, al poner en acción el contacto entre códigos mediáticos y literarios, complejiza más el tema que en sus ensayos de *La civilización del espectáculo*. Ciertamente, gracias a su naturaleza polifónica y experimental, la ficción novelística abre más perspectivas críticas que el monologismo de la disquisición ensayística. En el ensayo, la perspectiva hegemónica es la del autor mientras que en la novela existen muchas perspectivas enfrentadas, expresadas por voces que generalmente entran en contradicción. La voz del autor está disuelta en la novela, despojada de su hegemonía. Como señala Bajtín en su estudio sobre Dostoievski y la novela moderna: “La conciencia del héroe aparece como otra, como una conciencia ajena, pero al mismo tiempo tampoco se vuelve objetual, no se cierra, no viene a ser el simple objeto de la del autor” (*Problemas* 15).

Es por ello que las novelas analizadas en esta disertación ofrecen múltiples perspectivas sobre la influencia de los medios audiovisuales en la cultura en distintas épocas. Por la resaltada condición polifónica del género novelístico, se encuentra en ellas perspectivas tanto críticas como conciliadoras con respecto a los medios. Son de principal interés las segundas en cuanto constituyen tentativas de renovación estética con poca representatividad en el canon novelístico peruano. Pero antes de resumir cómo se desarrollan estas ideas en cada capítulo de esta disertación, será necesario definir los conceptos claves de mi análisis.

Por “narrativas mediáticas” me refiero a aquellos productos mediáticos audiovisuales cuyo componente principal es el narrativo. Se trata entonces de productos que “cuentan” historias mediante imágenes, música y palabras articuladas, entre otros componentes. De modo que bajo esta categoría incluyo a las películas, los radioteatros y las telenovelas que son ampliamente discutidos en el presente trabajo. En este, las narrativas mediáticas son puestas en comparación con un tipo específico de narrativa literaria: la novela.

En el análisis, hago también énfasis también en los tipos de tecnologías que producen ambos tipos de narrativas. Considero importante resaltar que la novela es el producto de una antigua tecnología (la de la escritura) ya que de esa manera llamo la atención sobre su naturaleza proteica. Es decir, subrayo su capacidad esencial para incorporar códigos literarios (provenientes de la poesía, el ensayo, el teatro, etc.) y extraliterarios (provenientes de los medios masivos audiovisuales, para mencionar el que es de interés para mi disertación). Uno de mis planteamientos principales es entonces que, ante la popularización de las narrativas mediáticas, un grupo de escritores peruanos ha aprovechado el carácter proteico de la novela para incorporar códigos mediáticos y competir con ellas. Para ello, me baso en lo señalado por Geoffrey Winthrop-Young con respecto al significado de la intensificación del realismo de la novela decimonónica europea. Afirma él que el esfuerzo de esta por proveer al lector una detallada descripción de personajes y ambientes tiene que ver con un intento por “incorporate, mimic or co-opt the achievements of competing electric media” (124). Considero que esta lectura de un cambio en una estética como reacción directa al desarrollo de otra tecnología narrativa es válida también para las novelas peruanas sobre los medios, sobre todo si se tiene en cuenta la apabullante popularidad de estos últimos desde los albores del siglo XX.

Esta “competencia” que señalo en mi análisis tiene que ver con una doble pugna: intelectual y comercial. Un examen cuidadoso de las novelas peruanas sobre los medios revela que son textos que buscan enfatizar su capacidad para abordar problemáticas sociales con una mayor profundidad que las narrativas mediáticas audiovisuales. Se trata, por supuesto, de una respuesta a la pérdida de poder simbólico de los discursos literarios en la sociedad. El escritor latinoamericano, ante la popularización de los productos mediáticos, entiende que le han usurpado “la función pedagógica atribuida anteriormente a los padres, al sacerdote y al

intelectual” (García Liendo 24) y que “los referentes identitarios se forman ahora, más que en las artes, la literatura y el folclor [...] en relación con los repertorios textuales e iconográficos provistos por los medios electrónicos de comunicación y la globalización de la vida urbana” (García Canclini *Consumidores* 95). La apropiación de códigos provenientes del cine, la radio y la televisión en los textos que estudio no hacen sino destacar la superioridad de la tecnología novelística en cuanto es capaz de utilizar dichos códigos para una crítica más compleja.

Por otra parte, teniendo en cuenta la relación histórica de la novela occidental con el mercado, resulta válido postular que la intensa apropiación de códigos mediáticos en estas novelas de autores peruanos obedece a un interés por reconectar el género con el consumo masivo. Si las películas de Hollywood, los radioteatros y las telenovelas han conseguido atraer a un número de consumidores superior al que atraen las novelas, ¿por qué no interesar a esa misma masa utilizando las técnicas, esquemas, efectos, arquetipos y lenguaje, es decir, los códigos, de aquellas narrativas mediáticas? ¿Por qué no mostrar, además, que la novela no sólo entretiene como estas, sino que también ayuda a que los lectores reflexionen sobre su realidad? Propongo que son estas precisamente las preguntas que subyacen en el origen de estas novelas sobre los medios. Interrogantes que, en el fondo, reclaman un espacio para la novela latinoamericana en las grandes redes del consumo internacional.

Debo resaltar que si bien esta pugna intelectual y comercial de la novela con las narrativas mediáticas busca favorecer a aquella, esto no implica que estos textos novelísticos asuman posturas condenatorias con respecto a los medios. Por el contrario, su valor radica en su distanciamiento del escepticismo de Adorno/Horkheimer, Debord, Sartori y el Vargas Llosa

ensayista. El elemento que visibiliza esta diferencia valorativa es el uso de la parodia en cada una de estas novelas.

Sobre las particularidades de la parodia existe un intenso debate en el que son dos las posturas críticas más influyentes. Por un lado está Fredric Jameson, para quien es incorrecto denominar “parodias” a las mímicas de otros discursos presentes en las obras postmodernas. Según su interpretación en *Postmodernism, or The Cultural Logic of Late Capitalism* (1991) las mímicas contemporáneas carecen del espíritu cuestionador que ha caracterizado a la parodia desde el siglo XVIII. De modo que propone utilizar el término “pastiche” para referirse a estas parodias postmodernas que estarían “amputated of the satiric impulse” y que serían, por lo tanto, una “blank parody, a statue with blind eyeballs” (17). Por ello, según su interpretación, el pastiche no pasa de ser un gesto vacío, frívolo, inofensivo.

Sin embargo, según plantea Linda Hutcheon en *The Politics of Postmodernism* (1989), si bien la parodia postmoderna no toma un radical distanciamiento del discurso parodiado, no por ello deja de cuestionarlo. Luego de un exhaustivo análisis de diversos productos culturales como textos literarios, composiciones musicales, películas y muestras fotográficas y pictóricas, concluye que gran parte de la producción cultural postmoderna está caracterizada por lo que llama “postmodern form of complicitous critique” (98). Se trata de un doble proceso de “installing and ironizing” (89) mediante el cual se actualiza el poder crítico de la parodia en la postmodernidad: “As form of ironic representation, parody is doubly coded in political terms: it both legitimizes and subverts that which it parodies” (97). Esta parodia irónica se ubica en un espacio de intersección entre la complacencia con el objeto del que se burla y el cuestionamiento del mismo.

En mi disertación tomo estos aportes de Jameson y Hutcheon para plantear una diferencia entre “parodia satírica” y “parodia irónica”. La primera se relaciona con esa mímica radicalmente cuestionadora señalada por Jameson. Una parodia satírica es, entonces, el remedo burlesco de un código narrativo con la finalidad de enfatizar la inferioridad de este último. Mientras que la parodia irónica está relacionada con la “crítica cómplice” estudiada por Hutcheon. Es, por ello, un remedo burlesco que no es radical en sus críticas, sino conciliador.

Mi análisis comienza con la novela *XYZ* (1935) de Clemente Palma. Mi objetivo en ese primer capítulo es mostrar cómo mediante la parodia satírica de las películas de la “Era Dorada” de Hollywood se generó una propuesta novelística potencialmente atractiva para los numerosos aficionados cinematográficos del momento. Así, el lector de la época encontraba en esta novela de Palma una trama de aventuras con personajes y escenarios exóticos semejantes a los de películas como *El ladrón de Bagdad* (1924), *Mata Hari* (1931) o *La isla de las almas perdidas* (1932). Pero, como muestro en el análisis, esta apropiación de códigos cinematográficos hollywoodenses es utilizada para advertir sobre los peligros de los procesos de modernización capitalista. De modo que en esta novela la narración de aventuras, producto de la clonación de estrellas hollywoodenses en una isla del Pacífico Sur, va acompañada de cuestionamientos sobre las consecuencias de adaptar la modernidad estadounidense en países con rezagos coloniales, así como de discusiones sobre la asociación entre ciencia y mercado, la pérdida de la identidad individual debido a la influencia mediática y el nuevo rol del artista en el mercado.

XYZ, a pesar de su apertura a los códigos mediáticos, dejaba evidenciar que el género novelístico era superior a las narrativas mediáticas como tecnología. Ciertamente, esta capacidad para apropiarse de otros códigos narrativos sustentaba dicha preeminencia. Por ello, la parodia de las películas hollywoodenses era satírica, es decir, demarcaba claramente mediante la burla la

diferencia entre la superficialidad de ese tipo de filmes y la profundidad de la novela. Esto mismo ocurre en *La tía Julia y el escribidor* (1977) de Mario Vargas Llosa.

En el capítulo 2 muestro cómo en esta novela de Vargas Llosa, también a través de la parodia satírica, se configura una propuesta estética en la que se busca cumplir tanto con las demandas de la industria del entretenimiento masivo como con aquellas de la “alta cultura”. La apropiación de los códigos narrativos de los radioteatros limeños de la década de 1950 sirve en este caso para atraer a lectores que disfrutaban de narrativas menos estructuradas que las novelísticas. La propuesta que desarrollo en ese capítulo es que dicha apropiación permite hacer precisamente un contraste entre narrativas y narradores que sólo entretienen (los radioteatros y sus guionistas) y narrativas y narradores que, además de entretener, abordan críticamente la realidad (las novelas y sus autores). Analizo cómo la estructura binaria de *La tía Julia y el escribidor* permite organizar la narración de cómo la narrativa literaria se termina imponiendo sobre la narrativa radioteatral.

Argumento que el protagonista de esta novela es quien lleva a cabo una doble “conquista”: del amor de su tía aficionada a los productos mediáticos y del estatus de autor que puede atraer a las masas (antes ostentado por el guionista Pedro Camacho). Ciertamente, interpreto a los personajes Julia y Camacho como alegorías de dos polos de la industria cultural latinoamericana: ella, del consumo y él, de la producción. Es a través de la interacción con ellos que Varguitas, el joven aspirante a escritor, se familiariza con la sensibilidad del público consumidor de narrativas mediáticas y con los mecanismos de producción de estas. Gracias al aprendizaje obtenido, Varguitas se convierte en un autor literario que es capaz de configurar una nueva propuesta estética que viene a ser el texto evocativo que el lector tiene en sus manos titulado *La tía Julia y el escribidor*. Esta es la victoria simbólica narrada en el texto. De esa

manera, se reafirma la capacidad del género novelístico tanto para renovar sus técnicas narrativas como para conectar con un público masivo a través de la incorporación de códigos extraliterarios.

La trilogía de novelas de Jaime Bayly titulada *Morirás mañana* (2010-2013) asume una postura diferente frente a las narrativas mediáticas. Mientras que las novelas analizadas en los capítulos previos reforzaban las jerarquías entre productos literarios y mediáticos, las de esta trilogía las desestabilizan. Mi objetivo en este tercer capítulo es mostrar cómo en estas se lleva a cabo una extensa crítica tanto a la industria del entretenimiento como al circuito literario latinoamericanos. Señalo, sin embargo, que la parodia que se hace del *thriller* policial es irónica y no satírica. Si bien esta trilogía es una versión burlesca de dicho género en la que, por ejemplo, los policías son extremadamente torpes y a nadie le interesa la muerte de las víctimas, el texto no tiene como finalidad desacreditarlo. El análisis de las motivaciones de Javier Garcés para cometer los crímenes me permite proponer que en lugar de asesinar individuos, lo que este personaje busca es acabar simbólicamente con las dinámicas en las que estos participan, ya sea como literatos o como figuras de la televisión y la radio.

Tomando en cuenta la dilatada experiencia de Jaime Bayly como novelista y conductor de televisión, me enfoco en la propuesta estética que resulta de esa doble crítica a la industria del entretenimiento y al circuito literario latinoamericanos. Así, argumento que en esta trilogía, a partir del cuestionamiento a deficiencias como la falta de profesionalismo y originalidad en los medios y en la literatura, se aboga implícitamente por la inserción de la novela en la industria del entretenimiento, sin que ello represente la pérdida de su estatus de obra artística. Ciertamente, el aspecto más interesante de la trilogía es que propone una ampliación del concepto de arte. En esta, el entretenimiento ocupa un rol fundamental y es considerado como una práctica y un efecto

que demanda la misma creatividad, destreza técnica y perspectiva crítica que las obras de la “alta cultura”. De modo tal que en estas novelas se asume la existencia de un arte de los espectáculos mediáticos y un arte de la escritura, diferenciados por la tecnología que los produce, pero unificados por su pertenencia al campo artístico.

El melodrama tiene una relación histórica con el consumo masivo. En el capítulo 4 de esta disertación analizo de qué manera en *Óscar y las mujeres* (2013) de Santiago Roncagliolo se utiliza esa conexión para desarrollar una propuesta de novela melodramática en la postmodernidad. Arguyo aquí que, al igual que en la trilogía de Bayly, la parodia irónica de los productos mediáticos no apunta a su desacreditación. Así, si bien mediante la recreación en la novela del guión de lo que sería una típica telenovela latinoamericana se hace mofa de los estereotipos y la artificialidad que la caracterizan, se enfatiza también su importancia en las discusiones contemporáneas sobre la crisis de las relaciones románticas. Para distinguir mejor la particularidad de esta propuesta, señalo sus diferencias con *La tía Julia y el escribidor*, ya que comúnmente se piensa que la novela de Roncagliolo no es más que una nueva versión de la de Vargas Llosa. Como mostraré mi análisis, esto es incorrecto en la medida en que *Óscar y las mujeres* está posicionada, para utilizar la terminología de Hutcheon, en la intersección de la complacencia y la crítica hacia los productos mediáticos audiovisuales, en especial hacia los melodramas románticos televisivos.

Un argumento central de este último capítulo es que la propuesta estética de la novela de Roncagliolo está cifrada en la “educación sentimental” del protagonista. Así, los esfuerzos de los personajes femeninos para acabar con el narcisismo y la falta de compromiso sentimental del guionista Óscar Colifatto alegorizan también la educación de los lectores. Muestro de qué manera el texto sugiere que es necesario aceptar la artificialidad de los melodramas no sólo para

poder disfrutar de ellos, sino para restituir la confianza en las relaciones románticas duraderas. La novela en su conjunto es una apelación a un cambio de perspectiva con respecto a la “irrealidad” de las producciones mediáticas. Por ello, esta nueva valoración reconoce la capacidad de estas para canalizar sensibilidades ajenas a las creaciones de la “alta cultura”. De esta manera, la parodia irónica de los códigos de una narrativa mediática tan popular como la telenovela sirve en *Óscar y las mujeres* para renovar el uso del melodrama en el género novelístico.

Como se puede apreciar, las novelas peruanas sobre los medios plantean complejas discusiones sobre el impacto de los medios en la cultura. Si bien *XYZ*, *La tía Julia y el escritor*, la trilogía *Morirás mañana* y *Óscar y las mujeres* señalan con precisión los aspectos negativos de dicho impacto, aprovechan también las potencialidades de las narrativas mediáticas para configurar propuestas estéticas que reconecten al género novelístico con el consumo masivo. Esta disertación muestra, entonces, la importancia de los medios audiovisuales en la constante reinvención de un género proteico por naturaleza como es la novela.

CAPÍTULO 1

UNA PELÍCULA CON PALABRAS: XYZ (1934)

En el presente capítulo mostraré cómo la apropiación de códigos cinematográficos hollywoodenses en la novela *XYZ* de Clemente Palma (1872-1946) tuvo como resultado la generación de una propuesta estética que, sin dejar de ser crítica, buscaba notoriamente conectarse con el consumo masivo. Como mostraré en el análisis, esta apropiación de códigos cinematográficos hollywoodenses aprovecha la popularidad del cine de la época para advertir sobre los peligros de la modernización capitalista. Así, la narración de aventuras semejantes a las mostradas en la pantalla grande va acompañada de cuestionamientos sobre los riesgos de adaptar la modernidad estadounidense en países con rezagos coloniales y discute temas fundamentales como la asociación entre ciencia y mercado, la pérdida de la identidad individual debido a la influencia mediática y el nuevo rol del artista en el mercado.

Como en el resto de Latinoamérica, intelectuales y artistas peruanos como Clemente Palma tuvieron que escoger entre guardar silencio frente a la creciente popularidad del medio cinematográfico en las primeras décadas del siglo XX, o considerarlo como un fenómeno social digno de consideración crítica o estética.⁵ Así, algunos se interesaron en el cine no sólo por ser

⁵ Desde su llegada al continente en las postrimerías del siglo XIX, el cine concitó el interés de los latinoamericanos. Entre ellos, numerosos cronistas que en algunos casos mostraron un gran entusiasmo hacia esta nueva tecnología narrativa, pero en otros, un notorio rechazo o ansiedad. La crónica, como puntualiza Valeria de los Ríos, es el primer espacio en el que se produce el encuentro inicial entre escritura y cine (203) al ser la crónica un género de cambios (205). Los cronistas latinoamericanos, entonces, evalúan tempranamente el impacto de la nueva tecnología en la percepción humana. Y es que, como apuntan Rowe y Schelling, los nuevos medios como el cine y la radio fueron “not mere conveyors of messages but meeting points of the often contradictory ways of remembering and interpreting” (9). Es decir, su aparición significó un cambio en el procesamiento de la experiencia. El mexicano José Tablada, por ejemplo, evidencia en una crónica de 1896 su asombro frente al cinematógrafo, mecanismo mediante el cual las escenas de la vida real “pasan por nuestros ojos vivificadas por una intensa animación” (44). Por su parte, el brasileño João do Rio (seudónimo de Paulo Barreto) consideraba el cine como un medio que reproducía “the integral polymorphism of life” (Borge 18).

una fuente de entretenimiento, sino por su novedosa manera de representar (“mirar”) la realidad. Por ejemplo, desde Francia, César Vallejo escribe “Religiones de vanguardia” (1927), crónica en la que reseña las polémicas europeas sobre el valor artístico del cine y señala que este “tiene acaparado a un 90 por ciento de la población del globo terrestre” (265). Mientras que José Carlos Mariátegui evidencia su afición por el cine en diversos textos periodísticos, destacándose su “Esquema de una explicación de Chaplin” (1928), en el cual su apreciación del trabajo cinematográfico del cómico británico lo lleva a equiparlo al de obras literarias canónicas, señalando por ello que la “resonancia humana de *The Gold Rush* sobrepasa largamente a la del *Esquema de Historia Universal* de Mr. H. G. Wells y a la del teatro de Bernard Shaw” (66) y que aquella película “artística, espiritualmente, excede, hoy, al teatro de Pirandello y a la novela de Proust y de Joyce” (67).

De otro lado, Xavier Abril en *Hollywood* (1931) construía, en clave surrealista, una especie de bitácora existencial cuyo continuo tránsito encontraba su mejor metáfora en el

Sin embargo, en breve tiempo, el cine se convertiría también en tema para la literatura. Así, el uruguayo Horacio Quiroga, que ya había demostrado su conocimiento y admiración por el cine en sus textos periodísticos, traslada ese interés a su labor literaria escribiendo tres cuentos: “Miss Dorothy Phillips, mi esposa” (1919), “El espectro” (1921) y “El vampiro” (1927). Asimismo, el escritor argentino Nicolás Olivari publica en 1933 *El hombre de la baraja y la puñalada: estampas cinematográficas*, una serie de crónicas ficcionales sobre encuentros con estrellas de cine. La admiración y el desencanto por la industria hollywoodense coexisten en estos relatos. De otro lado, el chileno Vicente Huidobro publica en 1934 la novela *Cagliostro*, basándose en un guion cinematográfico suyo premiado en Europa. Declara Huidobro en el prefacio que esta obra es “[...] una novela visual. En ella la técnica, los medios de expresión, los acontecimientos elegidos, concurren hacia una forma realmente cinematográfica. Creo que el público de hoy, con la costumbre que tiene del cinematógrafo, puede comprender sin gran dificultad una novela de este género” (17).

Al mismo tiempo, se publican también textos que alertan sobre la posible obsolescencia a la que esta nueva tecnología narrativa puede condenar a la literatura. Así, el mismo año en que aparece la mencionada crónica de Tablada, se publica una nota en el periódico *El Nacional* de México en la cual se profetiza la desaparición del libro a merced de las nuevas tecnologías: “se hará la historia y nuestros postreros serán vivos y palpitantes, los episodios más notables de las naciones, suprimiéndose el libro... por inútil!” (De los Ríos 211). Mientras que el escritor y diplomático venezolano Rufino Blanco-Fombona sería más cáustico en su crítica de la influencia del cine en la literatura. En su libro *El espejo de tres faces* (1937) propone una curiosa fórmula que desacredita la incorporación de los recursos cinematográficos en las novelas francesas y latinoamericanas: “cinematógrafo + poemita + tontería = novela” (36).

imaginario cosmopolita de las películas hollywoodenses, por lo cual afirmaba desde la “Noticia” al inicio del poemario que “los viajes modernos han de llevar a Hollywood (a Los Ángeles o a mi libro) para ver la pura imagen del mundo, la originaria imagen del mundo” (46). Carlos Oquendo de Amat en *5 metros de poemas* (1927) y Martín Adán en *La casa de cartón* (1928) modelaron la forma literaria para imitar la perspectiva cinematográfica, el primero utilizando la materialidad del libro para replicar la experiencia de ver una película, y el segundo aplicando la instantaneidad del cuadro cinematográfico en la narración fragmentaria.

Sin embargo, la creciente proliferación de filmes estadounidenses en la capital peruana generó también resistencias entre otros escritores e intelectuales. Así, luego de considerar que estas películas, debido a su repetición constante de estereotipos, acostumbraban a los espectadores a ver la realidad como un todo uniformizado, para algunos escritores fue natural mostrar su recelo hacia el aspecto industrial de los productos cinematográficos. El escritor Abraham Valdelomar, por ejemplo, publica en 1916 un artículo en la revista *Colónida* en el que comparaba al cinematógrafo con la industria de las “carnes conservadas”,⁶ ya que “en cada una de esas cajas cilíndricas que a primera vista parecen latas de mortadela, vienen enroscados [sic] varios kilómetros de pasiones, odios, asesinatos, persecuciones, bailes, besos lánguidos [...]” (40). De modo que para este escritor el carácter industrial de la producción de películas, su estandarización, era motivo suficiente para equipararlas con productos netamente comerciales.

⁶ *Colónida* (1916), revista fundada por el propio Valdelomar reunió a un grupo de jóvenes poetas e intelectuales –migrantes de las provincias en su mayoría– que se presentaron como alternativa a las ya por entonces trajinadas estéticas romántica y modernista.

Esta semejanza entre carnes y películas, a juzgar por la mordacidad del texto, implica que para Valdelomar el cine se encontraba fuera del campo artístico.⁷

Por otra parte, la asociación entre este nuevo medio masivo y las políticas expansionistas del gobierno de los Estados Unidos, generó también la desconfianza de los intelectuales y artistas en desacuerdo con la intervención de dicha potencia en América Latina. Como recuerda Jason Borge, ya en la década de 1930 había en la región una percepción dual del rol de los Estados Unidos: como productor de atractivas películas (“dream factory”) y como poder neo-imperialista con capacidad de intervención militar en cualquier país (18-19).

XYZ integra precisamente todas estas aproximaciones al fenómeno cinematográfico en un conjunto narrativo que a) traduce textualmente esa novedosa manera de mirar la realidad instaurada por el cine, b) crítica la fuerte tendencia a la estandarización de las películas hollywoodenses y c) revela los nexos entre el entretenimiento cinematográfico y el capitalismo estadounidense.

Hasta el momento, la crítica ha leído *XYZ* principalmente de dos maneras. En primer lugar, dentro de la tradición de las novelas de ciencia ficción, dado que uno de sus temas principales es la reproducción científica de seres humanos. Este es el enfoque de Nancy Kason, quien compara la novela de Palma con otros textos del género como *L’Eve future* (1886) del Conde Villiers de l’Isle-Adam, *The Island of Dr. Moreau* (1896) de H. G. Wells o *Brave New World* (1932) de Aldous Huxley. Considera, además, que el tema dominante de *XYZ* es “that of a man as a kind of divine creator with the responsibilities and the burden of the consequences

⁷ No obstante, Valdelomar había publicado en 1911 el cuento “El beso de Evans”, que tenía como subtítulo “cuento cinematográfico” y estaba narrado de manera fragmentaria. Las películas tenían entonces el atractivo de lo novedoso y no estaban asociadas con la monotonía de la producción estandarizada.

associated with such a role” (113). Se detiene, finalmente, en el tratamiento de los temas del doble y la inmortalidad. Muy similar es el enfoque de Gabriela Mora en *Clemente Palma: el modernismo en su versión decadente y gótica* (2000). Allí Mora contrasta XYZ con las mencionadas novelas de Villiers de l’Isle-Adam, Wells y Huxley y también la compara con los relatos sobre el cine de Horacio Quiroga. Comenta también de qué manera se trabajan los temas del racismo, la misoginia y las diversas formas de reproducción (de historias, de seres humanos). Es de particular interés su observación de que toda la novela de Palma “pudiera leerse como el *script* de una movida película de aventuras” (171), idea a la que volveré más adelante.

Una segunda línea de lectura de XYZ ha partido de su condición de novela de ciencia ficción para, a partir de allí, analizar su relación con las nociones de progreso, tecnología y modernización capitalista en el Perú de las primeras décadas del siglo XX. Por ejemplo, Christian Elguera remarca en “XYZ: Dilucidaciones sobre estilística y crítica de lo grotesco” (2008) que la novela se encuentra “inmersa en un proceso de continuidad, el de la Ciencia, que expresada (realizada) en la Tecnología ha venido patrocinando el Progreso desde la primera Revolución Industrial” (s/n). Ante este nuevo paradigma, continúa Elguera, las obras de ciencia ficción, como la de Palma, aparecen para proporcionar nuevas comprensiones ante los cambios generados por la tecnología. De otro lado, Patricio Jara Morales en “La exaltación crítica del artificio, en XYZ de Clemente Palma” (2012) ha prestado atención al carácter metafórico de XYZ. Para este crítico, la obra en sí constituye “una metáfora bastante paródica del, por ese entonces, incipiente escenario de Hollywood, entendido como una industria del entretenimiento sostenida por el star-system” (s/n). Por su parte, Valeria de los Ríos ve en XYZ “una novela sobre las posibilidades de los avances tecnológicos en el cine” (224) y, al igual que Mora, remarca el carácter cinematográfico del texto: “La novela incluye todos los ingredientes de una exitosa

película de Hollywood” (225). Finalmente, en *Latin American Writers and the Rise of Hollywood Cinema*, Borge remarca el modo en que la novela representa las cambiantes relaciones entre ciencia y economía: “Palma’s novel thus traces a changing of the guard from scientific agency to instrumentality” (40).

En esta disertación, propongo una aproximación crítica a *XYZ* que vaya más allá de las coordenadas impuestas por su lectura como novela de ciencia ficción. Mi propuesta explora a profundidad el vínculo entre la novela y su contexto histórico, considerándola como un texto que no sólo registra problemáticas relacionadas con los procesos de modernización de su tiempo, sino que aprovecha la popularidad de los códigos cinematográficos para abordar críticamente dichos problemas. En ese sentido, parto de la segunda línea de lectura que acabo de señalar, es decir, una exploración del modo en que se aborda en la novela los temas de progreso, tecnología y modernización capitalista en la sociedad peruana de inicios del siglo XX. A partir de allí, propongo una interpretación de *XYZ* como respuesta de la novela como tecnología narrativa frente a la popularización del cine como tecnología audiovisual en América Latina. El origen de este enfoque está directamente relacionado con una pregunta esencial para esta investigación: ¿por qué a lo largo de los siglos XX y XXI se han publicado en el Perú novelas que tematizan la apropiación de los códigos narrativos de los medios masivos audiovisuales? Pregunta que en el caso específico de *XYZ* apunta a investigar por qué, como señala De los Ríos, hay en esta novela “ingredientes de una exitosa película de Hollywood” (225) o por qué puede leerse, en palabras de Mora, como “el *script* de una movida película de aventuras” (171). Argumentaré en lo que sigue que esta incorporación de códigos cinematográficos (su visualidad, imaginario y esquemas narrativos) busca la conexión de la novela con el consumo masivo en un contexto de popularización del cine en la sociedad peruana durante las primeras décadas del siglo XX.

Además, entiendo esta apropiación de códigos cinematográficos como una afirmación, consciente o inconsciente por parte de su autor, de la capacidad del género novelístico para apropiarse críticamente de los elementos más atractivos del cine de Hollywood y así buscar restablecer esa conexión con el consumo masivo. Y aun cuando este restablecimiento fracasa, ya que *XYZ* nunca alcanzó el éxito comercial de las grandes producciones estadounidenses de su tiempo, lo que permanece es una propuesta estética novedosa en su diálogo con las narrativas mediáticas audiovisuales.

Escrita durante el exilio de Clemente Palma en Chile, *XYZ* está dividida en tres partes: “La ciencia”, “El romance” y “La tragedia”. En ellas, el ingeniero William “Billy” Perkins cuenta la historia de su amigo, el científico estadounidense Rolland Poe, apodado por sus compañeros de la universidad como “Doctor Xyz”, debido su afición por resolver ecuaciones matemáticas. Billy narra los trabajos de su amigo para duplicar estrellas de cine hollywoodenses mediante la aplicación de radiaciones a la albúmina de huevo de gallina. Cuenta que Rolland construyó primero unos envases de vidrio con forma humana e insertó dentro de ellos la albúmina previamente expuesta a la radiación. Dado que el radio tiene la capacidad de convertir a esta albúmina en una materia maleable, Rolland proyectó sobre los envases de vidrio unas películas obsequiadas por sus amigos de Hollywood en las que aparecen famosas actrices de cine. Esta proyección continua de imágenes cinematográficas sobre la materia moldeable es lo que finalmente había permitido la duplicación de aquellas mujeres dentro de los envases. Una vez fuera de estos contenedores de vidrio, las actrices duplicadas conservan la personalidad de las originales, mas no todos sus recuerdos.

Como Rolland es un joven y adinerado hombre de ciencia, realiza estos experimentos en una secreta isla del Pacífico Sur. Y la única persona con la que mantiene comunicación es con su

amigo Billy. Con él, en persona o mediante correspondencia, comparte sus avances y frustraciones luego de conseguir crear los duplicados vivos de las estrellas de cine: Greta Garbo, Joan Crawford, Norma Shearer, Joan Bennett, Jeannette MacDonald y Rodolfo Valentino. A estas creaciones les da el nombre de *andrógenos*.

Este proyecto científico, que tiene como finalidad inicial la producción industrial de lo que hoy llamaríamos *clones*, se ve interrumpido cuando un extrabajador de Rolland en la isla llega a Hollywood y ocasiona que los empresarios de la Metro Goldwyn Mayer (MGM) se enteren de la existencia de unas *dobles* de estrellas de cine. Sin conocer el verdadero origen de estas dobles, el director de la empresa cinematográfica envía una expedición a la isla de Rolland para que sus hombres “rescaten” a estas mujeres. Cuando se consuma el despojo, el joven científico se hunde en la depresión. Además, se enferma como consecuencia de la radioactividad liberada durante sus experimentos. Como acto final, Rolland Poe decide asistir al teatro en San Francisco donde la MGM ha organizado un encuentro entre las actrices originales y sus dobles. Allí, desde un palco, pronuncia un discurso en el que acusa a la empresa cinematográfica de robo para luego, frente a los cientos de espectadores que lo miran con espanto, suicidarse disparándose en el corazón.

Una interpretación superficial de la presencia de elementos cinematográficos en *XYZ* llevaría a considerarla como una simple parodia de las películas de la llamada “Era Dorada de Hollywood”. En efecto, diversos aspectos de la novela invitan a su lectura como texto paródico del estilo narrativo de este tipo de películas. El primer indicador es el subtítulo del libro: “novela grotesca”. Si tenemos en cuenta la proposición de Bajtín de que “el aspecto esencial del grotesco es deformidad” (44), veremos que la novela de Palma corresponde a dicha definición, en cuanto una característica fundamental de su estilo es la mezcla de códigos literarios con códigos

cinematográficos, lo cual produce un efecto de realidad deformada. Como precisa Borge “the looming presence of Hollywood marks the novel with the 'lowly' connotation and melodramatic structure of popular film narrative” (45). Esta combinación de códigos asociados fuertemente en la época con la “alta” y “baja” cultura,⁸ respectivamente, sería fundamental en el efecto grotesco, de deformidad, al que aludiría Palma en el subtítulo de su novela. Se puede apreciar, por cierto, que se trata de una concepción de lo grotesco emparentada no tanto con la tradición literaria, sino con la cinematográfica. Como recuerda Luis Rebaza, si bien la idea del genio que realiza sus experimentos en una isla remota era un tópico literario, es cierto también que en la época de Palma este personaje tenía una fuerte presencia en el imaginario cinematográfico gracias a películas como *La isla de las almas perdidas* (1932). Y que la posibilidad de copiar seres humanos artificialmente, especialmente, mujeres, ya había sido explorada en la película *Metrópolis* (1927) de Fritz Lang (Rebaza 78).

El uso extensivo de estereotipos en *XYZ* contribuye también al efecto paródico. En ese sentido, lo que la novela parodia con mayor notoriedad son las tramas de las películas hollywoodenses de aventuras de la época, como *El ladrón de Bagdad* (1924) o *Mata Hari* (1931), las cuales se estructuran en base a la repetición de determinadas estrategias narrativas y estereotipos. La novela representa a las empresas cinematográficas como industrias que fabrican productos en serie (percepción semejante a la de Valdelomar y su visión de las películas como latas de mortadela). Esta relación entre la producción industrial y el cine sería teorizada años después por Theodor W. Adorno y Max Horkheimer en *Dialectic of Enlightenment* (1944), siendo uno de sus ejemplos precisamente la propia MGM:

⁸ Recuérdese el artículo de Valdelomar, citado al inicio de este capítulo, en el que comparaba a los rollos de películas con latas de mortadela.

That the difference between the models of Chrysler and General Motors is fundamentally illusory is known by any child, who is fascinated by that very difference. The advantages and disadvantages debated by enthusiasts serve only to perpetuate the appearance of competition and choice. It is no different with the offerings of Warner Brothers and Metro Goldwyn Mayer. (97)

De acuerdo con esta lectura, la variedad no siempre es sinónimo de diferencia. En el caso específico de las películas de la MGM, la diversidad de tramas es sólo aparente, ya que en el fondo estas siempre estarían contando la misma historia con diferentes personajes y escenarios. Un ejemplo-modelo de parodia de estas tramas estereotipadas en *XYZ* es la película que el Director de la MGM planea filmar como coartada para acercarse a la isla donde habitan Rolland y sus andrógenas. Así es como aquel imagina la trama:

Se deslizarían en la cinta los amores contrariados de la bella hija de un millonario americano; resuelta, repulsa de la petición de mano; rapto de la doncella, fuga de la amorosa pareja en una velera fragata; ataque de los piratas malayos que es bravamente rechazado; capeo de un terrible ciclón, naufragio en los arrecifes de una isla habitada por salvajes maoríes; vida paradisíaca, cánticos y flores, luchas con los tiburones, tabú, canibalismo y la mar de incidentes despatarrantes [...]. (306)

Como se puede apreciar, la acumulación de diversos estereotipos étnicos –como el pirata malayo, el salvaje maorí, los caníbales–, mezclados con situaciones truculentas, lucen como eslabones de una cadena de reproducciones previas y futuras que buscan asegurar la fidelidad de los espectadores. Se trata, sin duda, de una enumeración grotesca que al presentarse en forma de sumario consigue destacar los elementos “despatarrantes” y potenciar su efecto cómico. Es allí donde se observa la intención satírica de esta parodia de las películas hollywoodenses en cuanto se ridiculiza su preferencia por lo truculento. Se sugiere, además, que existe una distancia significativa entre la artificialidad del cine y la capacidad de la novela para develarla.

Este guion planeado por el Director de la MGM, sin embargo, no se llega a ejecutar. Será el episodio en el que la empresa cinematográfica “rescata” a las andrógenas el que tendrá las mismas cuotas de aventura y truculencia que la historia ideada por el Director. Coincido con Mora en que esta escena es una “parodia de las miles de películas de acción hechas en Hollywood” (172). Y en que también lo es el episodio final en el teatro de San Francisco: “Una verdadera coronación de estereotipos y clichés puestos de moda por el cine” (172).

Estereotípicos son también todos los personajes, ya sean estadounidenses o no. Se habla de piratas malayos y salvajes maoríes, como acabo de señalar, pero también los personajes norteamericanos son estereotípicos, empezando por el protagonista de la novela, Rolland Poe, cuyos atributos, como apunta Mora, corresponden a los clichés que se divulgaban en la época sobre los estadounidenses, especialmente en filmes y revistas sobre cine (161). Así, Rolland es pragmático, alegre, lleno de energía, ambicioso como un típico “yankee”.

Mostrando su capacidad para reconocer como se instrumentalizan estos estereotipos (con fines comerciales), la novela satiriza la efectividad de estas representaciones unidimensionales para seducir a un público socialmente heterogéneo. Es decir, su efectividad para cautivar no sólo a espectadores “comunes”, sino a los más “sofisticados”. Por ejemplo, durante el espectáculo final en el teatro de San Francisco, Lewis Stone, el elegante actor y vocero de la MGM, cuenta de esta manera la historia del “rescate” de las andrógenas:

Recostándose sobre la borda [Lewis Stone] comenzó su peroración en estilo claro, sencillo y elegante, eliminando toda la pirotecnia epatante y fantástica del reportaje. Su narración, aunque en mucho concordaba con la fábula narrada en el diario, en la forma consultaba el respeto que merecía la cultura del público que le escuchaba. (348)

El reportaje mencionado contaba la historia del rescate utilizando los mismos estereotipos que una película de la MGM. En su discurso, Stone moviliza esos mismos estereotipos, pero su retórica se adapta al refinamiento del público que ha acudido al espectáculo. La novela muestra cómo ambos tipos de espectadores, el común y el sofisticado, son seducidos finalmente con la misma historia plagada de clichés, la cual puede ser contada tanto con imágenes cinematográficas como con palabras (escritas o dichas).

La parodia satírica se aprecia no sólo en secciones específicas, sino que es la base estructural de la novela misma. Esto porque *XYZ*, en su conjunto, pretende ser también una película. Para ello, construye lo que denominaré un “efecto de extranjería”, que es un mecanismo narrativo mediante el cual se intenta borrar los referentes peruanos y latinoamericanos de la historia (escenarios, personajes, modos de hablar). De esta manera, se aspira a crear en el lector o lectora la ilusión de estar *viendo* una película de Hollywood, producida a miles de kilómetros del Perú. Por ese motivo, los personajes principales de la historia (Rolland Poe y William Perkins) y los escenarios donde transcurre la mayor parte de la acción (Nueva York, Miami, Los Ángeles) son estadounidenses, y por ello también la narración incorpora numerosas palabras en inglés. Como parte de este efecto de extranjería al servicio de la parodia satírica, los elementos de la trama que no son estadounidenses se corresponden con los estereotipos que acabo de mencionar: la representación de los afrodescendientes como bárbaros (sexualidad descontrolada, antropofagismo), el exotismo de las culturas orientales, etcétera. Además, la división en capítulos hace pensar en los carteles con los que en la época del cine mudo se separaban los episodios

narrativos. Es así que, como producto de la articulación de todos estos elementos, la novela se configura como una “película de palabras”.⁹

La parodia de las películas de Hollywood en *XYZ* no tiene en la sátira su objetivo final. Si bien esta marca una jerarquía en la que la novela se presenta como un producto artísticamente superior, al mismo tiempo abre un espacio de diálogo entre códigos literarios y audiovisuales. En ese sentido, la consolidación de esta dinámica de negociación es precisamente uno de los efectos más interesantes de la parodia en esta novela de Palma. No coincido por ello con Borge cuando afirma que el rol intrascendente de Dick Vargas, el único personaje de *XYZ* con apellido hispano, funciona como una declaración implícita de que las “local literary fantasies are unable to compete with the high-tech magic of Hollywood” (46). Y es que si prestamos atención al aspecto formal de *XYZ* veremos que este expresa más bien lo contrario, es decir, que las “local literary fantasies” sí pueden competir con la tecnología cinematográfica en la medida en que sean capaces de apropiarse creativamente de los códigos narrativos audiovisuales. Cabe recordar en este punto que, como ha señalado Winthrop-Young, la novela como género ha recurrido siempre a su plasticidad formal para desafiar los nuevos modos de narrar, como en el caso concreto de la novela europea del siglo XIX: “Call it realism or naturalism, the nineteenth century novel’s effort to describe more, if not everything, in a far more 'life-like', complex and detailed way than literature had ever done before was an attempt to incorporate, mimic or co-opt the achievements of competing electric media” (124).

⁹ Valeria de los Ríos ha señalado también los elementos hollywoodenses del texto: “La novela [*XYZ*] incluye todos los ingredientes de una exitosa película hollywoodense: grandes estrellas como Valentino, Garbo y Crawford, escenas urbanas de la ciudad de Nueva York, Los Ángeles, y San Francisco. Una exótica isla sudamericana, viajes, romance, experimentos fantásticos, drama, peleas, muerte y por último, un final con una moraleja al estilo Frankenstein: el creador que viola las reglas, morirá” (225).

Esta dinámica competitiva de la novela también se ha manifestado en la literatura latinoamericana del siglo XX. Debra Castillo y Edmundo Paz-Soldán han hecho referencia a ella en sus comentarios sobre la incorporación de códigos de los medios masivos en la novela *Boquitas pintadas* (1969) de Manuel Puig. Estos críticos han señalado que dicha integración tiene como finalidad explorar la renovada influencia de la novela en una época dominada por lo audiovisual (11). Siguen en ello a Joseph Tabbi y Wutz, para quienes la incorporación de códigos mediáticos “in the new mass-mediated universe” apunta a resituar al género novelístico como un medio con una “extraordinary resourcefulness” (20). En efecto, ante la popularización de las narrativas mediáticas, algunos autores han asumido (consciente o inconscientemente) la tarea de demostrar la capacidad del género novelístico para mantenerse vigente ante el avance de tecnologías distintas a la literaria.

XYZ es una de esas novelas. De ahí que sea, además de una parodia satírica de los filmes hollywoodenses de la época, una construcción textual que busca mostrar la superioridad de la novela como tecnología narrativa. Teniendo en cuenta la larga asociación entre escritura y poder en América Latina, se puede afirmar, asimismo, que este esfuerzo por superar a la tecnología narrativa cinematográfica está íntimamente ligado al deseo del letrado latinoamericano por mantener la hegemonía representativa de la escritura. Es por ello que, por otra parte, *XYZ* asume una postura bastante crítica sobre las consecuencias sociales y políticas de la modernización. La novela no sólo quiere contar una historia tan entretenida como una película de Hollywood, y así intentar una conexión con el consumo masivo, sino que busca, al mismo tiempo, demostrar su superioridad en cuanto instrumento de representación crítica de la realidad. Como detallaré a continuación, *XYZ* problematiza aspectos fundamentales de la implantación de la modernidad no sólo en el Perú, sino en América Latina.

La década de 1920 significó para el Perú un periodo de intensa modernización. Esto ocurrió durante el segundo gobierno de Augusto B. Leguía (1919-1930), comúnmente conocido como “El Oncenio”. El proyecto de este mandatario apuntó a la conformación de lo que él mismo denominó la “Patria Nueva”. La realización de este proyecto significaría la transformación del Perú en un país moderno, ya que formaba parte de su doctrina la “realización milagrosa del progreso material demostrado por las carreteras, urbanizaciones, pavimentación, etc. Exaltación de lo práctico frente a lo vago, lo difuso y lo funesto de 'los doctores' y de 'los teóricos’” (Basadre 186). Para llevar a cabo este plan, el gobierno de Leguía gestionó numerosos préstamos a entidades europeas y, principalmente, estadounidenses. De esta manera, el capital (principalmente financiero) proveniente de los Estados Unidos consiguió una participación mayoritaria en la economía peruana. La predilección de Leguía por reforzar los vínculos comerciales con la potencia del norte tuvo que ver con la imagen de modernidad que esta representaba para él. Allí en Estados Unidos, cultural y económicamente, estaba el modelo para su Patria Nueva. De este modo, la apertura de la economía peruana al capital estadounidense contó con el decidido apoyo del gobierno.

La estrecha relación entre el cine de Hollywood y el proyecto modernizador de Leguía ha sido señalada por el crítico e historiador del cine peruano Ricardo Bedoya: “La fuerza y el impulso de la inversión norteamericana en el comercio cinematográfico era para el Jefe del Estado un modelo que debía reproducirse en todos y cada uno de los campos de la vida económica del país” (48). Esto generó un contexto favorable para la expansión del cine de Hollywood en el Perú. Así, a lo largo del Oncenio se instalan en Lima sucursales de los grandes estudios cinematográficos como Universal Pictures (1922), Fox Film (1926), Paramount Films (1927). Estas empresas consiguen atraer rápidamente la atención de los espectadores de la

capital. Además de una nueva forma de entretenimiento, el público limeño asoció inmediatamente a este tipo de películas con la modernidad deseada para el país. Como apunta Bedoya, los limeños tuvieron una percepción del cine como “encarnación de la modernidad, novedad y la pujanza burguesas, que, proveniente del soñado París, mostraba los Campos Elíseos, el Arco del Triunfo, la Torre Eiffel [...]” (26). No es de extrañar entonces la carta que el presidente Leguía dirige al gerente de la Paramount en 1928, a propósito de la exhibición de la película *Beau Geste* (1926) en Lima. El Presidente le comenta al funcionario norteamericano que dicho filme era un “prodigio de belleza y que deseaba el mayor progreso de las actividades de la compañía en el país” (citado por Bedoya 48). Esta comunicación directa del Presidente con un representante de la industria cinematográfica muestra con claridad la importancia simbólica que tuvo el cine estadounidense en el proyecto de la Patria Nueva.

Durante el primer gobierno de Leguía, Clemente Palma había sido muy crítico con las políticas del mandatario. Sin embargo, Palma cambió de actitud durante el Oncenio, esto debido a las acciones modernizadoras que habían transformado la capital. Por ello, después de la caída de Leguía como producto de un golpe de Estado, Palma expresó en más de una oportunidad sus opiniones favorables hacia el gobernante derrocado, especialmente en el libro de artículos *Había una vez un hombre* (1935), publicado el mismo año que *XYZ*. Allí, Palma deja sentado su cambio de actitud hacia Leguía: “Yo, que combatí acremente al mandatario en su anterior etapa gubernativa de acción incolora y vacilante, fuí diez años después su amigo y colaborador modesto, dentro de mis actividades de periodista y parlamentarias” (10). En ese mismo libro, se puede apreciar con claridad que para Palma el segundo gobierno de Leguía representó un modelo de modernidad: “[Leguía] llevó el progreso a los rincones más apartados, hizo de la soñolienta y desaseada capital de la república una ciudad digna de figurar entre las más bellas, limpias y

fastuosas del continente... transformó totalmente la vida engendrando en el alma de las gentes la confianza en el esfuerzo y la fe en el progreso” (14). Se observa entonces que Palma era muy favorable a los postulados de la Patria Nueva. Como mostraré a continuación, la manera en que en *XYZ* se imagina lo moderno coincide notablemente con dicho proyecto.

Diversos elementos en la novela invitan a su lectura como alegoría de los principios y contradicciones del proyecto de la Patria Nueva. Tanto así que es posible considerar a Rolland Poe, el protagonista de esta novela, como una proyección ficcional del presidente Leguía, especialmente si se tiene en cuenta que, en ambos casos, se trata de figuras que encarnan utopías de progreso.¹⁰ Proyectos que colapsan y conducen a sus creadores a finales desafortunados: el suicidio, en el caso de Rolland; y la muerte tras padecer en la cárcel, en el de Leguía.

Naturalmente, una interpretación de este tipo debe evitar la búsqueda de correspondencias totales entre el personaje ficticio de Rolland Poe y el personaje histórico de Augusto B. Leguía. Se trata, simplemente, de analizar cómo, en el caso de Palma, la experiencia biográfica de haber colaborado con un régimen modernizador se rearticula en una ficción sobre la experiencia de la modernidad.

Tanto en *XYZ* como en el proyecto de Leguía, el cine se presenta también como símbolo de la modernidad, con todas las resonancias políticas que ello implica. Como apunta Borge: “Hollywood, whose association with the U.S. was as intractable as its link to mass culture, therefore could not easily be represented by Latin American writers as innocent—or even independent—of the industry's national origins” (2). En efecto, la representación de Hollywood en

¹⁰ Apunta Jorge Basadre que “Para ser el agente de la penetración capitalista en grande escala, el señor Leguía tenía una serie de condiciones. [...] La psicología del señor Leguía es la de un moderno hombre de negocios. Es pues, una psicología más ágil, más activa, con más seducción y más inescrupulosidad y menos prudencia” (182).

XYZ está ligada a una concepción específica del funcionamiento del sistema capitalista estadounidense. Palma manifiesta en el prólogo su desinterés en dar una representación fiel de un mundo que desconoce: “Precisamente por no conocer nada de ese mundo sino por volanderas lecturas mentirosas es que me seduce la idea de imaginármelo [Hollywood]” (125). No obstante, el texto abunda en detalles que quieren consolidar una imagen verosímil de los Estados Unidos, de acuerdo con las percepciones que en esa época se tenían sobre este país en América Latina. En cuanto a los personajes, por ejemplo, se puede apreciar que aunque dialoguen todo el tiempo en español, ocasionalmente pronuncian también palabras o expresiones en inglés. Además, el comportamiento de aquellos se corresponde con el estereotipo del hombre de negocios yanqui, es decir, alguien que ve el mundo como un mercado en el que todo se puede comprar y vender. “La clave de todo *business* es una palabra mágica universal, y especialmente entre ciudadanos americanos, y es esta: – ¿Cuánto?” (323). Los personajes, por otra parte, hacen comentarios sobre política estadounidense, especialmente sobre la “Ley Seca” o prohibición de la venta de alcohol en los Estados Unidos. Además, Rolland es representado con simpatía: rico, joven e inteligente. Es un hombre de ciencia con grandes ambiciones, entre ellas, la producción industrial de seres humanos.

Además, en *XYZ* se recrea una imagen de los Estados Unidos en la que el funcionamiento del capitalismo es la causa directa de la riqueza y del progreso del país. Un mundo también en el que quienes cuentan con mucho dinero pueden quebrar las leyes y arrebatar con impunidad la propiedad de aquellos con menos recursos. Así, el hecho de que Rolland no acuda al sistema de justicia para reclamar por el robo de sus andrógenas sugiere que este acepta que los atropellos de las grandes empresas son parte de las reglas implícitas del sistema.

Con todos estos elementos, se dibuja en *XYZ* una imagen utópica de la modernidad cuyo mejor símbolo son los Estados Unidos. No obstante, la novela alegoriza los desajustes generados por la aplicación de los procesos modernizadores en un país colonial como el Perú. *XYZ* dramatiza el modo en que el proyecto estadounidense de modernidad entra en tensión con rezagos coloniales que entorpecen su materialización en este tipo de sociedades.

En primer lugar, el texto revela que la relación entre Rolland y las personas que están a su servicio es una relación semifeudal y no capitalista. Y es que, aun cuando estos trabajadores reciben un salario, su interacción social se asemeja notoriamente a la relación amo-siervo. Pensando esta dinámica en el contexto del Perú de las primeras décadas del siglo XX, se puede afirmar que Rolland, aunque parezca un norteamericano común y corriente, es representado aquí como un gamonal de la sierra peruana. En ese sentido, él se percibe como ontológicamente superior a los afrodescendientes que trabajan para él, y por ello entiende su rol como el de civilizador o domesticador de estos seres humanos que, según su visión, están dominados por el instinto. Esta persistencia de relaciones semifeudales, fuertemente determinadas por un racismo de origen colonial y promovidas por élites con una voluntad modernizadora, se pudo apreciar también durante el Oncenio de Leguía. La llamada Ley de Conscripción Vial, promulgada en 1920, es una buena muestra de la paradoja de querer construir lo moderno sin renunciar a lo premoderno. Esta ley establecía que los enrolados en el servicio militar peruano debían trabajar obligatoriamente en la construcción de carreteras. Se trataba aparentemente de una acción modernizadora, pues las carreteras facilitarían la conexión del país. Sin embargo, quienes podían pagar cierta cantidad de dinero se eximían de este trabajo, siendo finalmente los ciudadanos con menores recursos económicos, indígenas en su mayoría, quienes realizaron esta labor.

De otro lado, hay un detalle en la novela que alude sutilmente a las exclusiones del proyecto moderno. Así, el laboratorio donde Rolland Poe lleva a cabo sus experimentos está construido en una isla ahora desierta, pero que antes estuvo habitada por otra cultura. El capitán del yate le cuenta al amigo de Rolland que “esa isla debió ser habitada en tiempos remotos por gente civilizada, pues, en la extremidad rocosa oriental, había vestigios de casas de barro y piedra y había encontrado tibias, costillas y cráneos humanos de índice cefálico distinto al malayo” (168). Difícil no asociar esos “vestigios” con los restos arqueológicos de las culturas prehispánicas peruanas, los cuales formaron parte también del proyecto de la Patria Nueva de Leguía, no como representación de una cultura viva, sino de una cultura desaparecida sobre la cual se construye la nación moderna. Tanto en el proyecto de Leguía como en el pasaje citado, es la ausencia de una cultura remota, pero presente como ruina, la que permite el desarrollo de lo moderno. Y es que si bien Leguía abundó en gestos de revaloración e integración de lo indígena a la cultura oficial, estos fueron meros gestos retóricos, pues prácticas como la antes mencionada Ley de Conscripción Vial contradecían ese discurso inclusivo. En verdad, la cultura indígena era como esos vestigios en la isla de Rolland. El país nuevo se quería construir encima de lo que no dejaba de reconocerse como una cultura, pero del pasado, muerta. Era ahora el Estado modernizador el que estaba a cargo del territorio y podía venderlo al mejor postor. Naturalmente, la consideración del indio como vestigio no podía conducir a una verdadera modernización del país, ya que para esto se precisaba de la inclusión de la numerosa mano de obra de la población indígena.

Otro rezago premoderno que es expuesto en la novela es la persistencia de una visión mítico-religiosa que ve en la ciencia un elemento peligroso. Rolland, antes de suicidarse, dice haber arrancado a Dios el secreto de la creación humana y dirigirse ahora a los “infiernos”.

Resulta significativa la relación de esta imagen con el mito de Prometeo, personaje mitológico que fue castigado por robar el fuego de los dioses y entregarlo a los hombres. Rolland menciona directamente a este personaje: “Me sustituí a Dios para fabricar la vida, y, como Prometeo, el místico ladrón del fuego divino [,] me ha entregado [el radium], en castigo, a la voracidad de un buitre que me roe las entrañas” (365). El científico, que se refiere aquí al cáncer que le han diagnosticado por la continua manipulación del radio en sus experimentos, quiere remarcar que todo intento humano de superar a la divinidad está condenado al fracaso. Esta es una visión tradicional en contraste con las ideas modernas que excluyen cualquier concepción religiosa de la existencia por considerarla un factor de atraso en la ruta al progreso. Considero oportuno recordar que esta tensión entre religión y progreso se hizo patente en una sonada polémica suscitada durante el Oncenio de Leguía. Así, en 1923, como parte de su plan reeleccionista, el Presidente quiso consagrar el Perú al Sagrado Corazón de Jesús. De esta manera, el mandatario buscaba ganarse el favor electoral de una población mayoritariamente católica. Sin embargo, un grupo de cinco mil estudiantes dejaron oír su voz de protesta en la prensa y en las calles ante lo que consideraban una expresión de la anacrónica unión entre Estado y religión. Así, en un panfleto de la Universidad Popular González Prada (una de las organizaciones estudiantiles en protesta) se lee: “América y el mundo, contemplarán con estupor esta entrega pública y sin reservas que la conciencia de un pueblo hace –en pleno siglo XX– a la devoción rendida de una efigie”.¹¹ ¿Cómo un proyecto como el de la Patria Nueva, que aspiraba a la constitución de un país moderno, podía confiar su continuidad a la consolidación de sus vínculos con la religión católica? En la novela de Palma hay resonancias de este conflicto entre la persistencia de una

¹¹ Tomado de la versión facsimilar reproducida en <http://grancomboclub.com/2010/05/23-de-mayo-jornada-por-la-libertad-de-conciencia-en-el-peru.html>

cosmovisión mítico-religiosa y una moderna-racional. Teniendo en cuenta el final trágico de Rolland Poe, puedo afirmar que la novela toma posición por la cosmovisión mítico-religiosa, ya que en el texto se “castiga” a quien pretende “sustituir a Dios”. Resulta importante señalar que, paradójicamente, es el personaje de Rolland, es decir, el hombre de ciencia, quien encarna esta cosmovisión.

Estos desajustes de la modernización capitalista estadounidense en una sociedad postcolonial, que se aprecian en *XYZ* y que he relacionado con aquellas del proyecto de la Patria Nueva, no sólo tienen que ver con las tensiones entre los rezagos del colonialismo y los procesos de modernización, sino con las ansiedades que estos generan. Así, si bien la novela configura una imagen ideal de la modernidad en los Estados Unidos, al mismo tiempo es un texto que exhibe las ansiedades de los individuos frente a los virtuales peligros que dicha modernización acarrea. Como señala Marshall Berman en *Todo lo sólido se desvanece en el aire* (1982), la experiencia de la modernidad tiene un doble efecto, ya que implica encontrarse “en un entorno que nos promete aventuras, poder, alegría, crecimiento, transformación de nosotros y del mundo y que, al mismo tiempo, amenaza con destruir todo lo que tenemos, todo lo que sabemos, todo lo que somos” (1). Este sentimiento contradictorio está encarnado en los personajes de *XYZ*. Es, además, una problemática que la novela explora a profundidad mostrando así su versatilidad como tecnología narrativa.

XYZ tematiza diversas ansiedades relacionadas con los peligros del avance científico. En la enfermedad degenerativa que conduce a Rolland a la muerte están alegorizadas las consecuencias negativas de los descubrimientos científicos modernos. La manipulación del radium, elemento químico que Rolland considera inicialmente como “[...] la síntesis de todas las energías de la naturaleza y del cosmos [...]” en cuyas radiaciones “[...] está quizá el secreto de

todas las fuerzas que imperan en el universo” (144), es lo que finalmente lo conduce a la autodestrucción. Así, el final trágico de Rolland alegoriza la fascinación y el temor del individuo moderno frente a los caminos inesperados a los que puede conducirle la ciencia, siendo el más trágico la autodestrucción del ser humano. La enfermedad y posterior suicidio de Rolland advierten, entonces, sobre un grave peligro: el de la desaparición de la humanidad como resultado de la pérdida de control sobre los avances científicos.

Jean Baudrillard ha estudiado con detalle la relación entre ciencia, producción industrial y enfermedad. En *La ilusión vital* (2000), por ejemplo, se refiere a la línea de continuidad que existe entre la “metástasis” de la producción industrial de objetos y la metástasis en los organismos humanos. Ambos procesos funcionan como agentes de desequilibrio y destrucción: “It is useless to ask oneself if cancer is an illness of the capitalist age. It is in effect the illness that controls all contemporary pathology, because it is the very form of the virulence of the code: an exacerbated redundancy of the same signals, an exacerbated redundancy of the same cells”

(6). Adorno y Horkheimer, por su parte, hacen también un diagnóstico de la cultura contemporánea en el que también relacionan la reproducción industrial con la enfermedad: “Culture today is infecting everything with sameness. Film, radio, and magazines form a system. Each branch of culture is unanimous within itself and all are unanimous together” (94). Como se puede apreciar, el término que estos pensadores asocian con la producción de lo mismo, con “sameness”, es el de “infección”.

De otro lado, *XYZ* presenta con detalle la preocupación del hombre moderno con respecto a que a la producción de mercancías siga la producción de seres humanos a escala industrial. La novela expresa una notoria ansiedad ante las posibles consecuencias de tal práctica, como la pérdida de la identidad individual a la que esta reproducción artificial de seres humanos puede

conducir. En ese sentido, XYZ parte de una intuición que será teorizada años después por Baudrillard, según la cual la clonación, además de un procedimiento científico, es también una metáfora de ciertos procesos sociales.

Baudrillard propone la existencia de una “clonación mental”, es decir, de una serie de mecanismos mediante los cuales los grupos de poder económico buscan que ciertas ideas y comportamientos estandarizados –que favorecen el consumo– se repliquen a gran escala entre los miembros de una sociedad. Diversos sistemas que tienen el poder de influir directamente en las masas contribuirían a esa uniformización del pensamiento o clonación mental: “A través de los sistemas educativos, los medios de comunicación, la cultura y la información de masas, los seres singulares pasan a ser copias idénticas de los otros” (21). Las posibilidades de éxito de esta “clonación” serían bastante altas ya que el funcionamiento coordinado de todos esos sistemas crea un contexto cultural que logra neutralizar cualquier pensamiento divergente, formándose de esa manera lo que Baudrillard denomina “el pensamiento único” (20). De modo que la clonación cultural tendría como objetivo final la reproducción masiva de un mismo patrón de pensamiento al servicio de los intereses del gran capital.

Este análisis de Baudrillard debe ser tomado con bastante cuidado. Su concepto de clonación cultural sigue una línea de pensamiento fundada en un modelo verticalista de transmisión ideológica. Esto quiere decir que en sus interpretaciones acerca de la relación entre el poder y la sociedad otorga a los medios masivos de comunicación (audiovisuales o impresos) no sólo el rol de mediadores entre ambas partes, sino de influenciadores efectivos. Con ello se asume que los mensajes codificados por estos medios masivos –al servicio de los grandes intereses económicos– son siempre decodificados por los destinatarios de manera unívoca.

Naturalmente, esta interpretación no considera los complejos procesos semióticos mediante los cuales los consumidores de productos mediáticos negocian el sentido de lo representado.¹²

Sin embargo, las interpretaciones de Baudrillard, que como he señalado se asemejan a las que subyacen en XYZ, son útiles para entender otros aspectos. Este es el caso del vínculo que descubre entre clonación biológica y clonación cultural. Señala el filósofo francés que no es sólo la reproducción artificial de seres vivos la que cuestiona decisivamente el concepto moderno de humanidad, sino también la reproducción cultural de un mismo patrón de pensamiento, la cual ha funcionado desde mucho antes que la clonación científica: “Es la cultura la que nos clona y la clonación mental anticipa cualquier clonación biológica” (21). Dicha anticipación es posible porque la clonación representa el paso de un fenómeno cultural al campo científico: “Es esta clase de clonación (clonación social, la reproducción industrial de cosas y personas) lo que hace posible la concepción biológica del genoma y de la clonación genética, que sólo sanciona la clonación de la conducta humana y de la cognición humana” (21-22). Entonces, según esta interpretación, la ciencia sólo ha materializado lo que era un modelo abstracto. Por ello, la ansiedad ante la reproducción industrial de seres humanos en XYZ, no tiene que ver tanto con el procedimiento científico en sí, sino con las posibles consecuencias de producir entidades idénticas, sean cuales sean los mecanismos (científicos, culturales) utilizados para ello. Es precisamente esta profunda amenaza a la identidad individual la que está dramatizada en XYZ, anticipando en 1934 diversas problemáticas que alcanzarían plena materialización a finales del

¹² Stuart Hall, por ejemplo, ha estudiado las peculiaridades de los procesos decodificatorios en relación a los mensajes televisivos en su famoso ensayo “Encoding Decoding” (1973). Mientras que Jesús Martín Barbero en *De los medios a las mediaciones* (1987) analiza las dinámicas de apropiación que las clases populares hacen de los mensajes mediáticos. De esa manera, ambos pensadores cuestionan la idea del consumidor de productos audiovisuales como espectador absolutamente pasivo y fácilmente influenciable.

siglo XX. De ahí su relevancia en discusiones contemporáneas acerca del impacto de la tecnología en la construcción de la identidad individual.

Podemos apreciar en diversos episodios de *XYZ* esta ansiedad ante el riesgo de perder la identidad individual. Tanto Rolland como su amigo William expresan su preocupación ante la posibilidad de que, al existir copias vivas de ellos mismos, no se pueda distinguir quiénes son los *originales* y cuáles son las *copias*. Dice William, luego de ver a los homúnculos (los primeros clones creados por su amigo):

Me imaginaba, por ejemplo, que Rolland hiciera tres o cuatro ejemplares de mi persona y me situara entre ellos... ¿Qué podríamos discurrir? ¿Qué divergencia de conceptos podría producirse entre el pensamiento de mi yo y el de mis dobles? ¿La consciencia se subdividiría entre los cuatro individuos iguales que seríamos o se ubicaría solamente en uno? Qué dudas tan angustiosas surgirían en mí respecto a cuál de los sujetos era el continente del yo y del cual los otros serían como los reflejos de imágenes de una persona colocada entre cuatro espejos. (152)

En este fragmento se observa que la preocupación con respecto a la pérdida de la individualidad no tiene que ver tanto con la estandarización de lo material, es decir, de los cuerpos, como con la posibilidad de la estandarización del pensamiento. Para William, la preocupación principal es si habrá divergencia o identidad de pensamiento entre él y su clon y entre los clones mismos. En todo caso, la posibilidad de que desaparezcan las diferencias físicas se percibe como peligrosa en la medida en que esto puede acarrear la disolución de las diferencias de pensamiento. Las reflexiones de Baudrillard antes comentadas tienen que ver directamente con esta preocupación por la pérdida de la individualidad de pensamiento.

La clonación cultural, llevada a cabo en la novela por el cine de Hollywood, la prensa y la publicidad, tiene que ver con la uniformización de los gustos y las conductas. Y es que así como Rolland es el representante de la ciencia que realiza la clonación biológica, la industria

cinematográfica hollywoodense representa en la novela la maquinaria de la clonación cultural. Dicha industria está representada aquí por la Metro-Goldwyn-Mayer, compañía estadounidense de producción y distribución de películas fundada en Los Ángeles, California, en 1924.

La Metro, en su misma estructura corporativa, puede ser leída como símbolo de un conjunto social sin individuos. Por ejemplo, en la novela nunca se menciona el nombre de su director, que es un personaje importante de la historia. En ese sentido, el Director es uno de los primeros “clones culturales” que se pueden identificar en *XYZ* porque sus pensamientos y acciones no le pertenecen a él como individuo, sino que son réplicas de los pensamientos y acciones exigidos a quien ocupe su puesto. No se le asigna un nombre a este personaje porque este funciona en el texto como representante de una manera de ser y de actuar: la del hombre de negocios estadounidense. En ese sentido, su función principal es la de ganar dinero, maximizar beneficios, repeler amenazas de posibles competidores (así considera el Director a Rolland). Su nombre y su individualidad no interesan, lo importante es que replique las acciones que el sistema demanda de él.

Asimismo, la pérdida de la individualidad de los actores y actrices de las películas producidas por la MGM también es problematizada en *XYZ*. La novela representa el modo en que aquellos se someten a las exigencias de la industria cinematográfica, la cual, a través de la dinámica de oferta y demanda modela no sólo su imagen y comportamiento, sino que además otorga sentido a sus vidas. Es así como se pueden interpretar las palabras que dirige la clon de la actriz Joan Crawford a Rolland, luego de que este le revelara a ella y las demás andróginas el hecho de que se encuentran en una isla muy alejada de Hollywood: “Porque, si lo hay [un manicomio], entre las cuatro le vamos a maniatar y a conducirle a él, porque solo estando mal ese cerebro es que ha podido usted afirmar que no hemos estado en Hollywood... Pero, hombre

de Dios, ¿no sabe usted que sin Hollywood no tiene razón de ser nuestra existencia?” (229). De ahí también que, en situaciones confusas, sea difícil para las andróginas distinguir si están dentro de una película o no. Por ejemplo, esto es lo que dice la clon de Greta Garbo a Rolland poco después de haber sido creada: “[...] le agradezco la hospitalidad que me ofrece, y esperaré, dominando mi curiosidad, la explicación del libreto de esta película bastante rara” (186). Lo interesante aquí es que quien habla es un “clon científico” de un ser humano que es a su vez un “clon cultural”. Mediante la alusión a Hollywood como entidad que otorga sentido a la existencia, la novela de Palma pone en evidencia la alienación del artista en la industria cinematográfica.

La actriz “original” y su “copia” son, entonces, dos seres despojados de aura. La andrógena la pierde por ser producto de un proceso de reproducción mecánica (debe su existencia a un procedimiento científico). Mientras que la actriz “original” pierde su aura en el momento de la actuación ya que, como apunta Walter Benjamin, se debe tener en cuenta que los actores y actrices de cine realizan su performance ante una máquina, y no ante un público presente: “What distinguishes the shot in the film studio, however, is that the camera is substituted for the audience. As a result, the aura surrounding the actor is dispelled-and, with it, the aura of the figure he portrays” (31).

XYZ dramatiza también el rol de la publicidad como instrumento al servicio de la clonación cultural. Los avisos comerciales tienen como objetivo el influir en el gusto y las conductas de las masas de una manera más directa que la prensa. Así, la publicidad en las sociedades modernizadas “clona” en la medida en que establece y difunde estereotipos de belleza y comportamiento que, por lo seductor de su presentación, influyen para que un público masivo desee acercarse lo más posible a dichos referentes. En la novela, el actor Lewis Stone explica

este poder clonador de la publicidad. En un discurso público afirma que a él no le sorprende que se hayan encontrado no una sino varias réplicas de actrices hollywoodenses porque

Tratándose de las estrellas de Cine la facilidad para encontrar socias [clones] es mayor, porque el aura que rodea a estas por la publicidad enorme de sus figuras, la profusión de los retratos circulantes en el mundo y *la reclame que se hace de su belleza*, elegancia y simpatía son tales que cualquiera mujer, que tenga efectivos rasgos de semejanza con una estrella, se siente inclinada a *intensificar este parecido físico artificialmente*, y sucede que a veces, hasta inconscientemente imita peinados, *sonrisas*, movimientos e indumentaria por un impulso íntimo de coquetería que la hace creer que se supera con esas imitaciones. El Cine ha creado un tipo especial de mujer a tal punto de que sin referirse a tal o cual artista determinada, calificamos, a una muchacha que encontramos por la calle entre otras muchas como el tipo de Cine”. (313-314, énfasis mío)

Entonces, estas mujeres “tipo” que, persuadidas por la publicidad, han intensificado su parecido con las estrellas de cine, se han convertido también en clones culturales. Y es que las estrategias publicitarias han influido tan efectivamente sobre sus cuerpos y su manera de expresar emociones, que estas mujeres no sólo imitan algo superficial como los peinados o la vestimenta de las estrellas de cine, sino también sus sonrisas, las cuales dejan de ser expresiones espontáneas para convertirse en gestos vacíos.

Como parte de su evaluación crítica, XYZ alegoriza las ansiedades del artista latinoamericano frente al avance de la modernización capitalista. El personaje de Rolland Poe, aunque presentado como científico, posee ciertas características que lo emparentan con los artistas latinoamericanos de inicios del siglo XX. Esto tiene que ver con el hecho de que en XYZ ciencia y arte no son campos excluyentes. Así, en el prólogo, Clemente Palma se refiere al cine y a la radio como “esparcimientos que la ciencia metida a artista ha inventado” (123). Es decir, entiende la ciencia como una práctica creativa y no como un saber consolidado. Por otra parte,

Rolland afirma en la novela que es pariente lejano del “maravilloso poeta” Edgar Allan Poe (215), vínculo que alegoriza precisamente esta proximidad entre ciencia y arte.

La relación de Rolland con las prácticas científicas de su tiempo es bastante significativa. Para él “la moderna orientación fragmentaria del pensamiento científico excluye cada vez más las luminosas intuiciones de la imaginación [...]” (215). El problema con la ciencia moderna, continúa, es que al hacer un análisis superespecializado de la realidad ha perdido la capacidad de síntesis que antiguamente ofrecían otras formas de conocimiento. Estas son claramente nombradas: “La poesía y el mito no tenían los ojos de hormiga de la ciencia en la apreciación de detalle de la vida y del universo: los veían en su sintética expresión y en su *abrumadora grandeza*, y forjaban las explicaciones del conjunto hasta tropezar con la infranqueable valla del origen y del fin de las cosas” (216, cursiva en el original). En esta concepción, poesía y ciencia están estrechamente vinculadas, ya que ambas apuntan a descubrir la esencia última de la realidad. Rolland se muestra a favor de este retorno a una orientación metafísica de la ciencia y ve en Albert Einstein un notable representante de esta tendencia (216). Rolland mismo entiende sus experimentos de clonación como expresión de dicho retorno de la ciencia a la metafísica.

Es principalmente la representación de Rolland como “nigromante” la que permite una lectura de él como una alegoría del artista latinoamericano. El término aparece en una escena en la que Billy describe el espacio de trabajo de su amigo Rolland en Miami: “Por una puerta disimulada en la pared se bajaba por una escalera de ocho o diez pisos al antro del nigromante, una vasta sala de unos cincuenta metros cuadrados [...]” (156). Lo que hace Rolland en la novela, como los nigromantes, es establecer un diálogo con seres que no pertenecen a la realidad. Para ello invierte el proceso cinematográfico. Es decir, si la tecnología del cine consiste en llevar a los seres humanos de la realidad tangible a la pantalla, Rolland los saca de esa pantalla para

regresarlos a la realidad. Su capacidad de nigromante, de brujo, lo emparenta entonces con el creador artístico. Nigromante y creador guardan una gran semejanza. Así, frente al complejo instrumental con que realiza sus experimentos, Rolland dice a su amigo Billy: “—Aquí tienes los nuevos úteros en los que fríamente, sin los espasmos del amor, sin las complicadas evoluciones de una fisiología historiada y larga, se engendran los nuevos seres humanos que la ciencia ha inventado” (157). Nótese el énfasis al señalar lo novedoso de la técnica: nuevos úteros, nuevos seres humanos, invención. Esta capacidad para materializar lo nuevo convierte a Rolland en la reencarnación científica del creador Edgar Allan Poe. La verdadera ciencia es arte y el verdadero arte es ciencia. Al respecto, resulta significativo el pasaje en el que Rolland revela a Billy hasta dónde piensa llevar sus experimentos de clonación:

Te darás cuenta del amplísimo horizonte que se me abriría no solo para la generación celular del tipo *standard* de hombre sino de animales nuevos, de monstruos ambiguos, de seres mitológicos tales como sirenas, los faunos, los centauros etc... ¿Comprendes toda la maravilla de esta nueva creación de vida al margen de la obra vieja del buen Dios?... .
(150, cursiva en el original)

¿No se asemeja este proyecto científico al del escritor que también quiere poblar las páginas de su obra con seres asombrosos? Más aún, de acuerdo al texto, ¿no es acaso el deseo de materializar en la realidad lo que los escritores sólo materializan en la página, lo que convierte al científico en el artista supremo?

Finalmente, es posible también una lectura de la isla de Rolland como una alegoría de la “torre de marfil” o del “reino interior” del escritor modernista latinoamericano. Es decir, la isla como lugar de reclusión para el desarrollo de las virtudes espirituales y el arte desinteresado. De los Ríos plantea algo semejante cuando observa que: “Esta isla [la de Rolland Poe] es una especie de Utopía, un no-lugar donde la imaginación se libera de todos los obstáculos y donde

todas las leyes humanas quedan suspendidas” (220). Es inevitable asociar al científico que se recluye en un lugar aislado para ir en búsqueda de la esencia del mundo con el artista para quien el alejamiento de la sociedad es condición necesaria para su exploración estética y espiritual.

Señalado esto, cabe ahora analizar en detalle cómo está representada la relación entre el artista y el mercado en *XYZ*. En primer lugar, es evidente que Rolland cuenta con los recursos materiales necesarios para llevar a cabo sus experimentos con total libertad, ya que no sólo ha heredado una fortuna familiar, sino que ha logrado incrementarla. Es decir, es un individuo que cuenta con una gran independencia con respecto al mercado, ya que no necesita ponerse al servicio de otros intereses ajenos a los suyos. De ahí que pueda, literalmente, aislarse de la sociedad. Él es, entonces, autosuficiente. De otro lado, la acumulación de dinero es solamente un medio para desarrollar su trabajo científico. Tal y como aparece en el texto, la gran aspiración de Rolland es alcanzar el máximo poder divino, es decir, el de la creación: “Me sustituí a Dios para fabricar la vida” (365). Los beneficios económicos derivados de sus inventos le interesan poco o nada. Lo cual tiene que ver, además, con los sentimientos que Rolland va desarrollando hacia sus creaciones. Así, es evidente que él considera a sus andrógenas como sujetos dignos de afecto, y no como mercancías que pueden reportarle una ganancia. Es precisamente este elemento afectivo el que lo pone en conflicto con la industria cinematográfica, representada por la MGM.

Se puede objetar que Rolland no ocupa una posición antagónica con el mercado, sino que encarna a la perfección al inescrupuloso empresario capitalista que sabe sacar provecho de los espacios extralegales generados por el sistema capitalista. En distintos pasajes de la novela se puede apreciar que Rolland no duda en usar su dinero para poner las leyes a su favor. Esto se ve claramente cuando le refiere a Billy el modo en que se ha apropiado de la isla en la que realizará sus experimentos. Aunque primero afirma que la ha alquilado, líneas más adelante señala que:

“Casi puedo decirte que la isla es ya mía por diez años. Me cuesta un canon de cincuenta mil dólares por año, de los cuales solo la mitad percibirá el estado; lo demás es coima” (160).

En otro momento, como parte de los preparativos para instalarse en la isla, Rolland le pide a Billy que consiga “personal de obreros” (159). Y es en Panamá donde este procede a “contratar una veintena de negros albañiles” (168). Sin embargo, como señalé anteriormente, la relación de Rolland con sus asalariados es presentada más bien como una relación amo-esclavo, en la que el científico se refiere a los obreros como “mis negros” (225) y los considera poseedores de una “sensualidad irrefrenable” (226) e incluso “antropófagos” (227). Es por ello que siente que debe proteger a las actrices que ha clonado del peligro que constituyen estos obreros. Al mismo tiempo, cuando la expedición de la MGM invade la isla, aquellos son utilizados como fuerza de ataque y defensa. Para Rolland, entonces, los obreros son como animales salvajes a los que hay que domar, pero cuya ferocidad también puede ser usada favorablemente. “Yo civilicé a mis nuevos servidores, enseñándoles las artes domésticas de la vida de los blancos y para afirmar la superioridad de la civilización, les enseñé a beber whisky y ron” (227). En la lectura que hice de Rolland como versión ficticia del presidente peruano Augusto B. Leguía, estos pasajes me llevaron a concluir que Rolland encarnaba la contradicción del capitalista nacional que, para modernizar su país, se servía de prácticas heredadas del colonialismo español.

Sin embargo, dejando de lado la lectura de Rolland como “peruano”, y pensándolo más bien como “estadounidense” se puede notar que su relación con el mercado no es antagónica. Borge, por ejemplo, considera que este personaje y la MGM representan “two sides of the same North American coin”. Por un lado está Rolland, “a throwback to the nineteenth century image of the brilliant applied scientist, sufficiently aristocratic or bohemian to be immune to the

bourgeois temptations of the market”. Y, del otro, la gran empresa cinematográfica que, en contraste, “turns its back on the virtues of knowledge, method and idealistic pursuits, using its marketing genius to exploit science for commercial gain” (40). No obstante, esta lectura es parcialmente cierta ya que no toma en consideración la ambivalencia de las actitudes de Rolland frente al mercado. Y es precisamente esta actitud ambivalente la que invita a pensar a este personaje como una alegoría del escritor latinoamericano de inicios del siglo XX, en cuanto este rechazaba la lógica del mercado aun cuando estaba insertado en él por medio de su labor como periodista.

En esta relación ambigua con el mercado, Rolland critica en este su interés en privilegiar el lucro por sobre la creatividad. De allí nace su directa oposición y lucha contra la MGM. Porque para el Director de esta empresa cinematográfica la existencia de las dobles de famosas actrices se presenta como una valiosa oportunidad para ganar dinero. “De una manera o de otra se obtendría la ventaja de haber descubierto la existencia real de personas que constituían verdaderos valores de negocio que la Metro sabría utilizar en cuanto fuera posible” (305-06). De ahí la sugerencia del actor Lewis Stone al Director para que haga todo lo posible por incorporar a las “dobles” “en el mecanismo de nuestra industria, una de las más importantes, del mundo, cueste lo que costare” (314). De esta consideración comercial es que nace la idea de presentar a las “dobles” y sus “originales” en un gran espectáculo pagado. Para ello, el Director piensa, en un primer momento, en hacer partícipes de este negocio tanto a Rolland como a las andrógenas.

Sin embargo, luego de que el científico expresa su desinterés en este proyecto comercial, el Director decide recurrir a la fuerza amparándose no en las leyes que regulan el comercio, sino en la defensa de la libertad humana. Así, su plan de llegar a la isla de Rolland y llevarse a las andrógenas es calificado por el Director como un “rescate”. Por ello, cuando Rolland llama

“piratas” al Director y a los otros miembros de la expedición, el empresario le responde que sí son piratas, pero unos que no atacan para obtener dinero, sino para “ejercer la justicia social” (320) contra alguien que ha “raptado de Hollywood a cuatro de sus más brillantes estrellas” (321). De este modo, la empresa cinematográfica busca legitimar lo que a todas luces es una expropiación. Se revela de esta manera los mecanismos retóricos mediante los cuales la gran empresa se presenta como defensora de valores universales cuando en realidad sólo busca destrabar un impedimento para hacer negocios.

Rolland rechaza también el vínculo entre la industria hollywoodense y los medios de comunicación impresos. *XYZ* es bastante enfática en su representación de la efectividad con que estos colaboran con la industria cinematográfica para que esta oculte sus intereses comerciales ante el gran público. En esa representación, el discurso periodístico aparece como una simple caja de resonancia de las “verdades” que la industria busca diseminar. Esto es lo que “reporta” sobre el caso de las andrógenas el principal periódico de San Francisco:

EL MARAVILLOSO VIAJE DEL DIRECTOR DE LA / METRO GOLDWYN MAYER
/ EN UNA ISLA PERDIDA EN LA INMENSIDAD DEL PACÍFICO / ENCUENTRA
SECUESTRADAS POR UN ACAUDALADO / HIPNOTIZADOR A CUATRO
“SOCIAS” DE ESTRELLAS DE / HOLLYWOOD QUE REPRODUCEN HASTA EN
LOS MÁS / PEQUEÑOS DETALLES / LAS PERSONAS DE LAS AUTÉNTICAS
ESTRELLAS [...]. (337-38)

Mediante esta parodia satírica del discurso periodístico parcializado, la novela de Palma hace una alusión crítica al modo en que algunas empresas privadas manipulan a su favor el discurso público del periodismo. Muestra cómo el discurso supuestamente informativo incorpora también la espectacularidad, la truculencia, la representación estereotipada de las películas de la MGM. La realidad aparece representada en este medio como si fuera una película de Hollywood

en la que la versión del rescate es aceptada y difundida, principalmente, por su carácter espectacular. Se trata de un fenómeno que para Jürgen Habermas se empezó a manifestar en Gran Bretaña, Francia y los Estados Unidos alrededor de la década de 1830 cuando el camino estuvo listo para “this sort of transition from a press that took ideological sides to one that was primarily a business” (184). Este desplazamiento del lado ideológico al comercial se ve claramente en este fragmento periodístico presentado en la novela. En ese sentido, XYZ anticipa la observación de Habermas acerca del rol de la prensa como “the gate through which privileged private interests invaded the public sphere” (185).

La novela muestra además una posición crítica con respecto al papel del Estado como mediador entre los ciudadanos y el mercado. Así, para garantizar la conservación de las andrógenas que acaban de arrebatarse a Rolland, apelando a la justicia social, la MGM recurre a los mecanismos estatales de control. Esto se puede apreciar durante el espectáculo en el que la empresa cinematográfica presenta en vivo a las “dobles” y “originales” ante el público. Efectivamente, luego de escucharse desde uno de los palcos unos comentarios negativos sobre lo que está ocurriendo en el escenario, los agentes del orden aparecen de inmediato.

[...] La policía se creyó en el deber de extraer al escandaloso comentarista, y lo hubiera hecho si hubiera logrado descubrir quién era y si además no se hubiera encontrado con la respuesta airada de muchos, que alegaban el derecho de expresión de juicios, en una democracia tan liberal como la americana [...] La policía tuvo que limitarse, para que el escándalo no tomara mayores proporciones, a recomendar al anónimo censor que guardara sus juicios para otro momento, a fin de *no turbar el espectáculo*”. (345-346, énfasis mío)

Resulta significativo que se incluya este pasaje donde la policía interviene para asegurar el desarrollo normal del espectáculo. Afirmo esto porque la escena resume un fenómeno histórico concreto: la vinculación entre las actividades económicas de las grandes empresas (en

este caso, la función preparada por la MGM) y los mecanismos estatales de control (la policía), los cuales, al proteger el espectáculo masivo, actúan como garantes de los intereses privados. Contrastada con problemáticas locales, la escena alegoriza el modo en que los gobiernos latinoamericanos que privilegian los intereses del gran capital extranjero han empleado la fuerza policial para asegurar la estabilidad de sus operaciones económicas. Mercado y Estado trabajan coordinadamente para la consolidación del sistema económico.

¿Qué puede hacer entonces el individuo ante la estrecha relación entre estos grandes poderes? O, para ser más específico, ¿qué puede hacer el científico-artista ante el poder del gran capital? Rolland es totalmente pesimista al respecto. En primer lugar, con su último acto revela que ni siquiera el individuo más poderoso puede hacer frente a un sistema. El científico-artista sólo puede aspirar a expresar su descontento ante los atropellos, aunque para hacerse oír precisa hacerlo de modo espectacular. Rolland no acude a las autoridades para reclamar lo que le pertenece; por el contrario, se resigna a ello, optando por manifestar su malestar ante el mayor número posible de personas, y de manera tal que la espectacularidad de su suicidio le merezca también la atención de la prensa. Si lo relacionamos con el contexto cultural de la época, este acto de Rolland puede ser entendido como una expresión de la sensibilidad romántica aún persistente en el modernismo latinoamericano. Es decir, como una versión actualizada del pensamiento del artista romántico que frente a la incompreensión de una sociedad mercantilizada, decide quitarse la vida. El hecho de que Rolland no recurra a la justicia para denunciar el robo de sus andrógenas evidencia también su aceptación tácita de la *ley del más fuerte* en el contexto de la economía capitalista, actitud que también comparte con el escritor modernista latinoamericano. Como para este, el problema para Rolland no es el mercado en sí mismo, ya

que acepta sus reglas, sino su propia falta de recursos para vencer a rivales poderosos y disfrutar de una plena independencia creativa.

Leer *XYZ* sólo como una representación de las ansiedades ante la modernización, sería limitar su significado cultural. Y es que la novela de Palma constituye en sí misma una forma de resistencia ante todos los peligros que avizora. En este punto, es necesario pensar en este texto teniendo en cuenta las observaciones de Borge con respecto al enfoque de los estudios contemporáneos sobre el imperialismo cultural estadounidense. Señala el crítico que estos trabajos se centran principalmente “on how cultural imperialism is 'written' at home rather than how it is 'read', mediated and contested abroad” (2). Muchas veces este ha sido también el enfoque de la crítica latinoamericana, con lo cual se ha pensado en ciertos textos literarios como meros receptores pasivos de la influencia estadounidense. No es este el caso de *XYZ*, ya que se trata de una novela que, a nivel formal y temático, contesta creativamente el avance del imperialismo cultural estadounidense en América Latina apropiándose de los códigos de sus narrativas mediáticas.

Borge ha aludido a esta dinámica entre literatura, cine y política al señalar que “For Latin American novelists, poets and journalists of the early twentieth century, the U.S. film industry constituted a contentious sign of conflict and partial reconciliation between aesthetics and politics” (2). Esto se puede apreciar en el aspecto formal de la novela, la cual textualiza la apropiación de los códigos del cine desde la tradición local. Como ya he señalado antes, es además una estrategia para contrarrestar la pérdida de hegemonía representativa producida por la popularización de los productos audiovisuales. Se trata de una manifestación de lo que Néstor García Canclini ha llamado “Gutenbergian cultural politics”, es decir, de una estrategia de los

letrados para retener su poder sobre la esfera pública, modelándola a través de libros, panfletos y periódicos.¹³

Es oportuno tener en cuenta que desde la época colonial hasta las postrimerías del siglo XIX e inicios del XX, el letrado latinoamericano tenía injerencia en el ordenamiento social y político “because he also controlled [...] the authority of scriptographic technology in a most illiterate society” (Castillo y Paz Soldán 3). Así, en el campo de la ficción, *XYZ* incorpora en su estructura los elementos más atractivos de las películas hollywoodenses de la época, en clave de parodia satírica, para así hacerse atractiva ella misma. Mientras que, por otra parte, enfatiza la capacidad de la novela para responder críticamente a las problemáticas de la modernización, incluidas aquellas derivadas de la popularización de los productos cinematográficos. Como he mostrado a lo largo de este capítulo, *XYZ* performa la capacidad de una tecnología local y tradicional –la tecnología de la novela– para apropiarse de una tecnología extranjera y moderna –la tecnología del cine. Y también su competencia para intentar conectarse con el consumo masivo gracias a esa incorporación de elementos atractivos para un gran número de consumidores.

XYZ construye un espacio ficticio que le permite debatir sobre los beneficios y los peligros de la modernización en América Latina. Para ello se presenta como una “película con palabras” que, al tiempo que entretiene, articula una serie de alegorías que abordan críticamente dicho fenómeno. En la principal de ellas, la obra de arte (las andrógenas) puede ser arrebatada, literal o simbólicamente, al científico-artista (Rolland) por las empresas poderosas (la MGM) bajo el amparo de la ley y la fuerza pública. El gran capital tiene la capacidad de llegar hasta

¹³ Sigo aquí a Borge en su aplicación del concepto de *Gutenbergian cultural politics* para la producción letrada de inicios del siglo XX.

lugares bastantes alejados de los centros de producción mundial, tal y como la expedición de la MGM consigue llegar a la remota isla del Pacífico donde Rolland hace sus experimentos. Una vez allí, las leyes del mercado se implantarán por consenso o por la fuerza.

La postura de Clemente Palma frente a la creciente popularidad del cine de Hollywood es menos pesimista que la del protagonista de su novela. Sería erróneo concluir que el suicidio de Rolland es una expresión de su total rechazo hacia la nueva posición de la literatura en el mercado. Como señalé anteriormente, el hecho mismo de que Palma publique su “película con palabras” en un contexto en el que la novela ha ido ocupando un lugar cada vez más marginal en el consumo masivo, debido a la popularización del cine, puede ser entendido como un intento por competir con esta narrativa mediática audiovisual. Se trataría entonces de una tentativa para “vencer al enemigo con sus propias armas”. Y es que a diferencia de su Rolland Poe, Palma no ve en la expansión del cine la muerte del género novelístico, sino una oportunidad para renovarlo y ponerlo en conexión con el consumo masivo. De este modo, al asumir una posición dialógica en relación con el cine y el mercado, la tecnología novelística consigue su propia modernización.

CAPÍTULO 2

UNA PROPUESTA DE ESCRITOR PROFESIONAL: *LA TÍA JULIA Y EL ESCRIBIDOR* (1977)

En el capítulo precedente he mostrado cómo *XYZ*, la primera novela peruana sobre los medios audiovisuales, refleja una voluntad dialógica con una narrativa mediática en expansión: el cine estadounidense. He señalado allí cómo la parodia satírica de los códigos narrativos de las películas hollywoodenses de la década de 1930 cumplía la doble función de criticar al cine y sus vínculos con los procesos de modernización, además de intentar una reconexión de la novela con el consumo masivo. En este capítulo me centraré en una novela peruana que tiene como tema central a otro producto masivo: los radioteatros de la década de 1950. Como argumentaré a continuación, en *La tía Julia y el escritor* de Mario Vargas Llosa (*LTJE* en adelante) se observa también una apropiación paródica de un código narrativo mediático con la misma finalidad de atraer a una cantidad numerosa de lectores. Sólo que, a diferencia de lo que ocurría en *XYZ*, en *LTJE* el proceso de apropiación está tematizado a través de la interacción que tiene un aspirante a escritor con los medios. Asimismo, como resultado de este aprendizaje, el texto promueve una imagen ideal del novelista que ya no es la del letrado que busca educar a las masas, sino la del narrador profesional que quiere entretenerlas.

La década de 1960 constituye un momento crucial en la historia de la relación entre literatura y medios masivos en América Latina. Es en esos años cuando se vive con mayor intensidad el choque entre los productos de la llamada “alta cultura” y aquellos diseñados por la industria cultural para un consumo masivo. Por un lado, la nueva narrativa latinoamericana está en todo su apogeo, especialmente por las enormes ventas que consiguen las novelas del llamado

Boom latinoamericano a nivel regional, donde aparece “un nuevo y más vasto público lector, politizado” (Aguirre 2015: 25). Pero también a nivel intercontinental, pues por primera vez las obras narrativas de los escritores latinoamericanos alcanzan una distribución a escala mundial. Además, las cuatro figuras representativas de aquella “explosión” comercial y creativa de la novela latinoamericana, adquieren tal popularidad fuera de su región de origen que llegan a convertirse prácticamente en celebridades o “estrellas” de la literatura del subcontinente. Es así que desde esa época se ve a Mario Vargas Llosa, Julio Cortázar, Gabriel García Márquez y Carlos Fuentes dando entrevistas para la televisión, firmando autógrafos a sus admiradores en las grandes ferias internacionales, emprendiendo giras por Europa y los Estados Unidos. Varios de ellos consiguen incluso vender los derechos de sus obras literarias para ser adaptadas al cine y la televisión.

Al mismo tiempo, estos medios masivos de comunicación por los que transitan los escritores y sus obras alcanzan cada vez una mayor presencia en las sociedades latinoamericanas. El cine, la radio, la prensa son consumidos por un mayor número de personas, las cuales encuentran en los productos mediáticos audiovisuales una fuente de entretenimiento que, a diferencia de las obras literarias, es más económica y requiere de un menor esfuerzo decodificador. Este fenómeno se agudizará conforme avanza la década de 1960, y mientras el *Boom* entra en una etapa de declinación comercial (luego de alcanzar su punto más alto en 1967 con la publicación de *Cien años de soledad*), el cine estadounidense continúa incrementando sus ganancias y el consumo televisivo empieza a registrar un notable ascenso. Para evitar que la literatura pierda espacio ante este avance de los productos mediáticos audiovisuales, se generaron diversas respuestas desde el ámbito literario. En el caso del Perú, una de las iniciativas más importantes se produce en el sector editorial. El poeta, novelista y empresario peruano

Manuel Scorza lanza *Populibros*, un proyecto editorial con el que logra vender alrededor de un millón de obras literarias en 1965. Caracterizaba a este proyecto su intención de llevar obras clásicas de escritores nacionales y extranjeros a un gran número de lectores mediante la venta de ejemplares a bajo precio y persuasivas campañas publicitarias. Esta exitosa experiencia editorial ha empezado a ser estudiada con la debida rigurosidad, siendo el ensayo “El proyecto editorial *Populibros peruanos (1963-1965)*” (2016/2017), del historiador Carlos Aguirre, uno de los más incisivos.¹⁴

Sin embargo, hay una reacción ante el avance de los productos masivos audiovisuales que no se ha explorado aún a profundidad. Me refiero a aquella que, ya en la década de 1970, no buscó llegar a un amplio número de lectores mediante el abaratamiento de los libros, sino a través de la creación de un tipo de novela más apta, textualmente, para el consumidor promedio. Este es el caso de *LTJE*, novela en la que se aprecia un esfuerzo por conectar con las masas aprovechando el creciente interés del público latinoamericano por los productos masivos audiovisuales. El estudio de esta novela es importante en cuanto esta despliega una serie de mecanismos narrativos para llegar a las masas consumidoras que resulta tan efectivo como las estrategias editoriales de proyectos como *Populibros*.

Señalaré en primer lugar que si bien en *LTJE* hay una profunda crítica a los medios, el modelo de escritor profesional propuesto en la novela no se corresponde con la figura del “letrado” que disputa con los medios el rol de formador social. Se trata más bien de un escritor que reclama para sus obras un espacio en la industria global del entretenimiento. Al mismo

¹⁴ Existieron otras iniciativas editoriales semejantes a la de Scorza, pero con un alcance más limitado, como las colecciones “Nuevos rumbos” de José Bonilla Amado y “Círculo de novelistas peruanos” de Enrique Congrains Martín, además de las publicaciones de la “Editora Perú Nuevo” dirigida por Gustavo Valcárcel (Aguirre 2016/2017: 206).

tiempo, en el texto se parodia satíricamente a los productos mediáticos para mostrar que el tipo de entretenimiento que brinda el género novelístico no rehúye a la crítica social y por eso es superior. En ese sentido, con este libro Vargas Llosa no se muestra alineado con los escritores e intelectuales cuyo rechazo a las narrativas mediáticas tiene que ver con la amenaza que estos representan para la figura del letrado como “guía” de la sociedad.

Como apunta Javier García Liendo, refiriéndose a las férreas críticas que algunos intelectuales latinoamericanos de izquierda de la década de 1960 dirigieron hacia la cultura de masas, el enjuiciamiento político de estos hacia los medios tiene que ver con “la angustia de los intelectuales por la pérdida de poder en la sociedad. Las masas ya no son educadas por ellos, sino por los objetos producidos en serie que inundan los mercados culturales y usurpan la función pedagógica atribuida anteriormente a los padres, al sacerdote y al intelectual” (24). Se trata para ellos de una disputa por el poder simbólico en la sociedad. En otras palabras, estos escritores e intelectuales latinoamericanos temían que ellos y sus obras fueran relegados al terreno de lo obsoleto. Como reacción a este fenómeno, algunos narradores construyen toda una poética en base al rechazo explícito de los códigos narrativos mediáticos. Esto ocurre, por ejemplo, con el argentino Juan José Saer quien en un artículo de 1975 refiere que, tras descubrir con pesar que las radionovelas que idolatraban su madre y sus hermanas se basaban en dos elementos, sentimiento y acontecimiento, él optó por evitar el uso de estos dos elementos en su obra: “En siete libros, mi lucha contra el acontecimiento y el sentimiento ha sido continua” (165).

En el caso de *LTJE*, su disputa con las narrativas mediáticas está relacionada con el impacto negativo que estas han tenido en la industria editorial. En ese sentido, en esta novela Vargas Llosa está más cerca de escritores como Carlos Fuentes, Manuel Puig, Guillermo Cabrera Infante, Julio Cortázar, Vicente Leñero, entre otros, los cuales vieron en este avance de los

productos mediáticos una oportunidad para insertarse en las grandes redes del consumo a través de la apropiación de sus códigos narrativos. Se debe tener en cuenta que en la década de 1970, si bien la llamada Nueva Narrativa Latinoamericana se había consolidado como una suerte de “marca comercial”, con un público cautivo desde la década anterior, los escritores necesitaban garantizar la fidelidad de estos consumidores mediante nuevas estrategias textuales. Para ello, incorporaron los códigos narrativos mediáticos en sus novelas, ya sea apropiándose de sus técnicas o tomándolos como tema, pero siempre asumiendo una postura crítica ante ellos. En *LTJE*, por ejemplo, los dos elementos que Saer veía con desconfianza –sentimiento y acontecimiento– constituyen la base misma de la obra. Más aún, estamos frente a una novela que no sólo se refiere a los radioteatros, sino que los incorpora como parte de la trama.

LTJE posee una estructura binaria en la que, por una parte, hay una narrativa literaria convencional y, por otra, una reescritura de los radioteatros que eran emitidos en la ciudad de Lima en la década de 1950. En los capítulos impares se narra cómo el joven “Marito” o “Varguitas” se enamora de Julia, la hermana de la esposa de su tío. Julia es boliviana, pero visita el Perú luego de haberse divorciado y poco a poco se va enamorando de su sobrino. Los avatares de esta relación escandalosa para la sociedad limeña de la época son la base de este primer nivel narrativo. Así como también lo son los detalles de la vida de Pedro Camacho, escritor de radioteatros que también ha llegado de Bolivia para trabajar en Radio Central. Los capítulos pares (excepto el XX, que funciona como epílogo) presentan historias variadas donde abundan el melodrama y el sensacionalismo, relatos que por su contenido y retórica tienden a ser rápidamente identificados como los radioteatros que escribe Camacho, pero cuya autoría, como se verá más adelante, es problemática.

La elección del radioteatro como contrapunto de la narrativa literaria convencional en *LTJE* revela una hábil estrategia por parte de su autor. Esto porque Vargas Llosa escoge parodiar un género masivo que, para finales de la década de 1970, cuando se publica la novela, ya no contaba con mucha popularidad. De modo que, en lugar de hacer un contrapunto con los productos mediáticos que se encontraban en auge o despegue cuando escribe su novela, como el cine y la televisión, Vargas Llosa elige enfocarse en una época pasada y dramatizar allí un enfrentamiento de tecnologías narrativas que opere como metáfora del presente. Es decir, escoge como “rival” a un género ya históricamente en declive. Con lo cual, según está planteado en la novela, el conflicto literatura/medios ya está ganado desde el momento en que empieza a escribir *LTJE*. Por ello, lo que Vargas Llosa narra en *LTJE* es la historia de cómo su alter-ego Varguitas consigue “conquistar” a la cultura de masas.

El término “conquista” es preciso en este caso porque tiene dos sentidos que aluden tanto a la rendición del ser amado como a la rendición del rival.¹⁵ Por una parte, en esta novela se narra cómo el joven Varguitas conquista el amor de su tía, gracias al aprendizaje que hace de los mecanismos de la sensibilidad melodramática. Mientras que, por otro lado, la novela cuenta cómo Varguitas conquista el estatus de autor mediante la derrota del guionista de radioteatros Pedro Camacho, victoria simbolizada por la apropiación de sus técnicas narrativas. Con ello, de manera similar a como ya lo había hecho Clemente Palma en *XYZ*, Vargas Llosa busca reafirmar la superioridad de la novela como tecnología narrativa en el siglo XX. Es decir, su texto visibiliza la capacidad de este género literario para incorporar la sensibilidad melodramática de las masas, así como las técnicas que permiten narrar las historias que son del agrado de ese

¹⁵ Se trata, además, de un término asociado históricamente a la escritura como imposición política y cultural en el contexto andino.

mismo público masivo. Se trata de una reacción previsible cuando se la aprecia desde una perspectiva netamente comercial, como lo hiciera Ángel Rama al puntualizar que

el imperio que conquista con una primera invención [se refiere al autor que ha conseguido posicionar su nombre como una “marca” célebre, como es el caso de Vargas Llosa y sus tres novelas publicadas en la década de 1960] sólo se refuerza mediante una continua adaptabilidad a las variaciones, jugando coordinadamente su prestigio conquistado con la elasticidad de su adaptación al cambio. (100)

Carlos J. Alonso ha hecho una lectura edípica muy interesante y aguda de *LTJE*. Para él, lo que se cuenta en esta novela es cómo Varguitas logra unirse sexualmente a una figura materna (su tía Julia) y, por otra parte, cómo asesina simbólicamente a una figura paterna (Pedro Camacho). Precisa que: “And yet, his allegorical tale of a writer's formation follows an oedipal scenario in which, it would appear, Oedipus can murder Laius and marry Jocasta without having to atone for his deeds through demotion and punitive self-injury” (52). *LTJE* sería, según esta lectura, un relato sublimado de incesto y parricidio.

Aunque persuasiva por lo bien sustentada, esta interpretación tiende a separar dos elementos que en realidad están estrechamente conectados. Así, los personajes Julia y Pedro Camacho son dos caras de la misma moneda. Y es que lo que narra la novela no es sólo cómo Varguitas consigue casarse con su tía y cómo logra ser más exitoso que Pedro Camacho, sino, principalmente, cómo un joven letrado latinoamericano se impone ante la cultura masiva en la que esos dos personajes fluyen con comodidad. En mi lectura, Julia y Pedro Camacho funcionan simultáneamente como alegorías complementarias de los dos polos de la industria cultural en Latinoamérica: Julia encarnando a la masa consumidora y Pedro Camacho, al productor directo de las narrativas que estas masas consumen. Sobre ellos es que Varguitas emprende su conquista.

Ha llamado la atención de la crítica el modo sumario en que, en el último capítulo de *LTJE*, el narrador cuenta el desarrollo de su relación con Julia luego de su matrimonio. “El matrimonio con la tía Julia fue realmente un éxito y duró bastante más de lo que todos los parientes, y hasta ella misma, habían temido, deseado o pronosticado: ocho años” (329). Aunque siguen a continuación un par de párrafos más acerca de la vida de la pareja en Europa, es notable el contraste entre este capítulo que condensa ocho años en tres párrafos y los previos, en los cuales se narraba casi al detalle las aventuras de la pareja.

Si bien en toda novela el narrador siempre llega a un punto en el que debe condensar ciertos acontecimientos para así poder concluir la historia, la pregunta es ¿qué puede significar que el narrador de Vargas Llosa “abandone” a Julia luego del matrimonio? Mi respuesta es que este alejamiento entre Mario y Julia se produce porque, como acabo de señalar, *LTJE* es la historia de una conquista. Es decir, que el foco de la narración tiene que ver con el relato de cómo alguien consiguió algo, con lo cual lo que acontece después de que el protagonista consigue este objetivo deviene en accesorio. Sin embargo, aunque la narración pretende trazar un avance rectilíneo, mi análisis mostrará que el desarrollo de esta se encuentra lleno de contradicciones.

La relación de Varguitas con Julia es problemática por diversos motivos, siendo el tabú familiar sólo el más fácil de señalar. Ciertamente, en una familia conservadora como la del joven protagonista, la unión romántica entre tía y sobrino constituye un escándalo. Sin embargo, el texto refiere otro obstáculo para dicha unión. Este tiene que ver con la dinámica misma de la pareja y con los productos culturales que ambos consumen. De un lado está Varguitas, para quien la lectura y la escritura literarias están ligadas a algo más que el entretenimiento, en la medida en que para él la literatura es principalmente arte. De otro lado está Julia, consumidora de

películas, radioteatros y libros *best sellers*, productos culturales de los que ella sólo espera que cumplan un objetivo: entretenerla y nada más.

De modo que cuando ambos personajes entran en contacto se produce un desajuste entre sus hábitos de consumo. No obstante, como consecuencia de la atracción erótica que surge entre ellos, estas diferencias no ponen en peligro la unidad de la pareja. Es así que, según va evolucionando la historia, se puede apreciar cómo cada uno de estos personajes trata de entrar en un contacto más íntimo con los productos culturales más valorados por el otro. Varguitas quiere que Julia comparta su afición al teatro, que celebre sus tentativas de escritura literaria (los cuentos que escribe en su tiempo libre), que lea a los grandes clásicos de la literatura universal. Mientras que Julia quiere que Varguitas la acompañe a ver los melodramas mexicanos y argentinos que abundan en la cartelera limeña, que escuche los radioteatros de Pedro Camacho y que no sea tan radical en su rechazo a los *best sellers*.

A pesar de estas intenciones, el texto muestra una dinámica según la cual Julia permanece inflexible en su desinterés por la literatura canónica, mientras que Varguitas sí se va familiarizando con el consumo de productos masivos como los melodramas mexicanos y los radioteatros. Es significativo que el romance entre ellos surja como consecuencia de sus salidas al cine, siendo la primera película que ven un melodrama mexicano llamado *Madre y amante*. Los comentarios que ambos hacen tras esta primera experiencia yendo juntos al cine reflejan con claridad sus modos opuestos de abordar el tema del amor.

Para llamar la atención de Julia, Varguitas finge tener una visión cínica de lo romántico: “Yo le expliqué que el amor no existía, que era una invención de un italiano llamado Petrarca y de los trovadores provenzales. Que eso que las gentes creían un cristalino manar de la emoción, una pura efusión del sentimiento era el deseo instintivo de los gatos en celo disimulado detrás de

las palabras bellas y los mitos de la literatura” (19). Sin embargo, después de este acalorado discurso, el joven admite para sí que él “no creía en nada de eso”. Se observa entonces que para Varguitas el cinismo, más que la “pura efusión del sentimiento”, es la postura que puede resultar atractiva para una mujer. Lo cual resulta una lectura equivocada, ya que su discurso cínico no funciona con Julia. Para ella, las palabras de su acompañante no han hecho más que decepcionarla: “En mi tiempo, los muchachos escribían acrósticos, mandaban flores a las chicas, necesitaban semanas para atreverse a darles un beso. Qué porquería se ha vuelto el amor entre los mocosos de ahora, Marito” (19). Como se aprecia, para la sensibilidad de Julia, en contraste con la de su joven pareja, el amor existe y debe ser expresado en palabras y actos, sin cinismo alguno.

Por esta manera de pensar y sentir, Julia representa para Varguitas un medio de acceso a la sensibilidad del público consumidor de productos masivos en la Lima de entonces. Es a través de la relación amorosa con ella que él consigue familiarizarse y adoptar una actitud menos conflictiva con productos de la industria cultural a los que, sin esta mediación, no habría consumido de ninguna manera. Cuenta Varguitas: “Habíamos ido a función de noche, desde entonces, casi a diario, y además de soportar una buena cantidad de melodramas mexicanos y argentinos, nos habíamos dado una considerable cantidad de besos” (87). Se confirma así que esta dinámica de aceptación/rechazo con respecto a los productos mediáticos ordena una narrativa según la cual es el deseo erótico por el cuerpo femenino el que funciona como nexo entre el mundo de la alta cultura y la cultura de masas. Y es que debido a la continua interacción con Julia, Varguitas no sólo se siente atraído por ella, sino por los productos mediáticos que consume.

Se configura de esta manera el mismo vínculo que se había señalado en el análisis de XYZ, pues en dicha novela el aristocrático protagonista (descendiente de Edgar A. Poe) también entra en estrecho contacto con la cultura de masas cuando se enamora de una de las artistas hollywoodenses que ha clonado en su laboratorio. Más aún, ambas novelas operan sobre una correlación similar entre mujer-masa-incultura que es bastante significativa. Por ejemplo, cuando Varguitas se refiere a la relación de Julia con la literatura afirma con sutil desdén que:

Tenía chispa y rapidez para las réplicas, contaba cuentos colorados con gracia y era (como todas las mujeres que había conocido hasta entonces) terriblemente aliteraria. Daba la impresión de que en las largas horas vacías de la hacienda boliviana sólo había leído revistas argentinas, alguno que otro engendro de Delly, y apenas un par de novelas que consideraba memorables: *El árabe* y *El hijo del árabe*, de un tal H.M. Hull. (87)

En la novela de Palma, las actrices clonadas eran descritas también como personas ajenas a cualquier interés intelectual y esto es algo más que una simple coincidencia, en cuanto la asociación entre lo femenino y la cultura de masas tiene una larga tradición. En efecto, la novela de Vargas Llosa actualiza una antigua estrategia puesta en funcionamiento por las élites culturales de raíz patriarcal que buscaron contrarrestar el avance de la cultura de masas en la Europa del siglo XIX. Andreas Huyssen ha argumentado cómo la novela *Madame Bovary* (1856) de Gustave Flaubert, un texto fundacional de la literatura moderna, representa un hito en el establecimiento de un paradigma que coloca al hombre-autor en una posición superior a la mujer-lectora. Es así que: “Woman (*Madame Bovary*) is positioned as reader of inferior literature-subjective, emotional and passive-while man (Flaubert) emerges as writer of genuine, authentic literature-objective, ironic and in control of his aesthetic means” (46). De esta manera

es como Flaubert consigue establecer un paradigma que sobrevivirá en sus émulos latinoamericanos del siglo XX.¹⁶

Como se puede ver en esta última cita de *LTJE*, el mismo paradigma hombre-creador superior / mujer-lectora inferior de Flaubert está presente en esta novela de Vargas Llosa. De allí que, en otro pasaje de la misma, se mencione la actitud pedagógica que Varguitas adopta ante Julia: “Jugábamos al profesor y a la alumna y yo le explicaba lo que era huachafo, lo que no se podía decir ni hacer y había establecido una censura inquisitorial en sus lecturas, prohibiéndole todos sus autores favoritos, que empezaban por Frank Yerby y terminaban con Corín Tellado” (211). Aunque presenta esta censura como una actividad lúdica, lo cierto es que Varguitas está actuando como el “guía autorizado” de la “mala lectora”.

La comparación entre *LTJE* y *XYZ* ofrece interesantes perspectivas para el análisis de esta última cuando se presta atención a las consecuencias de los respectivos romances de Rolland Poe y Varguitas. Mientras que el científico de la novela de Palma enferma mortalmente luego de tener contacto sexual con una de sus clones, el aspirante a escritor de la novela de Vargas Llosa sale fortalecido cuando termina su romance con Julia. Ambas alegorías de contacto con la cultura de masas no hacen sino representar dos reacciones distintas ante el avance de los productos culturales de consumo masivo. Mientras que para Clemente Palma, a inicios del siglo XX, el cine representaba una clara amenaza para la creación individual (siendo la muerte de su protagonista un símbolo de la alta cultura que desaparece por contaminación), para Vargas Llosa, a mediados de ese mismo siglo, los radioteatros constituyen una posibilidad de cambio (la renovación

¹⁶ Se debe tener en cuenta la profunda influencia de Flaubert en Vargas Llosa, tanto a nivel de estilo narrativo como de actitud ante la labor creativa, siendo el ensayo *La orgía perpetua* (1975), dedicado precisamente al análisis de la novela *Madame Bovary*, el mejor testimonio de dicha vinculación.

simbólica de la alta cultura). De ahí, además, los distintos desenlaces en cada una de las narraciones, uno pesimista (Rolland Poe se quita la vida luego de enterarse que ha enfermado mortalmente) y otro optimista (Varguitas se divorcia de Julia luego de haberse convertido en un reputado escritor). Se trata entonces de dos actitudes necesariamente diferentes ante la cultura de masas, en la medida en que se trata también de dos momentos distintos en el avance del capitalismo sobre el campo cultural de América Latina.

Como han señalado varios críticos, el Vargas Llosa de finales de la década de 1970 parece haber experimentado un significativo conflicto con respecto a los productos mediáticos audiovisuales. En ese momento de su trayectoria, el novelista peruano ya había consolidado su prestigio internacional como escritor e intelectual. Su trascendencia de las fronteras nacionales y regionales como integrante del *Boom* latinoamericano le había hecho ganar un número de lectores bastante considerable.¹⁷ No obstante, se trataba de un público notoriamente menor en comparación con el público que asistía al cine o se sentaba frente a un televisor. Asimismo, en la década de 1970 Vargas Llosa ya había tomado distancia de la Revolución Cubana, afiliación que en su momento había contribuido a la venta de sus libros. Estas y otras circunstancias influyeron para que, como insinuó Antonio Cornejo Polar en una reseña publicada a poco tiempo de que *LTJE* apareciera en librerías, con esta nueva novela Vargas Llosa saliera a la búsqueda de nuevos lectores entre el siempre creciente número de consumidores de productos audiovisuales.

Habría que comprobar si es cierto, como parece, que con *Conversación en la Catedral* [1969] Vargas Llosa llega a una especie de punto de fricción con su cada vez más amplia audiencia, tal vez no del todo dispuesta a acompañar al novelista en su profundo y extenso buceo en zonas muy complejas de la realidad social, y si a partir de allí le resulta

¹⁷ Su primera novela, *La ciudad y los perros*, ya había vendido para 1964 (un año después de su publicación) un total de 45 mil ejemplares, aproximadamente (Aguirre 2015: 192), una cantidad insólita para un autor latinoamericano de la época.

necesario intentar otros y distintos mecanismos de comunicación con sus lectores, teniendo en cuenta, además, que la identidad de esos lectores puede haber variado con el correr de los años: las vastas e inquietas capas medias, de alguna manera intelectualizadas y más o menos radicalizadas, han quedado englobadas y en minoría dentro de otros aún más amplios conglomerados sociales que no crecen hacia abajo en la escala social sino, más bien, hacia los estratos más altos. Este nuevo público exige un cierto tipo de literatura. (162)

Para cumplir estas expectativas, entonces, era inevitable que Vargas Llosa abandonara los experimentalismos de sus primeras novelas y que se ajustara a los lineamientos de todo producto cultural masivo: facilidad de comprensión, énfasis en el entretenimiento, empleo de fórmulas de efectividad comprobada. Aparece entonces un “nuevo Vargas Llosa”¹⁸ para el que la siguiente comparación, propuesta por un reseñista del momento, no sería necesariamente denigrante, sino más bien consagratoria: “el monolitismo de los personajes y la anécdota, la falta de economía, el incipiente realismo autobiográfico, la maniquea concepción del trabajo literario y los desiguales chistes, presentan a un nuevo Vargas Llosa escritor que corre el peligro de tener tantos lectores, como Pedro Camacho radioescuchas”.¹⁹ Se trata de una inevitable consecuencia de la consolidación de Vargas Llosa en las redes de la industria editorial global, lo cual no hace sino beneficiar su estatus de escritor profesional. Para Rama, este nuevo estatus del escritor latinoamericano lo había hecho ocupar dentro de la sociedad una posición semejante a la del empresario independiente “que coloca periódicamente objetos en un mercado de ventas” y al cual, al trabajar para un mercado desarrollado, se le impone “el conocimiento de sus ásperas

¹⁸ Para Félix de Azúa este era un cambio no sólo en el estilo literario, sino en la imagen física del escritor: “En la contraportada de *La tía Julia* aparece el nuevo Vargas (*the new Vargas*), mucho más joven que el anterior, sin bigote, con una sonrisa apoteósica, una greña sobre la frente, mechones sobrenadando las orejas y una camisa vaquera; eso sí: abrochada hasta el penúltimo botón (residuos del viejo Vargas: *the old Vargas*)”. “La juventud de Mario Vargas (¿Varguitas?) Llosa”. *El País*. 12/10/1977. https://elpais.com/diario/1977/10/12/cultura/245458801_850215.html

¹⁹ Hinojosa, Francisco. “La tía Julia y el escritor”. *Nexos*. 1978. <https://www.nexos.com.mx/?p=3099>

condiciones [de este mercado], sus líneas tendenciales, sus preferencias o desdenes” (94). El escritor profesional forma parte de una industria editorial que tiene que asumir los principios de oferta y demanda que rigen las actividades de toda la industria cultural.

Naturalmente, como autor modelado por la tradición de la alta cultura europea, Vargas Llosa quiere llegar al público masivo, mas no por ello desea perder su estatus de escritor “respetable”. Se enfrenta entonces al dilema que resulta del choque entre literatura y medios masivos: “how can the man of letters schooled in critical realism and high modernism make the leap into postindustrial society where the traditional aura of revered writers has become the false aura of movie stars and other celebrities?” (Gutiérrez Mouat 73). Vargas Llosa arriesga una salida a esta disyuntiva: representar su aparente irresolubilidad para proponer luego un nuevo modelo de escritor profesional que sabe cómo aprovechar esa nueva “aura” artificial de las celebridades postindustriales. Para ello, le basta narrar las dos conquistas que he señalado anteriormente: la de Julia y la de Pedro Camacho. En el caso de la primera, la sumaria narración del divorcio de Varguitas y su tía no hace más que enfatizar la imposibilidad de una integración definitiva entre la alta cultura y la cultura de masas. La primera puede entrar en contacto con la segunda, pero sólo para utilizarla a su favor. Una vez que se ha beneficiado de ella, se distancia de la misma, se “divorcia”.

Esto último quiere decir entonces que en *LTJE* la cultura de masas, y la sensibilidad ligada a ella, no son rechazadas del todo. Estas pueden ser incorporadas al discurso literario, pero siempre en una posición subalterna. Lo femenino-masivo siempre es visto como lo informe, lo básico, la fuente a partir de la cual se puede crear algo valioso. Es, además, una entidad narrativa sobre la que se proyecta lo reprimido, fenómeno que se detecta desde finales del siglo XIX en Europa: “In the late 19th century, a specific traditional male image of woman served as a

receptacle for all kinds of projections, displaced fears, and anxieties (both personal and political), which were brought about by modernization and the new social conflicts” (Huyssen 52). De ahí que la “conquista” de Julia pueda ser interpretada como la “conquista” de lo reprimido, es decir, de todo aquello que representa una amenaza para el orden patriarcal de la cultura.

El romance con Julia funciona como la base de la educación de Varguitas en lo que se refiere a la comprensión de los mecanismos de esa sensibilidad melodramática que él ve con ironía, pero que indudablemente le servirán en su formación de escritor. Como también le serán de utilidad los radioteatros de Pedro Camacho que, como detallaré a continuación, representan también la base sobre la cual, años después, el escritor consagrado creará una forma narrativa que permita elevarlos a la categoría de arte.

A nivel de contenido, *LTJE* asume una postura crítica sobre el funcionamiento del medio radial en la Lima de la década de 1950. La posición de Varguitas, el protagonista, es privilegiada en la medida en que trabaja en la empresa de una familia clave para el desarrollo de los medios masivos en el Perú, como son los Delgado Parker. Más aún, la fluida relación de Varguitas con los *broadcasters* Genaro-papá y Genaro-hijo (versiones literarias de empresarios reales), le permite a Vargas Llosa presentar una perspectiva no oficial del naciente negocio de las telecomunicaciones en el Perú. Al respecto, las descripciones de la novela se ajustan bastante a los acontecimientos reales.²⁰ Así, tal y como se cuenta en *LTJE*, en el Perú de la década de 1950 operaba ya una clara segmentación de públicos basada en la condición socioeconómica de los mismos.

²⁰ Fernando Vivas ahonda en el rol decisivo de la familia Delgado en la historia de las telecomunicaciones en el Perú en *En vivo y en directo: una historia de la televisión peruana* (Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima, 2001).

Esto último está claramente explicado en las primeras páginas de la novela cuando el narrador menciona las diferencias entre las dos estaciones radiales que son propiedad de la familia Delgado Parker. Radio Panamericana, donde trabaja Varguitas, tiene como público objetivo a las personas con pretensiones intelectuales y con una orientación hacia el extranjero: “Se pasaba mucha música, abundante jazz y rock y una pizca de clásica, sus ondas eran las que primero difundían en Lima los últimos éxitos de Nueva York y de Europa, pero tampoco desdeñaban la música latinoamericana siempre que tuviera un mínimo de sofisticación; la nacional era admitida con cautela y sólo al nivel del vals” (11). Mientras que Radio Central, donde trabaja el escritor Pedro Camacho, es la estación enfocada en el público popular que gusta de los melodramas y tiene una programación orientada hacia lo nacional:

Bastaba oír a sus locutores desenfadados y abusadores de la jerga, para reconocer su vocación multitudinaria, plebeya, criollísima. [...] Allí era reina y señora la música peruana, incluyendo a la andina [...] También estremecían sus ondas, con prodigalidad, la música tropical, la mexicana, la porteña, y sus programas eran simples, inimaginativos, eficaces: [...] *Chismografía del mundo de la farándula, el acetato y el cine*. Pero su plato fuerte, repetido y caudaloso, lo que, según todas las encuestas, le aseguraba su enorme sintonía, eran los radioteatros. (12)

El narrador presenta esta división de ofertas entre ambas estaciones como claramente delimitada. Pero se trata más de un deseo que de una realidad, porque, como se verá más adelante, la porosidad de esta segmentación es revelada a lo largo de la novela. Aun así, es evidente que con descripciones detalladas como la anterior, *LTJE* aspira a construir una mirada privilegiada de los intersticios de la radiofonía peruana de la década de 1950. En otras palabras, una mirada “desde adentro”.

No lo interpreta así Jean Franco, para quien esta novela de Vargas Llosa suena falsa en su representación de la industria radioteatral de la época, ya que en este género masivo no es el

autor quien es idolatrado por las multitudes (como ocurre con Camacho), sino los actores y actrices que encarnan los roles ficcionales (160-61). Afirmación discutible ya que muchas veces la incongruencia entre voces y aspecto físico de los actores desalentaba a los radioyentes, impidiendo por ello que se formara un culto a dichas personalidades. Lo cierto es que Vargas Llosa propone en *LTJE* una dinámica autor-público que sí tiene estrechas correspondencias con acontecimientos reales. En esta interacción se produce un choque de lo que la misma Franco denomina *superstars*: el del pasado (Camacho) y el del presente (Mario), los cuales compiten por un público ávido de historias melodramáticas.

Sin embargo, *LTJE* no es solamente una descripción del negocio radial limeño, sino que, además, el texto resalta la superioridad del género novelístico con respecto a los radioteatros. Así, se muestra el enfrentamiento entre el escritor en ciernes Varguitas y el exitoso escritor de radioteatros Pedro Camacho. De modo que, como en el caso de Julia, la historia de estos dos personajes implica también la narración de una conquista. En este caso, de la manera en que Varguitas finalmente consigue imponerse sobre Pedro Camacho, entre otras cosas, gracias a que ha logrado apropiarse de sus estrategias narrativas y ponerlas al servicio de la narración literaria. En este punto, necesito hacer una distinción importante con respecto a los niveles narrativos de la novela.

¿Quién escribe los radioteatros de los capítulos pares en *LTJE*? La respuesta más obvia sería que Pedro Camacho. Sin embargo, como ya ha notado tempranamente la crítica, primero hay que reconocer que las narraciones de los capítulos pares no son libretos radioteatrales, sino sumarios de los mismos. Como es sabido, todo radioteatro se basa en un libreto, es decir, en un texto conformado por diálogos y acotaciones. Por eso se deben tomar cuidado las palabras de José González Boixo cuando afirma que “Hasta en los más pequeños detalles se comprueba que

Vargas Llosa ha logrado imitar a la perfección las características de un típico serial radiofónico” (146). Pienso que, por el contrario, lo que aparece en *LTJE* son narraciones omniscientes que más se asemejan al género literario del cuento.

Esta peculiaridad de los “radioteatros” de la novela es lo que ha llevado a que los críticos consideren a Varguitas como el autor de las narraciones de los capítulos pares. Alonso va más allá y propone una distinción plausible según la cual hay dos Varguitas: el joven aspirante (Marito) y el adulto triunfador (Mario). Marito es aquel cuya historia se narra durante el 95% de la novela. Mientras que Mario es quien narra esas vivencias de Marito, es el autor de las sinopsis de los radioteatros y, además, aparece como personaje en el último capítulo. Ciertamente, como apunta O’Byrne, Mario es el que ha aprendido no sólo a imitar el estilo de Camacho, sino a hacer arte con él gracias a su dominio de la parodia satírica. “To write his practice stories he imitates the likes of Borges, Twain, and Shaw. Thus, it seems plausible that he might copy Camacho's style in prose versions of the famous Bolivian's stories” (24). En adelante, mi análisis del texto estará basado en esta distinción entre Marito/Mario propuesta por Alonso.

La rivalidad entre Marito y Camacho se plantea claramente cuando al inicio de la novela ambos personajes se disputan una máquina de escribir. La primera reacción de Marito es de rechazo hacia el famoso autor radioteatral, quien lo ha despojado de un instrumento que no sólo le sirve para sus funciones de periodista, sino para escribir sus primeros cuentos. Más adelante, esta oposición entre ambos personajes se simboliza en el texto aludiendo a su ubicación espacial. Así, mientras Marito escribe sus resúmenes de noticias en un altillo de Radio Panamericana, alejado del contacto con los oyentes, Pedro Camacho escribe sus radioteatros en la portería de Radio Central porque esta se encuentra “prácticamente en la calle [...] Es como si trabajara en la vereda. [...] Yo escribo sobre la vida y mis obras exigen el impacto de la realidad” (47).

Sin embargo, a medida que avanza la trama, Marito empieza a observar con admiración a Camacho, motivado por la extraordinaria capacidad de trabajo que este despliega ante sus ojos. De ahí que el joven aspirante a escritor “baje” frecuentemente de su altillo para ver trabajar al autor radioteatral. El asombro ante el espectáculo de su labor hace que, tanto el joven Marito como su amigo Javier, terminen llamando al boliviano el “Balzac criollo” (122). A partir de allí, se nota claramente que aquel busca formar un vínculo amical con Camacho. Y es que el boliviano representa para él el único modelo cercano de lo que debería ser un escritor profesional. “No quería de ningún modo ser un escritor a medias y a poquitos, sino uno de verdad, como ¿quién? Lo más cercano a ese escritor a tiempo completo, obsesionado y apasionado con su vocación, que conocía, era el radionovelistas boliviano: por eso me fascinaba tanto” (183). Nótese que, para Marito, en Camacho vocación y trabajo asalariado no están disociados, lo cual fortalece su admiración por él.

De esta manera, al igual que en el caso de su relación con Julia, la cercanía con Camacho le permite a Marito entrar en contacto con los mecanismos de producción de la cultura de masas de un modo más directo. Si gracias a Julia él se había convertido en un asiduo espectador de melodramas mexicanos y argentinos, la cercanía con Pedro Camacho funciona como un entrenamiento técnico sobre el modo de narrar para un público más amplio y diverso. Así, a lo largo de la novela, Marito va conociendo las opiniones, manías, rutinas y procedimientos de escritura del boliviano. El joven, en ese sentido, ha seguido el consejo que le diera uno de los empresarios radiofónicos: “Le dije [a Genaro-hijo] que no me cabía duda y él me hizo poner colorado recomendándome que, como yo tenía 'aficiones literarias', siguiera el ejemplo del boliviano, aprendiera sus recursos para conquistar a las muchedumbres. 'No debes encerrarte en tu torre de marfil', me aconsejó” (156).

Por otra parte, la novela sugiere también que el conflicto entre Marito y Pedro Camacho alegoriza un enfrentamiento entre el individuo creador y la máquina. No cabe duda de que, desde su primera aparición, el boliviano es descrito como un personaje no totalmente inscrito en el ámbito de lo humano:

Era un ser pequeñito y menudo, en el límite mismo entre el hombre de baja estatura y el enano, con una nariz grande y unos ojos extraordinariamente vivos, en los que bullía algo excesivo. [...] Su postura, sus movimientos, su expresión parecían el desmentido mismo de lo espontáneo y natural, hacían pensar inmediatamente en el muñeco articulado, en los hilos del títere”. (20-21)

Sin embargo, la imagen de Camacho que se busca consolidar posteriormente en el texto es la de la máquina o, más precisamente, la del *cyborg* (mitad humano-mitad máquina). Así, en la primera conversación en que Marito habla con Genaro-hijo sobre el boliviano, el joven empresario le dice que Camacho “No es un hombre sino una industria –corrigió con admiración– . Escribe todas las obras de teatro que se presentan en Bolivia y las interpreta todas. Y escribe todas las radionovelas y las dirige y es el galán de todas” (16). Y, más adelante, Marito articula una metáfora perfecta de lo que es la labor del boliviano para él: “Los libretos salían de esa cabecita tenaz y de esas manos infatigables, uno tras otro, a la medida adecuada, como sartas de salchicha de una máquina” (124).

Por el contrario, el personaje de Marito es presentado en constante lucha por escribir cuentos que lo dejen satisfecho. Su capacidad de producción es limitada en cantidad y sus textos tienen poca aceptación entre sus pocos lectores (principalmente Julia y su amigo Javier). No obstante, ese *cyborg* que es Camacho llega a colapsar por exceso de trabajo y será Marito, ya convertido en un exitoso escritor quien demostrará haber superado a la máquina en el acto mismo de narrar el deterioro de esta. Se trata, en ese sentido, de una lucha desigual, en cuanto la

voz del rival es silenciada o, en todo caso, distorsionada, como ocurre con los radioteatros de Camacho vueltos sinopsis por el ya diestro narrador Mario.

Como acertadamente señalan los críticos, el último capítulo de *LTJE* funciona como símbolo del triunfo de Marito sobre Camacho. Apunta Alonso, por ejemplo: “In this manner, authorship and the activity of writing are essentially linked to the symbolic murder of a rival, a forerunner whose place and voice the aspiring male writer must appropriate as a necessary stratagem for achieving his authorial persona” (51). En primer lugar, de acuerdo a la sucesión binaria de capítulos, el último de estos debía corresponder a alguna narración de Camacho. No obstante, es Mario, el escritor consolidado, quien está a cargo de la última sección en su totalidad. Es, entonces, el que, literalmente, “tiene la última palabra”. Y en esta última intervención autoral lo que se observa es que existe un claro propósito de restablecer un orden que se había perdido en las narraciones previas.

Afirma María Mudrovic que, aun cuando *LTJE* parece una novela posmoderna por su incorporación de narrativas de los medios masivos, su final la delata como una novela de espíritu decimonónico, en cuanto busca ordenar lo disperso y restablecer las jerarquías: “el epílogo inscribe la novela de Vargas Llosa en la tradición de la novela burguesa del siglo XIX” (130). Añade además este crítico que la distribución discursiva y meritocrática que aparece en el epílogo parece resumir el sentido moral que propone la novela: “Entre otras cosas, porque el orden propuesto en el último capítulo parece –a primera vista– sustituir y, aún borrar, el desorden de los diecinueve capítulos anteriores” (129). En esto se ve representada también una respuesta simbólica a la ansiedad generada por un desorden social del que los radioteatros son sólo un indicador.

Ciertamente, se puede considerar a los diecinueve capítulos previos como un gran carnaval en el que personajes y acontecimientos se van saliendo paulatinamente de los límites y decantándose hacia el exceso. Por un lado, en los capítulos impares, el romance entre Marito y Julia va generando una serie de transgresiones a los valores de clase media de la familia del aspirante a escritor. Mientras que en los capítulos pares las historias de Camacho van transgrediendo no solamente la moral convencional, al tocar temas tabú como el incesto y el estupro, sino también los códigos mismos de la narración radioteatral que demandan, por ejemplo, una estricta verosimilitud en la presentación de la trayectoria vital de los personajes.

Es todo este desorden el que Mario, el escritor prestigioso, viene a ordenar en el último capítulo de la novela. Discrepo al respecto con Efraín Kristal cuando afirma que *LTJE* “is what Umberto Eco would call an 'open novel' because it deliberately leaves many loose ends” (90). Por el contrario, pienso que el narrador del epílogo no sólo se encarga de contar el final de su historia romántica con Julia, su alejamiento definitivo de ella, sino que describe al detalle cuál ha sido el camino que ha conducido a Pedro Camacho hacia un definitivo deterioro físico y moral. Con ello queda claro, además, el porqué de las incongruencias y los absurdos de los últimos radioteatros del boliviano. Es notoria la intención de contrastar el éxito como escritor de Mario con el fracaso del boliviano, quien ha perdido salud, fama, respeto, trabajo digno y dinero. Todos ellos elementos que ahora pertenecen al escritor consolidado.

Por esto que acabo de señalar, resulta plausible la propuesta de Alonso según la cual es Mario el verdadero autor de las narraciones que aparecen en los capítulos impares. Así, al no ser estos relatos imitaciones realistas de los libretos radioteatrales de Pedro Camacho,²¹ sino más

²¹ Recuérdese que en su anterior novela, *Pantaleón y las visitadoras* (1973), Vargas Llosa había imitado de manera realista numerosos documentos institucionales como partes, informes, memorándums, etcétera.

bien unas sinopsis de los mismos, el texto deja entrever la existencia de una entidad narrativa con pleno conocimiento tanto del género radioteatral, así como de la narrativa literaria canónica.

Teniendo en cuenta la hegemonía del discurso ostentada por el narrador Mario, todo hace suponer que es precisamente él quien ha escrito tales sinopsis de los radioteatros, para demostrar así su versatilidad con ambos códigos narrativos: el proveniente de la tradición literaria y aquel que nace en la industria cultural.

De modo que las experiencias de Marito son las que le han permitido a Mario componer la novela llamada *LTJE*, eliminándose de esta manera a esa otra figura autoral que era Pedro Camacho. En palabras de MacCracken: “At this second level of meaning, then, Vargas Llosa is attempting to assert the importance of one specific high cultural genre, the novel, over that of mass culture (the radio dramas) through these parodies” (67). Es así como Mario, mediante la demostración de su capacidad como novelista para imitar otras narrativas y hacer sátira de ellas, consolida la conquista de quien ha sido hasta entonces su rival.

Es importante señalar que, precisamente por seguir la tradición de la novela decimonónica europea, en *LTJE* se visibiliza el vínculo entre alta cultura y cultura masiva que la estética del *modernism* europeo y anglosajón aspiró a borrar. Efectivamente, al emular la incorporación del melodrama y el sensacionalismo de las novelas decimonónicas, Vargas Llosa desestabiliza los límites impuestos al género novelístico por la alta cultura en las primeras décadas del siglo XX. Como precisa Gutiérrez Mouat: “modernism denied its base origins by sublimating artistic creation and lodging it in a cultural sphere viewed as transcendental and autonomous” (73). De esta manera es como se creó una división artificial entre productos artísticos y productos de consumo masivo, que no es más que la configuración discursiva de una jerarquía cultural en la que los primeros son considerados superiores a los segundos.

Es precisamente esta autonomía de los productos de la alta cultura con respecto al mercado la que es socavada en *LTJE*. Como he señalado previamente, *LTJE* muestra cómo los radioteatros juegan un rol fundamental en la formación de Varguitas como escritor. Es a través del dominio y la parodia satírica de ese género masivo que este consolida su estatus de artista. Como el mismo Marito admitía en una cita anterior, Pedro Camacho es el modelo más cercano al tipo de escritor en el que él quiere convertirse. De esta manera es que la novela de Vargas Llosa visibiliza con detalle el vínculo de continuidad entre cultura masiva y alta cultura.

No obstante, aunque el epílogo de *LTJE* sea una suerte de esfuerzo final para contener simbólicamente a esa cultura masiva en expansión que amenaza el consumo de literatura con su popularidad, el texto mismo describe la inutilidad de esa tarea. A su retorno al Perú luego de muchos años, Mario descubre que los productos de la industria cultural no han hecho más que expandirse por toda la ciudad. Lima se ha transformado enormemente como producto de la migración interna y una consecuencia de ello ha sido la aparición de un público que demanda nuevas formas de entretenimiento. Nada grafica mejor este cambio que la trayectoria laboral de Pascual, personaje que al inicio de la novela trabaja como asistente del joven Marito en la preparación de los boletines de Radio Panamericana.

Cuando Marito era jefe de Pascual, lo reprendía constantemente por la tendencia de este a darle un enfoque sensacionalista a las noticias que redactaba. Por ejemplo, ante la airada pregunta de Marito por una nota cargada de truculencia escrita por Pascual (acerca de un terremoto en Oriente), este responde que lo hizo “Porque no había ninguna noticia de actualidad importante y ésa, al menos, era entretenida” (20). Marito replica a su asistente que si este continúa aplicando su concepción tremendista del periodismo “estaríamos los dos en la calle” (20). Esta dinámica entre jefe y asistente se produce a lo largo de la novela, graficando

vívidamente el enfrentamiento entre dos maneras de entender la labor periodística y, sobre todo, de manejar el lenguaje.

Sin embargo, en el Perú al que retorna Marito, esa concepción sensacionalista de su ex asistente es la que prima y, por el contrario, es la que le ha permitido a Pascual tener un puesto de mayor rango: jefe de redacción de la revista *Extra*. En efecto, ahora son las noticias las que han incorporado intensivamente el sensacionalismo de los radioteatros, haciendo difícil la distinción entre uno y otro si es que, por ejemplo, se lee la nota periodística fuera de su contexto. En su paseo por la paupérrima redacción de *Extra*, Mario se topa con carátulas de la revista en las que “alcancé a leer frases como 'Mata a la madre para casarse con la hija' y 'Policía sorprende baile de dominós: ¡Todos eran hombres!’” (335). Mario está impactado por estos cambios y no es casual que esta narración esté precedida por una sombría descripción del desorden traído a la capital por la migración masiva:

Al salir de la Biblioteca Nacional a eso de mediodía, bajaba a pie por la avenida Abancay, que comenzaba a convertirse en un enorme mercado de vendedores ambulantes. En sus veredas, una apretada muchedumbre de hombres y mujeres, muchos de ellos con ponchos y polleras serranas, vendía, sobre mantas extendidas en el suelo, sobre periódicos o en quioscos improvisados con cajas, latas y toldos, todas las baratijas imaginables, desde alfileres y horquillas hasta vestidos y ternos y, por supuesto, toda clase de comidas preparadas en el sitio, en pequeños braseros. (331)

Al analizar este mismo fragmento, Cornejo Polar llama la atención acerca de cómo la cultura letrada aparece agresivamente rodeada por la cultura oral, “hasta un punto que también la biblioteca podría asumir, dentro de ese contexto, la condición que se autoasigna el personaje-narrador: un ente extraño, algo extravagante, frente y dentro de una nueva realidad que lo excede y –literalmente– lo descentra” (“Una heterogeneidad” 838). Los radioteatros fueron apenas un primer momento en la expansión de una nueva forma de entretenimiento, la cual ha ido

aproximándose al exceso de las notas “periodísticas” de Pascual. Es de ese mundo del que, el Mario que retorna al Perú, se siente ajeno. El escritor que llega de Europa descubre con asombro cómo el desborde que caracterizaba a los textos de su exsubordinado, así como a los radioteatros de Pedro Camacho, ha alcanzado ahora plena legitimidad. Más aún, el sensacionalismo que antes se mantenía restringido a la ficción ha pasado a convertirse en parte del panorama social y económico de un país en el que, día a día, la cultura literaria es empujada hacia los márgenes.

Es momento ahora de examinar el nivel extratextual de *LTJE*, ya que el cotejo entre Mario-Marito y el autor Mario Vargas Llosa ofrece también importantes ideas acerca de la reacción de los intelectuales latinoamericanos ante el avance de las narrativas mediáticas. Cabe recordar nuevamente entonces la pertenencia de Vargas Llosa al llamado *Boom* de la novela latinoamericana, agrupación de escritores cuya denominación con este término comercial en inglés resalta con claridad sus vínculos con el mercado. Como señalé al inicio de este capítulo, los escritores del *Boom* se enfrentaron a finales de la década de 1960 a un contexto comercial en el que el consumo de libros en lengua española experimentaba un declive que contrastaba con el incremento en el consumo de películas y programas televisivos. Por eso mismo, las grandes editoriales, principalmente las españolas, emprendieron numerosos esfuerzos para consolidar sus ventas. Muchos narradores, en lo que respecta a los textos mismos, se ven en la necesidad de recurrir a estrategias creativas que les permitan conservar a sus lectores, así como expandirse hacia nuevos grupos de consumidores.

García Liendo puntualiza que ya desde la década de 1960 el intelectual latinoamericano se ve obligado a escoger entre dos caminos, los cuales están relacionados con dos posiciones ante el avance de la cultura de masas: “o se aferra a esa práctica minoritaria [la cultura de élite], intensificando la separación entre el productor y el público (T. Adorno), o se inscribe el trabajo

en las nuevas condiciones capitalistas, politizando el espacio de la mercantilización e industrialización de la cultura (Benjamin)” (25). En el caso de *LTJE*, se propone una tercera opción a medio camino entre una posición elitista y otra fuertemente politizada. En ella, se trata de visibilizar los códigos mediáticos pero utilizando un modo narrativo que permita apropiarse de sus virtudes y, al mismo tiempo, mostrar sus defectos. Este mecanismo es el de la parodia satírica.

El lector o lectora de *LTJE* debe poseer ciertas competencias: tiene que estar familiarizado con el código narrativo de los radioteatros, aunque sea de manera indirecta, y además debe ser capaz de darse cuenta de la burla que se hace de estos. De lo contrario, no se puede consolidar la idea de que la novela que se está leyendo es un género superior a los guiones radioteatrales que se satiriza en ella. Lo interesante es que *LTJE* permite que los lectores formados en el consumo de obras literarias de la alta cultura se entretengan con los sumarios de los radioteatros sin que ello implique que se han “rebajado” de nivel. Aunque, en realidad, eso es lo que está ocurriendo. Apunta O'Bryan: “We may laugh at the serials [los radioteatros de Camacho] and the public that consume them but our laughter has an ironic ring, for in this case we are that public” (28). Naturalmente, en el mencionado último capítulo las cosas vuelven a su sitio, se reestablece el orden y Camacho (con todo lo que representa) es castigado simbólicamente. El lector culto, entonces, ha podido entretenerse sabiendo que simplemente se está riendo de algo ridículo, de una sátira. Al mismo tiempo, un público que goza sin complejos de las historias melodramáticas presentadas en el cine y la televisión, puede sentirse atraído a la lectura de esta novela precisamente por la abundancia de elementos melodramáticos que incorpora en su estructura.

En una serie de conferencias que diera Mario Vargas Llosa en Syracuse University en 1988, el escritor peruano confesaba su fascinación por los géneros populares consumidos masivamente en el siglo XIX, especialmente en Europa. Se refería específicamente a las novelas por entregas (o folletines), los cuales, según su opinión, alcanzaban a un público heterogéneo gracias a su capacidad para entretenerlo creativamente. Vargas Llosa evidencia en esta entrevista su enorme admiración por los novelistas europeos del siglo XIX, quienes además de ser para él grandes creadores “were at the same time populars writers who wrote books and stories that reached all kinds of audiences” (Lichtblau 105). Es notorio su aprecio por escritores como Honoré de Balzac, Charles Dickens y Victor Hugo, representantes por excelencia del escritor con gran acogida popular. El autor de *LTJE* remarca, a continuación, el vínculo de continuidad que existe entre aquellas novelas por entregas del siglo XIX y los radioteatros del siglo XX.

Después de referirse al lenguaje estereotipado con que se componen estos últimos, declara que “I always had the temptation to use the mechanics, the techniques, and the themes of popular genres as raw material for writing an artistic work, in which cliches and dead language could change its nature because of the context in which they were used” (Lichtblau 106). *LTJE* es la novela en la que el escritor peruano cede a esa “tentación” de apropiarse creativamente de los productos mediáticos. A nivel extratextual se puede apreciar, entonces, el interés de Vargas Llosa por emular a Balzac, Dickens y Hugo en su capacidad para utilizar los mecanismos narrativos de los géneros populares en la composición de una obra que satisfaga también el gusto de los lectores de élite. Según como se infiere de esta entrevista, había en Vargas Llosa una significativa nostalgia por una época en la que los novelistas no sólo tenían muchos lectores, sino que eran celebridades admiradas por un público numeroso. Eran, por supuesto, escritores profesionales que podían vivir gracias a la venta de sus narraciones.

No obstante, la *LTJE* contiene dos advertencias con respecto precisamente a la profesionalización del escritor latinoamericano del siglo XX. Estas prevenciones tienen como punto de referencia la actividad creadora-productiva de Pedro Camacho. Es importante tener en cuenta que el boliviano es llamado “Balzac Criollo” por Marito y su amigo Javier. Esta comparación tiene que ver con lo que la figura de Balzac representa para estos dos jóvenes. Pedro Camacho les hace pensar en este escritor francés en la medida en que ambos autores son capaces de producir numerosas obras durante extensos periodos de tiempo. Un segundo rasgo está relacionado con la intensa intertextualidad presente tanto en las obras de Balzac como en las de Camacho. Es decir, con su interés por hacer intervenir a los personajes de una historia en otras. Esta práctica, común para el creador de *La comedia humana*, también es llevada a cabo en el siglo XX por el guionista radioteatral. Finalmente, el francés y el boliviano comparten la característica en común de ser seguidos por un gran número de lectores y radioescuchas, respectivamente.

De esta manera, en *LTJE* se genera una breve genealogía de autores profesionales: Balzac, Camacho y Vargas Llosa. Tres escritores (dos reales y uno ficticio) que colocan en el mercado sus obras en distintos contextos comerciales. Según es planteado en la novela, Camacho vendría a ser la actualización de Balzac a mediados del siglo XX: como si el novelista francés hubiera pasado de la escritura de folletines a la de radioteatros. Asimismo, si se tiene en cuenta, ahora en el nivel extratextual, que es Vargas Llosa quien ha reescrito los radioteatros de Camacho en los capítulos pares de la novela, se puede afirmar que aquel se presenta como una versión mejorada de Camacho en la segunda mitad del siglo XX.

Vargas Llosa se presenta, entonces, a través de su alter ego Marito, como modelo del escritor profesional de su época. *LTJE* contiene una serie de propuestas sobre cómo debe

asumirse el oficio de novelista a finales del siglo XX. En cuanto a su labor creativa, este debe considerar válida la apropiación de los códigos narrativos de los productos mediáticos; y, con respecto a su conducta profesional, este tipo de escritor debe mostrarse dispuesto a insertarse plenamente en el mercado. Esta profesionalización demanda, además, un orden más estricto en la vida pública y privada del escritor. Escribe Rama en su evaluación crítica sobre el *Boom* latinoamericano:

El escritor que se ha profesionalizado deja atrás definitivamente tanto la 'inquerida bohemia' como la 'inspiradora musa' a las que debimos tantas geniales y fragmentarias improvisaciones que no tuvieron sucesión, porque ahora deviene un productor, a imagen de cualquier otro trabajador de la sociedad [...] La profesionalización lo suelta de un modo indirecto al mercado, lo que no quiere decir que haga de él meramente un servidor, sino que lo obliga a asumirse como un productor que trabaja dentro de ese marco impuesto. Allí debe operar y triunfar". (93-94)

Ciertamente, esto es lo que ha asumido el Mario del epílogo de *LTJE*. Por ejemplo, su retorno al Perú periódicamente se debe a un acuerdo económico que hace con dos empresas periodísticas limeñas: “el trueque que acordamos, primero con el diario *Expreso* y luego con la revista *Caretas*, de artículos por dos pasajes de avión, me resultó providencial” (330). Mario describe esos viajes al Perú como “investigaciones” que debía realizar como parte de su “manía por la ficción realista”. A todas luces, su comportamiento es el del escritor profesional contemporáneo que quiere seguir ofreciendo los productos textuales que son del gusto de sus lectores, en este caso, ficciones realistas en las que la atención a los detalles del mundo real tiene una gran importancia. En consecuencia, para cumplir con esta demanda de realismo literario el novelista debe acometer un prolijo trabajo de documentación.

Así, un año, había emprendido un viaje a la zona del Alto Marañón, para ver, oír y sentir cerca un mundo que era escenario de la novela que escribía, y otro año, escoltado por

amigos diligentes, había realizado una exploración sistemática de los antros nocturnos – cabarets, bares, lenocinios–, en los que transcurría la mala vida del protagonista de otra historia. (331)

Se trata de asegurar que el producto mantenga tanto el estándar de calidad literaria como las características estilísticas que hicieran famoso a su autor. En el caso de Vargas Llosa, esto tiene que ver con un estilo que, para la década de 1970, estaba relacionado con la representación realista de la sociedad peruana que había hecho el novelista en anteriores publicaciones. Es esta expectativa de los lectores la que se busca satisfacer mediante la exhaustiva documentación.

Además, el modelo de escritor profesional propuesto por Vargas Llosa es el de un creador consciente de que su vida privada, en caso de haber alcanzado la fama, puede ayudarle a atraer la atención de muchos lectores. Así, aunque en repetidas ocasiones Vargas Llosa haya declarado que se vio en la necesidad de incorporar experiencias de su vida real en *LTJE* para así balancear el nivel de irrealidad que le daban a la novela los radioteatros de Pedro Camacho, es inevitable pensar en motivos no literarios que lo llevaron a tomar esa decisión. Cabe recordar que para finales de la década de 1970 Vargas Llosa gozaba ya de fama y prestigio trasnacional en lo que al ámbito literario hispanoamericano respecta.

Es así que Ellen McCracken se ha referido al uso de la autobiografía en *LTJE*, proponiendo la hipótesis de que, al narrar episodios personales en los capítulos impares de la novela, Vargas Llosa estaría tomando ventaja del interés del público contemporáneo por los detalles escandalosos en la vida privada de los famosos. De modo que “By coupling this popular genre [la autobiografía] with a happily ending love story, Vargas Llosa perhaps exploits media techniques for his own economic purposes, rather than denouncing their manipulative character” (64). Esta lectura sugiere, entonces, la explotación económica de la vida privada del autor, así

como la instrumentalización de su crítica a los medios, como parte de una estrategia comercial destinada a incrementar las ventas del libro. Maniobra que, al margen de cualquier intención del autor, tuvo gran efectividad a juzgar por lo que se comenta en una reseña de la versión en inglés de la novela, aparecida en *The New York Times* en 1982: “The fictional characters do not need this authentication, but the matter deserves at least a mention since the roman a clef element has generated talk of Vargas Llosa's indiscretion. Also, it is nifty gossip for Vargas Llosa fans, whose numbers are increasing”.²²

Esta incorporación de hechos escandalosos en la novela, que son relacionados con la vida de su autor²³ y que están motivadas por un interés comercial, no es, por supuesto, un fenómeno exclusivo de la región. Se trata de la extensión en el ámbito de la narrativa latinoamericana de las estrategias comercial de la prensa sensacionalista mundial. De ahí que, en palabras de Gutiérrez Mouat, el espacio de la literatura contemporánea esté ubicado “somewhere between the classics and the most banal products of the culture industry” (72). Es precisamente en esa intersección en la que se ubica esta novela de Vargas Llosa.

Ahora bien, si en *LTJE* Mario es el modelo del escritor profesional contemporáneo, Pedro Camacho es el antimodelo. Desde su vestimenta anticuada, pasando por su manera engolada de hablar y su complacencia en vivir en la pobreza, a pesar de recibir una buena remuneración por su trabajo, Camacho encarna lo que no debe ser un escritor profesional a finales del siglo XX. El

²² <http://www.nytimes.com/1982/08/01/books/peruvian-soap-opera.html?pagewanted=all> (Recuperado el 16/02/2017).

²³ Los hechos autobiográficos narrados en una novela pueden o no corresponder en su totalidad a los hechos “reales” de la vida del autor. No obstante, lo que importa es el efecto autobiográfico que resulta de la frecuente mención de nombres y acontecimientos fácilmente relacionables a la vida del autor. En el caso de *LTJE*, ya desde la dedicatoria que precede a la historia (“A Julia Urquidi Illanes, a quien tanto debemos yo y esta novela”) se va preparando el terreno para el logro de dicho efecto autobiográfico.

epílogo de la novela advierte acerca de cuáles son las consecuencias de no saber adaptarse a los cambios en la industria cultural.

Por ejemplo, en la sección final de la historia, el dueño de la revista sensacionalista donde ahora trabaja Camacho le dice a Mario que al ex libretista sólo le asignan la simple labor de recolector de datos, y no la de redactor, debido a que Camacho: “Es un huachafo, usa palabras que nadie entiende, la negación del periodismo” (342). Desplazado del medio en que ese mismo lenguaje le garantizaba el favor de los radioescuchas, la antigua celebridad sólo puede aspirar ahora a sobrevivir en los márgenes del periodismo sensacionalista, el cual está caracterizado por su extrema cercanía con la espontaneidad del habla popular.

Lo anterior representa una diferencia fundamental con Mario quien, precisamente por temor a usar “palabras que nadie entiende” retorna anualmente al Perú por un mes y así puede: “volver a oír hablar peruano, escuchar a mi alrededor esos giros, vocablos, entonaciones que me reinstalaban en un medio al que me sentía visceralmente próximo, pero del que, de todos modos, me había alejado, del que cada año perdía innovaciones, resonancias, claves” (330). Es esta capacidad del escritor para prestar una atención crítica a la transformación del habla lo que la novela valora como positivo.

De otro lado, el problema con Camacho es que dedica muchas horas a su trabajo. Como señalé previamente, esto atenta contra el orden que debe seguir el escritor profesional contemporáneo. Este orden tiene como finalidad garantizar la continuidad en la producción para el mercado. Sin embargo, Camacho escribe, dirige y, en algunos casos, actúa en sus radioteatros, todo ello sin recibir una remuneración extra y exigiendo su capacidad física al máximo:

Escribía los radioteatros a medida que se iban radiando; comprobé que cada capítulo le tomaba apenas el doble de tiempo que su interpretación, una hora. Lo cual significaba, de

todos modos, unas diez horas en la máquina de escribir. Esto disminuía algo gracias a los domingos, su día libre, que él, por supuesto, pasaba en su cubículo, adelantando el trabajo de la semana. Su horario era, pues, entre quince y dieciséis horas de lunes a sábado y de ocho a diez los domingos. (122-23)

Es precisamente esta rutina exhaustiva la que conduce a Camacho al hospital y, con ello, a su posterior deterioro físico y moral. Se comprueba también de esa manera que Camacho es un *cyborg* defectuoso en cuanto las fallas en su parte orgánica lo han llevado al colapso.²⁴ El autor de radioteatros ha sido incapaz de administrar su tiempo de modo que ni su salud ni su estabilidad laboral corran riesgo alguno. Las malas condiciones materiales en las que ahora sobrevive aparecen como castigo a su conducta antiprofesional.

En este aspecto, la actitud de Mario también es la contraria. Sus esfuerzos han sido destinados a administrar su tiempo de tal manera que le permita dedicarse a la creación literaria con comodidad. En el texto se remarca continuamente la ansiedad de Mario ante la posibilidad de volver a consumir sus fuerzas en diversos trabajos extraliterarios. Esto es lo que le había ocurrido cuando, tras su boda con Julia, tuvo que acumular siete empleos que le permitieran cubrir sus nuevos gastos.

La comparación con Camacho es propuesta por el mismo Mario: “Con estos trabajos (que me hacían sentir, un poco, émulo de Pedro Camacho) logré triplicar mis ingresos y redondear lo suficiente para que dos personas pudieran vivir” (322). La necesidad (la fatalidad) de trabajar muchas horas al día está estrechamente ligada a la circunstancia de vivir en el Perú. Mientras que el viaje a Europa representa la posibilidad de una liberación de cargas laborales ajenas al arte.

²⁴ Sería posible leer esta representación del *cyborg* descompuesto como un conjuro del temor a la intervención de la tecnología en la creación literaria.

Sin embargo, a diferencia del autor boliviano, Mario opta por evitar el trabajo intensivo tanto como puede. Esto está efusivamente expresado en el epílogo de la novela: “El recuerdo de mis siete trabajos alimenticios limeños, que con las justas nos permitían comer, apenas leer, y escribir sólo a hurtadillas, en los huequitos que quedaban libres y cuando estaba ya cansado, me ponía los pelos de punta y me juraba que no volvería a ese régimen ni muerto” (330). Es esta otra de las “conquistas” que se narran en la novela, aquella que tiene que ver con una mayor disponibilidad de tiempo para la creación literaria, y también con un ordenamiento eficiente de las horas dedicadas a la misma.

Esta cuidadosa administración del tiempo creativo está simbolizada también por el hecho de que Patricia, la nueva esposa (y prima) de Mario, sea bastante estricta en el control de la rutina de su marido. Así, cuando este regresa a casa luego de la reunión en la que se reencontrara con sus antiguos compañeros de la radio, su segunda esposa lo recibe “con cara de pocos amigos” y le recuerda que ella no es tan complaciente como Julia:

Me dijo que era posible que con el cuento de documentarme para mis novelas, yo, a la tía Julia le hubiera metido el dedo en la boca y le hubiera hecho las de Barrabás [...] Pero que a ella le importaba un pito cometer crímenes de lesa cultura, así que la próxima vez que yo saliera a las ocho de la mañana con el cuento de ir a la Biblioteca Nacional [...] y volviera a las ocho de la noche con los ojos colorados, apestando a cerveza, y seguramente con manchas de *rouge* en el pañuelo, ella me rasguñaría o me rompería un plato en la cabeza. (342-43)

El contraste entre la actitud de ambas mujeres ante la rutina de su esposo es otro de los elementos que resaltan en la transformación de Marito en Mario. Si el romance con Julia tenía los elementos de un radioteatro de Pedro Camacho, con todo el descontrol que ello implica, la vida matrimonial con Patricia está signada a todas luces por un estricto orden. Como apunté con anterioridad, a Julia se le asigna en la novela el rol de formadora de una sensibilidad ligada al

consumo masivo. En el caso de Patricia, ella aparece como la encargada de contener cualquier exceso que afecte la productividad del escritor profesional.

La figura de la esposa como indicador de estabilidad en la vida del creador también opera en el caso de Camacho. Sólo que en su caso el resultado no es positivo. Así, mientras Patricia garantiza el orden en la vida de Mario, la esposa del boliviano ha sido siempre un elemento desequilibrante. Esta es la descripción grotesca que hace de ella uno de los personajes: “–Nadie se imagina el monstruo que es [...] Una argentina viejísima, gordota, con los pelos oxigenados y pintarrajeada. Canta tangos medio calata, en el Mezannine, esa boite para mendigos [...]– Qué cantante ni cantante, es una puta” (341). En la serie de contrastes que se remarcan en el capítulo final de la novela, aquel entre la esposa ordenada (Patricia) y la bohemia (la innombrada esposa de Camacho) complementa el que se había señalado entre la esposa disciplinadora (Patricia) y la permisiva (Julia).

Todas estas actitudes asumidas por Mario son las que, en el mundo representado en *LTJE*, garantizan que el escritor contemporáneo disfrute de mejores condiciones materiales para realizar su trabajo creativo. Ellas representan, entonces, la propuesta de Vargas Llosa para lo que denominaré “un Balzac de finales del siglo XX”.

CAPÍTULO 3

UNA NUEVA CONCEPCIÓN DE ARTE: *MORIRÁS MAÑANA* (2010-2012)

El estatus artístico de la prosa de Jaime Bayly (Lima, 1965) ha sido cuestionado por un amplio sector de la crítica especializada en el Perú desde la publicación de *No se lo digas a nadie* (1994), su primera novela. A pesar de que esta y sus siguientes obras se convirtieron en *bestsellers* inmediatos, a lo largo de la década de 1990 diversos críticos peruanos manifestaron su desdén hacia este fenómeno de ventas al cual la influyente revista limeña *Quehacer* denominó el *baylyboom*.²⁵ Esta valoración negativa tenía que ver con el hecho de que, previo a su debut como novelista con *No se lo digas a nadie*, Jaime Bayly era conocido en el Perú sólo como un irreverente animador de televisión. De modo que resultaba difícil asociar su imagen mediática con las concepciones tradicionales de lo que era un autor literario.

Sin embargo, como demostraré en este capítulo, las novelas de Bayly son producto de la redefinición del concepto de arte configurada por las dinámicas del neoliberalismo global. La trilogía de novelas titulada *Morirás mañana* expresa literariamente este fenómeno en el que el espectáculo pasa a formar parte, con la adquisición de capital simbólico que ello implica, del campo del arte. Mediante la visibilización de espectáculos televisivos fallidos así como de inconsistencias en el circuito literario latinoamericano, Bayly propone en esta trilogía una nueva concepción de arte en la que el entretenimiento, la destreza técnica y el volumen del consumo juegan un rol de primer orden. De esta manera, mi análisis cuestiona el pretendido carácter reaccionario de la producción novelística de Bayly mostrando el aspecto innovador de la misma.

²⁵ *Quehacer*, enero-febrero 1998.

Un notable incremento en el consumo de productos mediáticos en la sociedad latinoamericana se cuenta entre las grandes transformaciones que trajo consigo la implementación de políticas neoliberales en esta región durante la década de 1990. En efecto, como consecuencia de la globalización de los mercados y la cultura, contenidos audiovisuales, especialmente estadounidenses (películas, videoclips, canciones, programas televisivos, cómics, entre otros) empezaron a adquirir en este periodo una popularidad en una escala no registrada con anterioridad.

La industria editorial en lengua española no fue ajena a estas transformaciones y por ello acogió con beneplácito propuestas literarias que, al servirse del imaginario y los códigos narrativos de los medios, representaban novedosas oportunidades para atraer nuevos grupos de consumo. Así, las grandes editoriales españolas promovieron las obras de jóvenes narradores que, por la facilidad con que hacían dialogar en ellas literatura y medios, resultaban atractivas para una gran cantidad de jóvenes con capacidad de consumo. Es en ese contexto internacional, en el que la industria editorial en lengua española abre nuevos nichos de mercado, que se publica en España una antología de narradores hispanoamericanos que genera una gran controversia. Se trata de *McOndo* (1996), publicación editada por los escritores chilenos Alberto Fuguet y Sergio Gómez que reúne relatos de dieciocho autores hispanoamericanos menores de treinta y cinco años. Esta antología, más allá de su evidente aspiración comercial, facilitada por el escándalo de su lanzamiento, constituye un interesante punto de referencia para comprender el modo en que los novelistas latinoamericanos de finales del siglo XX entendieron el posicionamiento de la narrativa literaria frente a los medios masivos audiovisuales y el mercado global.

Es necesario señalar que, más que los cuentos antologados, fue el prólogo firmado por los editores de *McOndo* lo que desató una gran polémica entre los críticos latinoamericanos. En esta

suerte de manifiesto de fin de siglo, Fuguet y Gómez expresaban con elocuencia su distanciamiento del llamado Realismo mágico, cuyo máximo símbolo sería Macondo, el pueblo ficticio creado por Gabriel García Márquez en *Cien años de soledad*. En este texto sarcástico y condenatorio que orientaba sus críticas no a García Márquez, sino a quienes componían y comercializaban libros deudores de los modelos narrativos del Nobel colombiano, los prologuistas reclamaban atención para una nueva propuesta estética: urbana, joven, hedonista, narcisista y abierta a los códigos culturales de la globalización. Más aún, Fuguet y Gómez enfatizaban que era precisamente la cultura de masas, nacida como producto de la expansión e integración de los mercados internacionales, la que operaba como factor cohesionante de las propuestas narrativas de los jóvenes antologados:

Latinoamérica es, irremediablemente, MTV latina, aquel alucinante consenso, ese flujo que coloniza nuestra conciencia a través del cable, y que se está convirtiendo en el mejor ejemplo del sueño bolivariano cumplido, más concreto y eficaz a la hora de hablar de unión que cientos de tratados o foros internacionales. De paso, digamos que McOndo es MTV latina, pero en papel y letras de molde. (16)

Afirmaciones polémicas como esta, en la que los editores de *MacOndo* utilizaban un canal de televisión internacional como alegoría de la cohesión de una propuesta literaria, generaron severos comentarios por parte del sector más conservador de la crítica latinoamericana. Así, aquellos que consideraban el contacto entre medios masivos y literatura una amenaza para el estatus artístico de esta última, reaccionaron airadamente tras la publicación de la antología. Y, como producto de este desencuentro, las obras de varios de los autores allí publicados fueron catalogadas desde entonces como “literatura *light*”, término de connotaciones negativas asociado con narrativas que exhiben una prosa sencilla, sincopada, plena de neologismos, y que a nivel temático rehúyen la discusión de temas políticos al tiempo que

abundan en referencias a la cultura de masas. Más aún, por su supuesta simpatía con el apoliticismo de cierta línea del pensamiento postmoderno, por su desdén por las ideologías totalizantes como el marxismo y por su celebración de la tecnología, lo urbano y lo desarrollado, Diana Palaversich calificaba a los “macondistas” en 2005 como “hijos obedientes del neoliberalismo” (48).

Críticas como esta se hicieron extensivas a la obra de Jaime Bayly quien participó en *McOndo* con un relato titulado “Extrañando a Diego”. El texto, en el cual se narraba el romance entre un aspirante a escritor y un actor de teatro y televisión, contenía casi todos los elementos de la propuesta detallada en el prólogo de la mencionada antología. Por ejemplo, el narrador omnisciente señalaba que los amantes del relato transitaban con comodidad entre Lima y Miami, comían hamburguesas de la cadena McDonalds, disfrutaban del programa televisivo del estadounidense David Letterman, usaban calzoncillos Calvin Klein y tomaban Coca-Cola. Para aquellos que cuestionaban el valor literario de textos que celebraban de esta manera el consumismo de los jóvenes pudientes latinoamericanos, la inclusión de este relato de Bayly en la categoría de “literatura *light*” resultaba incuestionable.

Desafortunadamente, el empleo facilista de dicha categoría ha ocluido el desarrollo de una importante línea de debate sobre los nuevos caminos emprendidos en la novelística latinoamericana. Una discusión que debería estar centrada en el interés de muchos de los autores de la llamada “generación McOndo” por proponer una nueva figura de escritor profesional. Propuesta atendible en cuanto implica la redefinición del estatus del arte novelístico en los años de transición entre los siglos XX y XXI. Y cuya relación con el mercado tiene que ver más con estrategias de negociación simbólica que con el sometimiento a sus dictados. Esto porque, como ha puntualizado Daniel Noemi, la concentración del neoliberalismo en el presente como tiempo

se ve también reflejada en una literatura que no puede evitar hablar de la realidad política y estética del aquí y ahora (138). Señala además Noemi que este abordaje del presente en novelas que, como las de McOndo, asumen una mirada individualista de la realidad no es acrítico ya que “son textos que se instalan en y hablan del mercado, que lo recorren, lo muestran y demuestran, pero que por medio de ese mismo recorrido nos permiten elaborar una visualización crítica de dicha realidad” (142). Esto acontece con Fuguet, cuyo interés en intensificar en sus obras la tensión entre literatura y mercado, como apunta Héctor Hoyos, puede ser entendida como una manera de cuestionar las reglas mismas del campo literario (112), pretensión para nada conservadora. En ese sentido, la trilogía de novelas *Morirás mañana* de Bayly, aunque publicada desde el 2010, es de gran utilidad para comprender esta nueva concepción de escritor profesional y arte novelístico que no sólo este autor peruano, sino muchos de sus pares “macondinos” empezaron a poner en práctica a finales del siglo XX.

En principio, cabe recordar que en el imaginario de la sociedad peruana de la década de 1990, la idea de lo que era un novelista estaba estrechamente ligada a la persona pública de Mario Vargas Llosa, especialmente desde finales de la década de 1980, cuando el escritor inició su campaña para las elecciones presidenciales. Esta asociación estaba bastante arraigada en el circuito literario peruano, como lo evidenciaban las palabras del escritor Santiago Roncagliolo: “a principios de los noventa, para mí, en el Perú ser escritor significaba escribir libros de 700 páginas y ser candidato a presidente, algo completamente lejano”;²⁶ pero también se apreciaba en circuitos más amplios. Así, en el mencionado periodo, la figura pública de Vargas Llosa había conseguido trascender el ámbito literario hasta convertirse en un personaje reconocible para

²⁶<http://www.lavanguardia.com/vida/20161130/412276494858/mcondo-la-ruptura-literaria-de-la-que-20-anos-despues-solo-queda-el-adn.html>

grandes sectores de la sociedad peruana. Aunque sus libros no eran leídos por la mayoría de sus compatriotas, para estos Vargas Llosa era reconocible como “el novelista” y “el escritor” por antonomasia.²⁷ Esta imagen conllevaba la atribución, por parte de ese amplio sector, de diversas características entre las que destacaban la sobriedad del escritor en el discurso público, su registro culto de habla y su masculinidad sin grietas. Características que, por el contrario, resultaban ajenas a la percepción común de Jaime Bayly, quien desde su primer trabajo como entrevistador en el programa televisivo *Qué hay de nuevo* (1991-1992) construyó una imagen pública en base a elementos opuestos: humor irreverente, lenguaje coloquial y una masculinidad ambigua.

Es comprensible entonces que la aparición de *No se lo digas a nadie* generara un gran escándalo en la sociedad y en el *establishment* literario peruano de la época. No sólo porque el protagonista de dicha novela fuera un joven homosexual o porque por sus páginas desfilaran numerosos consumidores de drogas, sino por el hecho de que Bayly hubiera construido su novela al modo de una *roman à clef*, es decir, esforzándose por llevar al lector a que identifique a personas reales con los personajes de su ficción. Por este motivo, la prensa de espectáculos peruana, desde antes de que la novela fuera puesta a la venta en las librerías locales, emprendió la tarea de “descubrir” quiénes eran los actores y actrices de teatro y televisión, políticos y futbolistas peruanos cuyas escandalosas anécdotas Bayly habría revelado en aquel su primer libro. Por un lado, el efecto publicitario de este escándalo fue bastante favorable para las ventas cuando la novela finalmente llegó a las librerías. Sin embargo, por otra parte, el revuelo

²⁷ En 1981 Vargas Llosa condujo en el Perú, durante seis meses, el programa de televisión *La torre de Babel* (Panamericana Televisión). Aunque esta incursión mediática le permitió presentarse ante un público más amplio que el de sus lectores, el carácter cultural de dicho programa impuso ciertos límites, ampliamente superados gracias a la cobertura periodística de su campaña presidencial de finales de 1980.

mediático tuvo un impacto negativo en su recepción por parte de la crítica literaria local, que fue bastante reticente en reconocer a Bayly como “escritor”.²⁸ Para ellos, el joven presentador de televisión era un personaje de la farándula local que, desprovisto de cualquier aspiración artística, sólo buscaba ganar dinero en base a la venta de libros escandalosos.

Una muestra de este rechazo se encuentra precisamente en la edición de la revista *Quehacer* que se refería al *baylyboom*. En ella, cuestionados acerca de los motivos del éxito de ventas de las novelas de Bayly, tres influyentes escritores y críticos literarios peruanos mostraron su escepticismo con respecto al valor literario de los libros del autor de *No se lo digas a nadie*. Estas tres reflexiones resumen el pensamiento de un amplio sector de la crítica literaria peruana de finales del siglo XX con respecto a las novelas de este escritor.

Gustavo Faverón empezaba su artículo reconociendo tres méritos en estas narraciones: el buen uso de la oralidad, la facilidad con que se yuxtaponían sucesos llamativos y la sencillez de su lenguaje. Pero inmediatamente resaltaba la carencia en Bayly de “cualquier idea de composición”, lo que resultaba en una “fragmentación dolosa de las historias contadas y una frustración de los personajes en su posibilidad de aparecer como caracteres coherentes” (89-90). Criticaba, además, la “total ausencia de búsquedas lingüísticas” (90) y señalaba como factor del éxito de ventas “el aprovechamiento de una celebridad previa, conseguida con mejores armas, en otro campo” (90). Ya al final de su artículo, y tras haber afirmado con contundencia que “jamás han existido **best sellers** experimentales”, Faverón aseguraba que era imposible “pensar en los

²⁸ Caso muy distinto de lo que ocurrió en España, donde la crítica leyó a Bayly como parte de la generación de jóvenes escritores que, desde la estética del realismo sucio norteamericano, exploraban los márgenes de las sociedades hispanoamericanas. O como una manifestación del estilo minimalista estadounidense.

libros de Bayly como factores de debate acerca de cualquier asunto trascendente” (90, énfasis en el original).

En la línea de Faverón, para el también escritor Iván Thays, el éxito de Bayly podía ser explicado por su popularidad como figura de la televisión, y puntualizaba que “no creo que sea una mezquindad decir que el éxito de sus novelas pasa antes por el terreno comercial que por el literario” (91). Asimismo, Thays expresaba su desacuerdo con la auspiciosa recepción crítica que *No se lo digas a nadie* había recibido en España: “La crítica española que lo ha comentado con admiración es una crítica desdeñable que valora primero el entretenimiento que la propuesta literaria” (91). Se preguntaba en seguida, y en alusión al prestigioso premio Herralde de novela que se le acababa de conceder a Bayly, si en la actualidad un libro como *Paradiso* de José Lezama Lima podría ganar el premio de editorial alguna. Y en una nueva coincidencia con Faverón subrayaba la falta de oficio de Bayly: “No hay en él trabajo literario, ni esfuerzo, ni conciencia de sus recursos” (91). Según su punto de vista, entonces, aquellos críticos que asociaban la “desidia literaria” de Bayly con el minimalismo olvidaban que este estilo “está tan lleno de trucos y recursos literarios como, por ejemplo, el barroco” (92). “Trucos” de los que carecía el autor de *No se lo digas a nadie*, al que además le faltaba el coraje y la vocación por el trabajo constante.

Enrique Planas se refería también a las particularidades de la recepción de Bayly en el Perú y en España. Así, recordaba que mientras que en su país natal “por más libros que publique, Bayly siempre será el chico de la tele”, del otro lado del Atlántico será “el escritor peruano que viene a suceder a los mayores conocidos, Vargas Llosa y Bryce” (93). Ofreciendo su testimonio de lectura de *La noche es virgen* —la novela galardonada con el Herralde—, Planas señalaba que el libro lo entretenía, lo hacía reír, “pero jamás me duele el alma” porque es “literatura sin dolor

ni memoria” (94). Para Planas, Bayly había sido muy astuto en la construcción de un personaje literario tanto dentro como fuera de sus libros. Sin especificar a cuál de estos dos ámbitos se estaba refiriendo, el crítico afirmaba que dicho personaje era “valiente hasta para venderse a sí mismo” (94). Planas cerraba su comentario sin el tono condenatorio de Faverón y Thays, pero sí con cierta ironía: “La tele está hecha para los grandes mentirosos, es cierto. Pero la literatura (ya lo dijo tantas veces Vargas Llosa) también. ¿Por qué tanto éxito para Bayly? Porque sabe mentir bien pues [...]” (94).

Lo interesante de estos comentarios es que se basaban en una polarización en la que por un lado estaban los “escritores artísticos” y por el otro el “escritor de entretenimiento” (Bayly). Sin embargo, la aparición de un autor como Bayly representaba también el surgimiento de una nueva manera de poner en marcha un diálogo creativo entre arte y entretenimiento. Todo ello como consecuencia lógica de la mencionada transformación del mercado editorial literario a inicios de la década de 1990. Un cambio que ya el mismo Vargas Llosa, como se vio en el capítulo anterior de esta disertación, prefiguraba y combatía simbólicamente en *La tía Julia y el escribidor*. Y que Bayly, por su parte, encarna y celebra en cada una de sus publicaciones.

Resulta imprescindible recordar en este punto que fue Mario Vargas Llosa quien ofreció ayudar a Jaime Bayly con la publicación de *No se lo digas a nadie*. Como este mismo ha contado en diversas entrevistas y columnas periodísticas, fue gracias a las gestiones del autor de *La tía Julia y el escribidor* que él pudo vender su primera novela a la prestigiosa editorial española Seix Barral.²⁹ El aval del afamado novelista quedaría registrado, además, en el cintillo que

²⁹ “Aunque [Mario Vargas Llosa] estaba apremiado por múltiples compromisos, tuvo el gesto de detenerse, sentarse conmigo en los sillones del gran salón con una cúpula de vitrales, abrir mi novela fotocopiada y darme una clase rápida de cómo debía diseñarse, con un mínimo rigor, el artefacto de una novela persuasiva. Luego supe que llamó por teléfono a Pere Gimferrer [editor de Seix Barral] y le pidió que publicara mi novela. Estoy seguro de que

acompañaba al libro, en el cual este afirmaba que: “Esta excelente novela describe con desenvoltura y desde dentro la filosofía desencantada, nihilista y sensual de la nueva generación”.

Este padrinazgo literario remarca precisamente la línea de continuidad entre las propuestas de ambos escritores. Es necesario precisar, por otra parte, que la particularidad de Bayly es la de haber partido de la propuesta estética vargasllosiana que menos novelistas peruanos habían retomado hasta ese momento. No la propuesta de la “novela total”, sino aquella desarrollada en *Pantaleón y las visitadoras* y *La tía Julia y el escribidor*. Esta implicaba la apropiación en la novela de elementos de la cultura de masas ligados al entretenimiento para producir efectos humorísticos, sin que ello significara la pérdida de su estatus de “obra de arte”.

Bayly parte de estos postulados para luego redefinir precisamente lo que puede ser incluido en la esfera del arte. Esto se observa, por ejemplo, en el modo en que ambos escritores entienden el uso de las referencias autobiográficas en sus respectivas novelas. Así, el mecanismo autoficcional utilizado por Vargas Llosa en *La tía Julia y el escribidor* —es decir, la incorporación de elementos autobiográficos en un relato clasificado como ficticio—, atrajo a un nuevo tipo de lectores que entendieron la novela como una “revelación escandalosa” del romance del autor con su tía Julia Urquidi. Sin embargo, como ya he indicado, Vargas Llosa fue siempre enfático en ofrecer explicaciones literarias que justificaran el empleo de pasajes autobiográficos en su libro: “Why not use my own name, my own face, my own biography as the realistic counterpoint of this incredible and unrealistic story of Pedro Camacho?” (*A Writer’s*

Gimferrer se animó a publicar *No se lo digas a nadie* gracias a esa llamada”. Jaime Bayly, “La novela del escándalo”, Perú 21, <http://peru21.pe/opinion/novela-escandalo-2182857>

Reality 111). Es claro que para Vargas Llosa la inclusión de experiencias reales tenía que ver principalmente con la solución de un problema de técnica literaria.

Para Jaime Bayly, de otro lado, ha sido totalmente irrelevante presentar argumentos de índole literaria para explicar el empleo de sucesos de su vida privada en sus novelas. Ha enfatizado, por el contrario, la utilidad de las referencias y guiños autobiográficos como estrategias extraliterarias que contribuyen al incremento de las ventas. De ahí que en sus novelas, por mencionar algunas de sus tácticas, el nombre de sus protagonistas guarde con frecuencia similitudes fonéticas con el suyo: Joaquín Camino (*No se lo digas a nadie*), Diego Balbi (*Los últimos días de La Prensa*), Gabriel Barrios (*La noche es virgen*), Jimmy (*Yo amo a mi mami*), Julián Beltrán (*Y de repente un ángel*), Jaime Baylys (*El canalla sentimental*), Javier Garcés (*Morirás mañana*), Juan Balaguer (*La lluvia del tiempo*), Jaime Baylys (*El niño terrible y la escritora maldita*). Además, la recurrencia del autor en la presentación de sus novelas como “autorretratos” contribuye a crear esta percepción de continuidad entre vida privada y ficción. Por ejemplo, en una entrevista en 2016, Bayly manifestaba que sus novelas eran “autorretratos literarios en los que no trato nunca de embellecerme”. Explicaba además que:

Hay escritores que preservan celosamente su intimidad, su vida privada y prefieren fabular historias sobre otras personas. Dicen voy a escribir una gran novela sobre un dictador latinoamericano, un gran caudillo, un muerto ilustre, y yo admiro ese género literario, pero el género que a mí más me ha interesado es el del autorretrato literario: uno vuelve a pintarse a uno mismo, a desdibujarse, a acentuar sus rasgos más grotescos. Los mejores cuadros de Frida Kahlo eran eso, siempre pintándose a sí misma, lo mismo que Rembrandt, Van Gogh, Picasso.³⁰

³⁰<http://www.telam.com.ar/notas/201605/146483-bayly-mis-novelas-son-autorretratos-literarios-en-los-que-no-trato-nunca-de-embellecerme.html>

Hay dos detalles relevantes en esta declaración. El primero de ellos, la alusión a Vargas Llosa, un autor que ha escrito precisamente novelas sobre dictadores, caudillos y “muertos ilustres”³¹. Y el segundo, el modo en que Bayly afilia su obra a la de renombrados artistas plásticos. Ambas afirmaciones le permiten situar su trabajo creativo a una distancia conveniente de una figura tradicional del *establishment* literario como Vargas Llosa, y al mismo tiempo sugerir que sus novelas reformulan en la contemporaneidad una estética de perenne prestigio.

En ese sentido, el acercamiento y posterior distanciamiento de Bayly con respecto a Vargas Llosa es representativo del nuevo estatus que empezaron a adquirir para los escritores latinoamericanos, desde el entresiglo XX-XXI, tanto el arte como los productos mediáticos de entretenimiento. Si en *La tía Julia y el escribidor* se alegorizaba la derrota del autor que escribía para las masas (personificado en el guionista de radioteatros Pedro Camacho), el debut literario de Bayly en 1994 y su posterior éxito de ventas puede ser entendido como el triunfo de dicho tipo de autor (el “escribidor”) en un contexto propicio para su desarrollo. Y es que Bayly (en el contexto histórico de finales de la década de 1990), al igual que Camacho (en el mundo ficticio de la década de 1950), había ganado una enorme popularidad entre un público no necesariamente culto, gracias a narraciones sencillas y escandalosas en las que la oralidad jugaba un rol fundamental. Sólo que a diferencia del personaje de Vargas Llosa, Bayly publica sus obras en una época en la que dicotomías como alta cultura/baja cultura, arte/entretenimiento o escribidor/escritor han entrado en crisis. Un contexto de postmodernidad y globalización en el que la cultura popular, impactada significativamente por los medios masivos de comunicación, es reivindicada en las distintas manifestaciones artísticas, incluida la creación literaria. Se trata,

³¹ *Conversación en La Catedral, La guerra del fin del mundo, La fiesta del Chivo, El paraíso en la otra esquina, El sueño del celta.*

finalmente, de un periodo histórico en el que se produce una transformación en el modo en que se percibe a los profesionales de la escritura.

Sin embargo, como evidenciaban los comentarios de Faverón, Thays y Planas, la aceptación de las novelas de Bayly entre los lectores no tuvo un paralelo en su recepción crítica. Y es que como propone Ruz “it was Bayly’s cross-over from the talk show to the novel that alienated the Peruvian literary establishment” (45). Ciertamente, el cambio radical en la figura del escritor que acarrea la incursión de una figura del espectáculo en el terreno literario había suscitado una fuerte resistencia por parte de una influyente línea crítica que relativizaba el valor artístico de sus libros.

La trilogía de novelas publicada por Jaime Bayly de 2010 a 2012 bajo el título *Morirás mañana* invita precisamente a cuestionar esas asunciones simplistas que han recaído sobre sus obras desde la década de 1990. Contradiendo la idea de que era imposible “pensar en los libros de Bayly como factores de debate acerca de cualquier asunto trascendente”, como señalaba Faverón, en esta trilogía subyace una severa crítica al funcionamiento de los medios masivos de comunicación en la sociedad, a semejanza de lo que hacía Vargas Llosa en *La tía Julia y el escribidor*. Como ha demostrado Noemi, las novelas latinoamericanas que circulan exitosamente en el mercado, como aquellas de los *McOndo*, no están necesariamente reñidas con la crítica política, social y estética. Si bien no son textos “revolucionarios” que quieren cambiar el mundo, “sí son textos que por su misma participación en el mercado son capaces de mostrar y de problematizar un funcionamiento social y político contemporáneos” (163). Noemi da el nombre de “realismos neoliberales” a esta nueva manera de abordar, desde el mercado y en toda su crudeza, diversos aspectos de la problemática contemporánea.

En ese sentido, en *Morirás mañana* se lleva a cabo, junto con la crítica a los medios, un implacable cuestionamiento al modo en que funciona el circuito literario latinoamericano, siendo esta última una discusión ausente en *La tía Julia y el escribidor* de Vargas Llosa. Y es a partir de este doble enjuiciamiento que Bayly desarrolla una propuesta de novela en la que esta, sin renunciar a su estatus de producto artístico, incorpora creativamente los códigos de la industria del entretenimiento audiovisual para crear una obra destinada al consumo en larga escala.

En líneas generales, *Morirás mañana* desarrolla la historia del escritor limeño Javier Garcés quien, luego de un diagnóstico médico que le pronostica apenas seis meses más de vida, decide asesinar a una serie de personas que, según él, le han hecho daño en algún momento de su agitada existencia. Así, en la primera entrega, *El escritor sale a matar*, Garcés acaba con la vida de cuatro de sus enemigos: un crítico literario y escritor que publicó unas humillantes críticas sobre sus libros, un viejo escritor olvidado que alguna vez le negó un importante premio, un periodista que dejó de publicar sus columnas de opinión y un editor que vende sus libros sin pagarle regalías. Mientras que en la segunda novela de la trilogía, *El misterio de Alma Rossi*, un Garcés ya poseído por el impulso asesino, mata en Chile a cuatro enemigos más: dos ejecutivos y un animador de televisión que sacaron provecho de un programa piloto que Garcés grabó para ellos; además de un escritor gay y un joven millonario, ambos poseedores de una vanidad que lo mortifica. Finalmente, en *Escupirán sobre mi tumba*, Garcés se desplaza hasta la Argentina para asesinar a más personas: la dueña de una librería bonaerense que, por despecho, retiró de sus estantes las novelas del escritor; un sensacionalista presentador de televisión que lo avergonzó frente a cámaras; un joven heredero que lo humilló al hacerle pagar una costosa cena; un actor que lo estafó con la producción de un documental; y un anciano vecino que lo irrita con los ruidos que hace.

Morirás mañana tiene diversos elementos propios del *thriller* policial, tanto del expresado en el cine como en la literatura. En principio, toda la trilogía narra una serie de asesinatos que se van cometiendo en tres países. Sin embargo, las expectativas de leer una típica novela policial se ven frustradas por una serie de elementos. El más notable de ellos es que los policías que deberían investigar a fondo los asesinatos prestan poco o ningún interés a esa tarea. Esto se debe a diversos factores, como por ejemplo, que las víctimas no son lo suficientemente notables o, si lo son, la antipatía que su vanidad genera hace que su muerte sea sentida con alivio más que con tristeza. Asimismo, los oficiales de policía son presentados como personas cuya limitada inteligencia y compromiso profesional hacen fracasar cualquier intento de identificar al asesino en serie. Así que este puede actuar con impunidad absoluta, a salvo de cualquier sanción de la ley, quebrando de esa manera un objetivo esencial del policial clásico ya señalado por Georg Lukács: “la glorificación de la omnisciencia de los personajes encargados de velar por la seguridad de la vida burguesa” (13). Teniendo en cuenta, además, el tono humorístico que recorre de principio a fin la narración, se puede concluir que la trilogía de Bayly es una parodia del *thriller* policial. Una parodia irónica, habría que precisar, ya que no descalifica del todo al género, sino que se apropia creativamente de muchos de sus códigos narrativos.

Ahora bien, como se puede apreciar en esta lista, las víctimas del escritor provienen en su mayoría tanto del ámbito literario como del televisivo. De modo que, si se piensa en las resonancias simbólicas de la figura del escritor que “sale a matar” resulta válido preguntarse si en verdad Garcés sólo quiere asesinar *individuos* o, además, acabar simbólicamente con las *dinámicas* en las que estos están inmersos. Será oportuno, entonces, analizar a profundidad qué es exactamente lo que este personaje “sale a matar”.

El odio de Javier Garcés hacia su primera víctima, el escritor Hipólito Luna, tiene que ver con las ácidas críticas que este formulara sobre su trilogía *Pene Primavera*. Garcés recuerda, por ejemplo, que refiriéndose a la primera entrega de la misma, Luna escribió: “Lo más escabroso de esa novela no son las grotescas e innecesarias situaciones sexuales; lo más escabroso de la novela es la prosa misma” (I, 37). A continuación, el crítico pasaba del sarcasmo al ataque despiadado en su comentario sobre la segunda parte de la trilogía: “En las páginas de *Coños* no intente el lector hallar algo remotamente parecido a la buena literatura o siquiera a la literatura liviana y comercial: hallará, advertido está, manchas de semen, esperma pegajosa. Javier Garcés no ha escrito una novela: ha eyaculado una novela. Haría bien en usar preservativos. La literatura se lo agradecería” (I, 37). Finalmente, Luna llevaba sus opiniones hasta el límite de la procacidad:

Javier Garcés no es capaz de escribir un buen libro porque cuando se sienta a escribir uno de esos mojonos que llama “novelas” sólo está pensando en cuántos libros venderá, en cuántos millones ganará. Plumíferos de la calaña de Garcés corrompen, envilecen, acanallan el noble oficio literario y lo convierten en una actividad contaminada por la ambición y la codicia. Javier Garcés no escribe novelas: evacúa novelas, defecando sobre sus lectores y, de paso, esquilmando a los incautos que no son capaces de distinguir la mierda del arte. [...] Y no es porque Garcés sea un escritor de mierda: es porque Garcés, no es un escritor, sino un sujeto que cuando golpea el teclado de su computadora no persigue nada parecido al arte o la belleza sino que piensa obsesivamente y vilmente en el dinero que habrá de ganar. (I, 38)

Según refiere en su narración, Garcés no quiso entrar en polémica con Luna luego de la publicación de aquellos comentarios. El éxito comercial obtenido gracias a las enormes ventas de sus novelas parece haber opacado tan ácidas críticas. No obstante, su ansia de venganza emerge con fuerza con el paso de los años. Sólo que, antes de ir a acabar con la vida de Luna, Garcés explica con detalle por qué este está totalmente descalificado para juzgar obra literaria alguna. El

lector entiende entonces que su criterio es bastante sencillo: sólo un escritor que vende muchos ejemplares de sus propios libros está capacitado para valorar los libros de cualquier otro escritor. En consecuencia, según este criterio comercial, Luna no está calificado para juzgar libros ajenos. Básicamente porque, aun cuando este ha publicado más novelas que Garcés, nunca ha conseguido “vender más que un puñado de ellas entre sus amigos y nunca logró que lo publicaran fuera del Perú” (I, 21). Como se puede apreciar, para Garcés la venta de libros fuera del circuito nacional también es requisito para el ejercicio de una crítica literaria válida.

De otro lado, Garcés resalta el hecho de que el prestigio del que goza Luna está basado en los comentarios favorables, e inmerecidos, escritos por amigos suyos que ejercen la crítica literaria en los periódicos limeños, “unos elogios que no sirvieron para mitigar la desoladora sensación de fracaso y envidia que lo asaltó al comprobar que sus novelas se vendían por decenas y las mías, por miles” (I, 21). Se observa en este punto el interés de Garcés por establecer un contraste entre la ilegitimidad de los elogios a Luna, basados en el juicio arbitrario de unos pocos; y la legitimidad de los suyos, basados en la preferencia de una gran cantidad de lectores-consumidores.

Además, los libros de Luna adolecen de otro elemento que para Garcés es inherente a una obra literaria exitosa: la capacidad de entretener al lector, pues para él las novelas de su crítico más feroz son “una sustancia plúmbea de alto poder ansiolítico” (I, 21). Como afirmará también sobre otras de sus víctimas, el gran problema de Luna es su “falta de gracia” (I, 22), la cual se extiende fuera de las fronteras de lo literario para estar encarnada en el mismo aspecto físico del crítico: “Es pues, una babosa, una criatura invertebrada que reptar por clases sombrías y talleres despoblados dejando la estela húmeda de su saliva pegajosa” (I, 22). De esta manera, vida y obra son concebidas como instancias inseparables que se reflejan inevitablemente la una en la otra.

Pero Garcés llama la atención sobre otro detalle significativo, el cual tiene que ver con la precariedad de los talleres literarios. Así, no deja de ser llamativo para el protagonista que Hipólito Luna, un autor de obras “plúmbeas”, “sin gracia” y que son compradas por muy pocas personas, sea quien esté a cargo del taller literario de una prestigiosa universidad limeña. Esta circunstancia deja entrever una sutil crítica a un sistema literario que, al basar sus valoraciones en el prestigio del autor más que en su efectividad profesional, no hace sino perpetuar una visión elitista de la escritura. Refiriéndose, por ejemplo, al rol de la crítica literaria periodística en la constitución del prestigio de Luna, Garcés señala que “esos elogios desmesurados son un trueque, un canje por los elogios que él espera recibir: tal es el modo en que opera la cofradía de los escritores mediocres que se celebran y condecoran entre ellos, a falta de lectores o jurados que se ocupen de dicha tarea” (I, 23). Nótese nuevamente la importancia otorgada al lector-consumidor como factor decisivo en la valoración del trabajo literario. Y cómo la falta de los mismos (o la escasez de ellos, para ser más exactos) descalifica la labor de Luna como tallerista.

Esta representación caricatural del crítico literario como una persona que deja de lado el análisis objetivo de los textos para recurrir al insulto dista de la imagen ideal añorada por Vargas Llosa. Así, en *La civilización del espectáculo* este lamentaba que la crítica actual no fuera más como “en la época de nuestros abuelos y bisabuelos” cuando “asesoraba a los ciudadanos en la difícil tarea de juzgar lo que oían, veían y leían” (37). Para Vargas Llosa esto se debe al desinterés del público contemporáneo por la lectura de textos reflexivos. Sin embargo, a contramano de esta visión nostálgica y pesimista con respecto al público, la novela de Bayly desacraliza la imagen ideal del crítico como fuente confiable de opinión. Sugiere entonces que el problema con este oficio no necesariamente tiene que ver con la desidia intelectual de los lectores del siglo XXI, sino con los inevitables prejuicios, envidias y venganzas que a lo largo

del tiempo han torcido la objetividad de algunos críticos literarios. Y porque, además, en el siglo XXI la figura del crítico como “árbitro de la cultura” ya es obsoleta.

Es también la falta de objetividad, en este caso al momento de conceder un importante premio literario, lo que condena al escritor Aristóbulo Pérez, la segunda víctima de Garcés. Años atrás, cuando aquel tuvo que optar entre este y “una escritora de novelas cursis, una escritora millonaria y masivamente maquillada” (I, 25), Pérez dio el voto decisivo del premio a favor de esta última. Lo que causa una gran indignación en Garcés es que dicha elección se haya basado en un criterio extraliterario: “[Aristóbulo Pérez] No conocía a la escritora ni me conocía, no la había leído y tampoco me había leído a mí, pero no dudó en votar por la escritora (y en decírselo luego al oído) porque la encontraba sexualmente apetecible y albergaba la imprudente expectativa de obtener alguna recompensa amorosa por su voto” (I, 25). De esta manera, se pone en cuestionamiento la pretendida objetividad con la que se otorgan los premios literarios.³²

No obstante, para Garcés, el interés sexual de Aristóbulo Pérez por la escritora finalista no fue el único motivo por el cual este le negó el Premio Nacional. Además había que tener en cuenta un hecho que –también de acuerdo con su criterio– explicaba la inquina de Hipólito Luna hacia él: la enorme diferencia en la venta de sus respectivos libros. Y es que si bien Pérez gozaba de prestigio entre los críticos gracias a la calidad literaria de sus primeras obras, a la traducción al italiano de alguna de ellas y a la concesión de algún premio menor, el éxito comercial le había sido siempre esquivo. A pesar de que Pérez había escrito obras de reconocida calidad literaria

³² En relación a los premios literarios, estos no han sido esquivos para Bayly, quien ha ganado el prestigioso Premio Herralde en 1997 con su novela *La noche es virgen* y ha sido finalista del Premio Planeta en 2005 con *Y de repente un ángel*. Una ácida polémica se generó por esto último cuando uno de los miembros del jurado, el escritor Juan Marsé, expresó su abierta disconformidad con el fallo. “Una especie de culebrón peruano ternurista y desafortunadamente verboso, tan decantado a lo sentimental y sensiblero que da grima. Juraría que el autor [Bayly] escribe telenovelas de éxito en su país” escribió Marsé de manera despectiva en una nota publicada en su biografía *Mientras llega la felicidad* (Anagrama, 2014).

estas “nunca se vendieron en las grandes cantidades que él creía merecer, nunca le permitieron salir de la pobreza, comprarse una casa, un auto, disfrutar de una relativa comodidad” (I, 24). Para Garcés entonces, el fracaso comercial, más determinante que el reconocimiento crítico, es lo que ha convertido a Pérez en esa persona rencorosa que le ha negado mezquinamente el galardón que él merecía.

El caso de Profeto Serpa, director de un influyente periódico limeño, es significativo con respecto al estatus que Garcés se adjudica como escritor. El conflicto entre ambos se origina cuando Serpa cambia el día de publicación de la columna de opinión de Garcés. En ese momento, aun cuando él es consciente de que su número de lectores disminuirá como consecuencia de esta variación, decide no manifestar su incomodidad. Sin embargo, Garcés se siente en la obligación de hacerlo cuando el director hace un nuevo cambio, pasando la columna de opinión de la sección cultural a la de espectáculos. “Me sentí humillado” (I, 26) se lamenta el escritor. Pero la respuesta de Serpa traerá consigo otra mala noticia: ya no podrá seguir pagándole por sus columnas. Y aunque Garcés le propone seguir publicándolas sin recibir remuneración alguna por parte del diario, el director acepta hacerlo sólo por unas semanas más. Transcurrido este breve tiempo, Serpa le comunica al escritor que es mejor que se tome un descanso y cancela toda colaboración.

En este caso, Garcés entiende también que es una cuestión monetaria la que explica el comportamiento de su enemigo: “[...] probablemente me odiaba porque yo escribía en mi casa de lo que me daba la gana y ganaba más dinero que él, mientras que él estaba obligado a las servidumbres de la burocracia periodística” (I, 26). Es decir que, según su percepción, es la envidia por las comodidades de las que él goza y los demás no, lo que le ha ganado numerosos

adversarios. Como en el caso de las otras dos víctimas, las motivaciones que estas habrían tenido para hacerle daño son establecidas por el protagonista con incuestionable contundencia.

Aquel “me sentí humillado” de Garcés al enterarse del paso de su columna de Cultura a Espectáculos revela que él piensa claramente su obra como parte del campo cultural. Muestra, además, que su concepción de cultura posiciona al espectáculo, tal y como este es presentado en los periódicos, como un ámbito en oposición a aquella y desprovisto de un valor positivo. De ahí la reacción extrema de Garcés al querer acabar con la vida de quien le ha infligido tan grande humillación. Sin embargo, como se verá más adelante, esta dicotomía es relativizada a lo largo de la historia, ya que, en otros momentos de la trilogía, se aboga precisamente por la fusión entre arte y espectáculo como parte de la reformulación del concepto de arte.

También es oportuno destacar el hecho de que Serpa es descrito como una persona que ostenta un cargo para el que no está calificado. Como ocurría con Hipólito Luna y su labor como tallerista, para Garcés es evidente que el director periodístico tampoco está calificado profesionalmente para ejercer el puesto para el que se le ha contratado. Es más bien su habilidad para actividades ajenas a un ejercicio serio del periodismo lo que lo mantiene a cargo del diario. Por ello, a pesar de que Serpa es tan orgulloso que “no era consciente de que estaba hundiéndolo [al periódico] ni de que si no revertía la consistente tendencia a la baja, los dueños acabarían por echarlo, por muy diligente que fuese en adularlos” (I, 72), aun así, sus habilidades de “todoterreno” le han ganado el favor de sus empleadores. “[Serpa] bien podía perpetrar un editorial pomposo, como convertirse en pícaro tramitador que cortaba caminos coimeando a quien fuera necesario para contentar a sus jefes, que en realidad eran sus amos” (I, 72). Por segunda vez, entonces, el narrador retrata una relación laboral con características disfuncionales, pues no se trata de una que esté basada en el intercambio de servicios profesionales eficientes por

una remuneración económica, sino en la entrega de dinero a cambio de servicios en los que no necesariamente se demuestra capacidad profesional.

Una situación totalmente distinta es la del editor Jorge Echeverría. Aunque es otra de sus víctimas, Garcés reconoce en el dueño de la editorial Perfil Bajo a una persona con un gran talento para los negocios. Se trata de un hombre que, en palabras del narrador, posee la habilidad de “elegir los libros que la gente quiere leer o para convencer a la gente de los libros que debe leer” (I, 82). Echeverría cuenta, de esta manera, con dos competencias fundamentales para el éxito comercial de una editorial: sabe cómo complacer el gusto de los lectores (de una gran cantidad de ellos, se sobreentiende) y, además, es capaz de manipular ese interés a favor de sus publicaciones. Lo destacable, como apunta Garcés, es que el talento de Echeverría no sólo le ha permitido acumular mucho dinero, sino hacerse de un prestigio como editor de literatura de excelente calidad.

Sin embargo, el dueño de Perfil Bajo es conocido también por sus prácticas delictivas. Por ejemplo, Echeverría no paga la totalidad de regalías a sus autores o, como en el caso de Garcés, reimprime los libros de estos sin su consentimiento, para así apropiarse ilícitamente de las ganancias que esto genere.

Ocurre, entonces, un fenómeno curioso: no hay escritor que no respete a Echeverría como editor que no hace concesiones en la búsqueda de la excelencia, del mismo modo que no hay escritor que ignore que Echeverría tarde o temprano le va a robar, que no sepa que cuando se firma con él se le ha vendido el alma al diablo (pero cómo resistir la tentación de publicar en Perfil Bajo, que es la editorial de culto en la que todos queremos o queríamos publicar). (I, 82)

Garcés deja en claro que, en este caso, su deseo de venganza no está relacionado con una afrenta a su orgullo, como había ocurrido con Luna, Pérez y Serpa. Se trata más bien de un daño

económico: “[...] mi odio a Echeverría está más fundado en el dinero que en el ultraje” (I, 84). Se trasluce entonces en este punto una actitud ambigua de Garcés hacia el editor que lo ha estafado.

Esto último se aprecia cuando, luego de detallar los latrocinios de Echeverría, el escritor expresa también la admiración que le produce la habilidad del mismo para hacerse de enormes cantidades de dinero. “Tiendo a creer que la gente tiene exactamente el dinero que merece, aunque siempre o casi siempre piensa que merece más: pues no, si no tiene más, es porque no ha sido capaz de ganarlo o robarlo, y Echeverría demostró sobrada capacidad para hacerse de la fortuna que me escamoteó” (I, 85). Esta actitud no extraña del todo en cuanto, como ya se ha señalado anteriormente, la carencia o abundancia de dinero (consecuencia de la venta de libros) es el criterio que define no sólo el valor de un escritor y su obra, sino de otros participantes del circuito literario representado en la ficción. En esa lógica, el monto de dinero obtenido ilícitamente también marca una diferencia: “[...] el caso de Echeverría es bien distinto, y me duele y enerva no tanto por el robo en sí mismo como por las tremendas ganancias que ese robo le dejó” (I, 84).

En la segunda parte de la trilogía, *El misterio de Alma Rossi*, son dos los personajes del mundo literario a los que Garcés sale a matar. Pero en esta entrega el escritor, una vez que se ha enterado de que es falso que le quede poco tiempo de vida (le habían dado un diagnóstico equivocado), se trasladada a Santiago de Chile para continuar con su sangrienta venganza. De esta manera, como se verá a continuación, la trilogía de Bayly empieza a establecer puntos en común entre los circuitos literarios y televisivos de los tres países sudamericanos que irá recorriendo el protagonista: Perú, Chile y Argentina. Se trata, principalmente, de características negativas que van en contra de la concepción de arte literario de Garcés, la cual se analizará con posterioridad.

Los episodios en los que Garcés recapitula los acontecimientos que lo han motivado a acabar con la vida del escritor chileno Pepe Morel sugieren características importantes de dicha concepción estética. Declara Garcés que quiere asesinar a Morel porque “un escritor no debería amarse a sí mismo como se ama Morel” (II, 27). Y es que este personaje gusta de exhibirse a la manera de los dandis, llamando la atención con su vestimenta y la afectación en sus gestos y en su modo de hablar. Para Garcés esto representa un daño inadmisibile a la profesión de escritor:

[...] quiero acabar con él por el respeto o la devoción que tengo por el oficio de escritor, un oficio que, me parece, Morel deshonra con su vanidad hinchada de dandi melancólico que parece desear para sí mismo una muerte súbita, con esa mirada extraviada más allá de la nada. Pues si miras a la cámara como si quisieras en efecto morir, te haré el favor de complacerte, ínfimo Wilde del litoral chileno. (II, 27-28)

La falta de autenticidad y el narcisismo son entonces las actitudes por las que Garcés quiere acabar con la vida de Morel. Y es que, por su extremo interés en cultivar una imagen de escritor refinado, este parece ser la versión chilena del peruano Hipólito Luna. Sólo que, a diferencia de este último, Morel ha conseguido una mayor presencia mediática, la cual le ha significado una mayor popularidad. En todo caso, lo que se evidencia en el citado párrafo es que para Garcés la literatura no es un oficio banal. Por el contrario, el escritor peruano deja entrever que su concepción de la misma es la de una práctica seria. Y como consecuencia de ello actúa – en ese aspecto– como un celoso y hasta fanático guardián del estatus trascendental del arte literario.

De otro lado, la crítica de Garcés a Morel vuelve sobre lo que ya es un tema recurrente en este punto de la trilogía: la preeminencia del cultivo de una imagen de escritor por sobre la creación de una obra con verdadero valor artístico. Este es el caso de Morel, quien utiliza su bagaje cultural sólo como un elemento decorativo en la construcción de su imagen. Y Garcés

señala el desencuentro entre esta imagen pública del escritor culto y la insustancialidad de su obra.

[Morel] publica libros no porque de veras tenga historias interesantes que contar sino para ir por el mundo pavoneándose como intelectual y escribiendo líneas plúmbeas, soporíferas, con la deliberada intención de exhibirse ante los lectores como un escritor culto, como un escritor altamente ilustrado, como un escritor que usa palabras rebuscadas, alambicadas, y que se pierde en la hojarasca verbal a falta de una buena trama y lo que termina haciendo ante el lector es dopándolo, sedándolo, aburriéndolo y convenciéndolo de que ese escritor sabrá muchas palabras raras y habrá leído muchos libros pero es un plumazo del carajo y no hay quién pueda terminar un libro suyo, ni siquiera su madre. (II, 144)

Subyace aquí un cuestionamiento al uso del léxico culto en una obra literaria contemporánea. El empleo de palabras rebuscadas, para Garcés, se convierte en un problema cuando obedece solamente a intereses extraliterarios. Es decir, cuando el léxico culto está supeditado a la construcción de la imagen prestigiosa del autor y no para potenciar el efecto estético de sus obras. En el caso de Morel, entonces, a nivel extratextual, el léxico culto estaría cumpliendo tan solo una función ornamental. Mientras que a nivel intratextual, sólo consigue interrumpir el libre flujo de la narración. Así, como se observa en esta última cita, para Garcés, Morel disfraza su impericia narrativa mediante el empleo de numerosas “palabras raras”, las cuales no contribuyen positivamente al efecto estético de sus libros. Y como consecuencia de ello, estos se convierten en productos fallidos, puesto que son ineficientes en proveer aquello que (a criterio de Garcés) es inherente a toda obra artística de valor: el entretenimiento. Las novelas de Morel son aburridas y por eso nadie termina de leerlas.

A manera de adelanto de lo que se discutirá posteriormente, vale enfatizar en este punto que para Garcés el léxico culto, el saber culto e incluso la erudición no constituyen elementos negativos de por sí. Estos se vuelven problemáticos sólo cuando están al servicio de la mera

ostentación. Su empleo es conveniente sólo si consiguen dotar de interés a las obras literarias. Es decir, si su incorporación contribuye a la creación de un libro capaz de proveer entretenimiento.

³³ La escena del encuentro entre Garcés y Jorge Luis Borges en Buenos Aires (que se analizará más adelante) sintetiza con claridad este aspecto.

Julio César Undurraga es el único personaje de *Morirás mañana* que transita con fluidez entre la literatura y la televisión. Aquí nuevamente hay un motivo personal detrás de la decisión de Garcés de asesinarlo: años atrás, Undurraga le quitó la conducción de un programa cultural en la televisión chilena. Además, este escritor también practica lo que para Garcés –como ya se vio– es una afrenta imperdonable al oficio literario: el dar preeminencia a su imagen de autor por sobre la calidad de su obra. Más aún, Undurraga es descrito no como escritor sino como “un vendedor de sus libros, un mercachifle barato de las nimiedades que había perpetrado y publicado” (II, 24). Se detecta, entonces, en este punto una llamativa contradicción. ¿Por qué si hasta este momento la venta de libros era el campo en el que se decidía el valor de una obra literaria, ahora el escritor Undurraga es descalificado precisamente por ser un promotor de la venta de sus obras? La respuesta se encuentra en ese mismo fragmento citado: Undurraga vende libros que son “nimiedades”. Está implícito en el pensamiento de Garcés, entonces, que el verdadero escritor no sólo debería vender muchos libros, sino que estos deberían poseer calidad artística.

De otro lado, Garcés enfatiza el modo en que Undurraga utiliza la literatura sólo como una herramienta para la adquisición de diversos beneficios. Uno de ellos es, obviamente, el

³³ Naturalmente, qué es entretenido y qué no lo es tiene que ver con criterios subjetivos. Tanto la lectura de una obra literaria lingüísticamente compleja como la de una obra compuesta con un léxico sencillo pueden ser actividades entretenidas. En el caso de Garcés, su criterio de entretenimiento está relacionado con la satisfacción de un gusto masivo.

económico. Así, gracias a la venta de sus libros, este escritor chileno ha conseguido hacerse de una fortuna considerable que le permite, por ejemplo, ostentar lujosos automóviles. Y la notoriedad obtenida gracias a esta demostración de riqueza le ha valido para ser contratado como conductor de un programa televisivo. Sin embargo, la falta de talento de Undurraga para hacer de este programa un éxito de teleaudiencia no tiene como consecuencia su despido, sino el cambio en el formato del programa. Este pasa a convertirse entonces en un *late night* a semejanza de aquellos que se emiten por la televisión estadounidense. A Garcés esto también le parece condenable, no porque esta transición (como había ocurrido cuando un editor limeño mudó su columna de la sección Cultura a la de Espectáculos) implique el abandono de la esfera artística. Por el contrario, el problema es que el espectáculo presentado por Undurraga en la televisión carece precisamente de calidad artística.

Lo destacable de este pasaje de la novela es que vincula, por primera vez en la trilogía, arte y espectáculo. La compleja crítica al funcionamiento del medio televisivo en Latinoamérica muestra cómo en esta novela los espectáculos mediáticos son considerados también como prácticas artísticas. Por ejemplo, al momento de comentar cuáles son las características del *late night* conducido por Undurraga, Garcés hace explícita su concepción acerca de lo que es una “buena” y una “mala” televisión. Cabe precisar en un primer momento que, relacionados con el asesinato de Undurraga, están los de los dos ejecutivos de la televisión chilena responsables de haberlo contratado: Ernesto Larraín, director del canal, y Pedro Vidal, gerente de programación. Ambos son presentados en conjunto por Garcés como un “par de arribistas sin escrúpulos, par de crápulas interesados únicamente en robarle dinero al canal público y no en la excelencia de los programas que difunden” (II, 50). En específico, dirá de Larraín que ha obtenido su puesto en retribución a sus influyentes amistades en el gobierno y que sólo es un “Pelmazo pelafustán

candlejón [...] a quien nadie en su sano juicio confiaría la dirección de un canal de televisión en país alguno” (II, 82). Y de Vidal asegurará que es incapaz de llevar a las pantallas programas originales, tratándose por ello de un “plagiario de todos los formatos exitosos de televisión, o sea el típico gerente de programación de un canal latinoamericano” (II, 55).

Ambos personajes son presentados entonces como incapaces de producir contenidos originales y entretenidos, características que para Garcés determinan la excelencia de cualquier programa de televisión. Garcés tiene en el animador de televisión estadounidense David Letterman un referente de lo que es una televisión de excelente calidad. De ahí su marcada animosidad contra Undurraga y sus productores, ya que estos han tomado el modelo del *late night* de Letterman no para a partir de él presentar un programa que entretenga creativamente, sino para copiarlo de manera deficiente.

La versión chilena del programa de Letterman tiene todos los elementos del original norteamericano, pero ninguno de ellos cumple exitosamente con su función: “una banda de músicos mediocres hacía bulla, un público pagado aplaudía y se reía cuando se lo ordenaban, y el nabo envanecido de Undurraga hacía entrevistas a personajillos más o menos odiosos y famosos de la farándula chilena” (II, 106). Es claro el señalamiento de los aspectos que no contribuyen al éxito del programa: ausencia de talento en los músicos, incapacidad de provocar risas por parte del conductor e incompetencia para elegir a los invitados por parte de la producción. En todo ello Garcés ve una “escandalosa subordinación al modelo de *late night* norteamericano copiado de la peor manera imaginable y empobrecido por la vanidad sin talento del presentador” (II, 106). Esta subordinación mimética a la que se refiere Garcés es un motivo de crítica que recorrerá diversos momentos de la trilogía. Y no sólo referida al ámbito de la televisión, sino también de la literatura.

Pero no sólo el *late night* de Undurraga recibe las feroces críticas de Garcés, sino una buena porción de la televisión chilena, especialmente los programas de baile. El protagonista dice no entender el motivo de la popularidad de estos “chirriantes” concursos televisados, pues lo único que se ve en la pantalla son “requiebres que simulan el acto de la fornicación” (II, 38). Se pregunta, además, “si muchos jóvenes anónimos, comunes, bailarían también así” (II, 38), reconociendo de esa manera la fuerte influencia de los medios en la sociedad.

Carlos Cacho Legrand, personaje que aparece en el tercer volumen de la trilogía, es presentado como un perfecto exponente de la decadencia de la televisión argentina. Cacho es un periodista de radio y televisión que goza de un gran éxito de teleaudiencia, a pesar de que en todos sus programas exhibe un comportamiento totalmente misógino. Garcés no oculta su desprecio por este tipo de programas radiales y televisivos. Pero al mismo tiempo, señala la enorme paradoja de que una de las grandes audiencias de estos esté formada por el público femenino (III, 19-20). Con ello, la novela no atribuye exclusivamente la responsabilidad de la existencia y popularidad de la mala televisión a los creadores de dichos contenidos, sino también a quienes los consumen.

Todas estas críticas a determinados productos mediáticos llevan a pensar que para el protagonista de la trilogía de Bayly la calidad artística no es un atributo exclusivo de las creaciones de la “alta cultura”, sino que aquella también puede (y debe, según sus criterios) buscarse en las producciones televisivas. Por ello, *Morirás mañana* ofrece una aproximación novedosa acerca del valor artístico de los productos mediáticos, problematizando de este modo concepciones reduccionistas sobre los mismos.

En este punto resulta indiscutible que Jaime Bayly ha configurado al protagonista de su trilogía como un personaje con un profundo conocimiento tanto del circuito literario como del

televisivo. Esto es importante en cuanto permite apreciar con mayor claridad el modelo de arte novelístico presente en estas tres novelas. Este doble conocimiento, por ejemplo, muestra cómo los conceptos de originalidad, entretenimiento, excelencia y éxito, que operan para la evaluación de una obra literaria están estrechamente conectados con el modo en que se evalúan los productos televisivos. La trilogía celebra, a este respecto, la inserción de la novela latinoamericana como parte de la industria del entretenimiento. Sólo que, como demuestra la crítica de lo que es y no es un producto televisivo de calidad, dicha celebración trae consigo la demanda de un estándar de calidad que estos productos deben cumplir. Es de esta manera como se puede leer la declaración hiperbólica de Garcés momentos antes de asesinar a Undurraga: “hacer televisión mala no es broma, es un daño considerable a la humanidad y merece ser castigado” (107).

Como se ha señalado, la trilogía de Bayly aboga por una inserción de la novela en las grandes redes del consumo, enfatizando que esta no debe perder en ningún momento su estatus artístico. El encuentro entre Javier Garcés y Jorge Luis Borges, narrado en *Escupirán sobre mi tumba* (la tercera entrega de la trilogía), alegoriza precisamente esta irrenunciabilidad a la calidad artística. En dicho episodio, mientras recorre las calles de Buenos Aires, Garcés se cruza con el renombrado escritor argentino. Entonces, gratamente sorprendido por este casual encuentro, decide seguir a Borges hasta una confitería donde entran este y su asistente María Kodama. La admiración que manifiesta Garcés es enorme, al punto de llamarlo “el gran escritor en lengua española de nuestro tiempo” y del cual “todos los demás estaban a muchas leguas de distancia” (III, 88). Precisa, además, la cualidad que más admira del escritor argentino: “Estaba poseído por su mágica gracia para encontrar el adjetivo exacto con rigor matemático” (III, 88). De este modo, en un mundo representado en el que proliferan escritores contemporáneos que prestan más

atención a su imagen pública que a su propia obra, la figura de Borges se erige como el referente máximo del creador comprometido con el arte literario.

Resulta notorio que sea Borges el escritor elegido por Garcés como su referente máximo. En primer lugar, porque si los libros de aquel fueran juzgados según los criterios que para Garcés determinan el valor de una obra literaria –las ventas masivas y la capacidad de entretener a un gran número de lectores–, Borges pertenecería a la categoría de los “fracasados”. Ciertamente, la venta de los libros del autor de *El Aleph* es considerable ahora que es un autor canónico, pero esta no puede ser equiparada a la de los grandes *bestsellers* de la actualidad. De otro lado, el disfrute que proveen las narraciones del autor argentino están relacionadas con el despliegue de juegos intelectuales que no son precisamente de la preferencia del lector promedio, sino más bien de una élite.

Sin embargo, la inclusión y valoración positiva de Borges en la trilogía persigue otro efecto. El elogio de su “mágica gracia para encontrar el adjetivo exacto con rigor matemático” funciona como contraste de las actitudes poco profesionales que se ha ido exponiendo a lo largo de las tres novelas. Garcés ha asesinado a autores que escriben mal (ya sea por la artificiosidad de su prosa o por su falta de gracia), a un director de periódico que no está calificado para mantener la lectoría del mismo, a un editor que no cumple con pagar regalías, a ejecutivos de televisión que sólo copian programas extranjeros, a un animador televisivo que no sabe cómo entretener a la teleaudiencia. Y es que todos los mencionados, a diferencia de Borges, no cumplen con eficiencia y, mucho menos con excelencia, las expectativas que se tiene de ellos. Borges es eficiente en la ejecución de su arte y, en ese sentido, es no sólo el máximo referente del profesionalismo literario, sino del profesionalismo en general.

El encuentro con Borges muestra así que Garcés no es un escritor interesado exclusivamente en la venta de sus libros, con un conocimiento superficial de la tradición literaria. Este episodio de la trilogía trasluce no sólo su admiración por Borges, sino su conocimiento del canon literario peruano. Así, casi al final de la conversación entre ambos personajes, el cuentista argentino menciona haber leído alguna vez a un poeta peruano y recita algunos de sus versos. Garcés no sólo reconoce de inmediato que estos pertenecen al poema “La niña de la lámpara azul” de José María Eguren, sino que ayuda a Borges a completar el verso final. Y a continuación sostiene una breve conversación acerca del uso de los adjetivos en el mencionado poema, discusión que concluye de este modo:

Borges se rio y dijo, como haciéndome una confidencia:

- “La niña de la lámpara”, bueno, está bien, pero el “azul”, no sé, ya me parece decorativo, ¿sabe usted?

Me reí, creo que a Borges le gustaba que se celebrara su sentido del humor, y tal vez por eso añadió:

- Una lástima el “azul”, yo soy muy sobrio, un puritano, y el “azul” ahí ya es demasiado para mí.

Me reí, pensé que estaba viviendo un sueño. Ignoré a María Kodama y dije:

- Un exceso, claro.

Borges me corrigió:

- Más que un exceso, una orgía. (III, 92)

Como acabo de apuntar, la representación de Jorge Luis Borges en la novela lo coloca como un referente del profesionalismo y la excelencia artística en la escritura. Pero además, su simpatía en el trato personal lo acerca notoriamente al modelo de escritor contemporáneo que tiene Garcés. Esta afinidad se hace manifiesta en esta última cita, en la que se representa al escritor argentino como alguien con la capacidad para sostener un diálogo ameno sobre una disquisición exclusivamente estilística. En esta conversación, se ve a un Borges capaz de manejar el lenguaje con destreza, siendo la sobriedad, el “puritanismo verbal”, su ideal

estilístico. Y también se puede apreciar cómo domina el arte de convertir una discusión literaria en un espectáculo ameno. Por eso se dice que él y Garcés ríen a medida que se discuten los efectos estéticos del uso de determinados adjetivos.

En su divertida conversación, ambos personajes están lejos de la retórica vacua y aburrida del profesor universitario Hipólito Luna. Borges aparece, en contraste, como un escritor que tiene la capacidad de fusionar el arte literario y el arte del entretenimiento, lo que constituye un valor supremo en el modelo literario de Garcés. Es con este tipo de escritor con el que este quiere estar afiliado. “No, no, María, este señor es mi amigo, es peruano, conoce el poema que le escribí al coronel Suárez” (III, 91) dice Borges y la gran satisfacción que este reconocimiento genera en Garcés –“Me conmovió que me llamara ‘amigo’” (III, 91)– es representativa de la vinculación estética y sentimental que se quiere establecer en la novela.

La importancia de la presencia mediática de Borges ya había sido destacada por García Canclini en el contexto de su análisis sobre la interacción entre escritores y medios masivos. Señalaba allí que si bien el escritor argentino era para estos “más que una obra que se lee, una biografía que se divulga”, él supo aprovechar este interés por su actuación pública para ensayar “qué se puede hacer con el desafío de los medios” (*Culturas* 103). Y es a partir de esa conciencia mediática, continúa García Canclini, que él elabora con mayor cuidado sus declaraciones periodísticas, convirtiéndolas de esa manera en parte de su práctica como escritor. La conclusión es que “Hay que tomar en serio estas entrevistas y declaraciones ocasionales de Borges que, de un modo oblicuo, son parte de su obra” (*Culturas* 103). Esa dimensión artística de una práctica extraliteraria es precisamente la que se reivindica en esta escena de *Morirás mañana*. Lo cual es coherente con la ampliación del concepto de arte que se propone en ella.

De otro lado, este pasaje del encuentro con Borges desarrolla lo que tan sólo se mencionaba brevemente en la segunda entrega de la trilogía. En efecto, en las primeras páginas de *El misterio de Alma Rossi* Garcés recordaba los temas de los que habló con un entrevistado durante la grabación de un programa literario piloto para la televisión chilena. Refería entonces, de manera sucinta, su opinión sobre algunos de los escritores más conocidos y reconocidos de ese país. Así, decía que el poeta Nicanor Parra le parecía superior a Pablo Neruda; que consideraba que Roberto Bolaño “era bueno, pero no tanto como para canonizarlo” (II, 22); también, que Isabel Allende no merecía “tanto desprecio”; y, finalmente, que el escritor Antonio Skármeta (quien, aunque no es mencionado explícitamente, es fácil de identificar) era “insoportable en sus libros” y más aún “cuando salía en televisión hablando con un paraguas bajo la lluvia sobre sus libros o sobre los libros de otros” (II, 22).

Este breve listado de opiniones está condicionado por el modelo de escritor que tiene Garcés y que se ha venido recomponiendo en este análisis. En primer lugar, era de esperar que entre la obra de Pablo Neruda y la de Nicanor Parra su preferencia haya sido por esta última. Como es sabido, el coloquialismo, el fuerte rechazo al retoricismo y una notoria narratividad caracterizan a la “antipoesía” de Parra. De ahí la simpatía de Garcés por un autor que pone en práctica los elementos que para él son esenciales en la constitución de una verdadera obra de arte.

De otro lado, con su comentario sobre el narrador Roberto Bolaño (un declarado admirador de Parra) Garcés recoloca en los márgenes la obra del autor de *Los detectives salvajes*. Hay que tener en cuenta que, en los años en que Bayly publica esta trilogía, las editoriales habían intensificado la construcción de una imagen canónica de Bolaño, la cual no se relacionaba necesariamente con la consagración de su obra, sino con su imagen de “artista maldito”. Por

ejemplo, una reseña sobre la versión en inglés de *Los detectives salvajes* empezaba de esta manera: “Meet the Kurt Cobain of Latin-American literature”.³⁴ De los peligros inherentes a esta mitificación, que se centra en la imagen pública del autor y no en el valor de sus creaciones, es que Garcés rescata a Bolaño con su comentario.

Asimismo, la mención a Isabel Allende aparece como reclamo por una nueva mirada sobre la obra de una escritora acusada con frecuencia de ser sólo una productora de *bestsellers* y no una auténtica artista. Naturalmente, la actitud positiva de Garcés hacia la escritora chilena es coherente con el respeto que a este le merecen los escritores que consiguen vender sus obras en grandes cantidades. En ese sentido, en aquella cita la descalificación de Skármeta (autor de un *bestseller* novelístico sobre la vida de Pablo Neruda) tiene que ver no con su oficio de escritor, sino con su fallido tránsito del ámbito literario al televisivo.

En las entrevistas concedidas a propósito de la publicación de *Morirás mañana*, Jaime Bayly fue claro en señalar sus numerosas coincidencias con la manera de pensar de su personaje. Por ejemplo, en una entrevista para el diario *El tiempo* de Colombia declaraba:

[...] los enemigos de Garcés son, seguramente, mis enemigos. Personajes que habitan en mi memoria y a quienes recordaba con algún rencor. [...] Creo que me he vengado, literariamente, de algunas personas que me han humillado. Cuando me dijeron que mi salud estaba venida a menos, pensé en tres o cuatro personajes de la vida peruana: en un editor, en el director de un periódico, en un crítico literario, que han sido particularmente ponzoñosos conmigo y que son, menuda coincidencia, a los que Garcés manta [sic] con mucho deleite.³⁵

³⁴ <https://www.pastemagazine.com/articles/2007/04/roberto-bolano-the-savage-detectives.html>

³⁵ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12119052>

Y en otra entrevista, para *El Comercio* de Perú señalaba que: “Me he reído mucho escribiéndola [*Morirás mañana*] y matando a mis enemigos imaginarios. Porque, no te voy a mentir, cada uno de ellos está inspirado en una persona real”³⁶.

Sin embargo, no son sólo estas declaraciones a la prensa las que invitan a una lectura de *Morirás mañana* como expresión del modelo creativo ideal de su autor. El motivo principal son las coincidencias entre las características de sus novelas previas a la trilogía y las propuestas de redefinición del concepto de arte implícitas en esta. Así, en cada uno de sus trabajos literarios, así como mediáticos, este escritor peruano ha sido consistente con la nueva concepción de arte revelada por el presente análisis. Desde la publicación de *No se lo digas a nadie* (1994) hasta *El niño terrible y la escritora maldita* (2016), su última novela hasta la fecha; y desde la aparición del programa televisivo *Qué hay de nuevo* (1991) hasta *Bayly Show* (2006), su último programa hasta la actualidad, Bayly ha demostrado que su trabajo como presentador de televisión no está en contradicción con su trabajo de escritor. Como enfatiza Robert Ruz, “A study of Bayly’s texts/Bayly the writer is inseparable from Bayly the media ‘personality’, and all are part of the same package”(36). Ciertamente, tanto en el ámbito literario como en el televisivo, Bayly ha cumplido con el objetivo de entretener a un gran número de lectores y telespectadores (lo que se verifica en sus ventas masivas de libros y en el alto *rating* de sus programas), al mismo tiempo que ha podido ejercer críticas a persistentes problemas sociales, políticos y económicos de su país como el machismo, la homofobia, el autoritarismo, la corrupción, entre otros. Es decir, la perspectiva crítica no ha sido ajena a sus novelas y programas de televisión, sólo que –a semejanza de lo señalado con respecto al uso de citas y referencias de la “alta cultura” en sus

³⁶ <http://www.librosperuanos.com/autores/articulos/b/246/Bayly-Jaime>

libros– dicha perspectiva aparece siempre supeditada al entretenimiento que sus creaciones y apariciones en la pantalla chica puedan proveer.

En consonancia con lo señalado, el presente análisis de las motivaciones del personaje Javier Garcés para ejecutar sus asesinatos sirve como demostración de que la trilogía *Morirás mañana* de Jaime Bayly cuestiona dos asunciones, de parte del *establishment* crítico peruano, sobre la obra de este autor, basadas ambas en la supuesta inutilidad de sus libros como “factores de debate acerca de cualquier asunto trascendente” como señalaba Faverón (90). En primer lugar, se daba por sentado que sus novelas reflejan una aceptación pasiva de la influencia de los medios masivos en la sociedad. Es decir, que sus ficciones no asumen una postura crítica ante la creciente popularización de los medios audiovisuales, el televisivo en particular. Por el contrario, como se ha hecho mención en el análisis, el personaje Javier Garcés manifiesta sostenidamente sus duras críticas a aquellos productos televisivos que exhiben una total impericia en su ejecución y cuyo contenido es banal.

La dilatada experiencia de Bayly en la pantalla chica le ha permitido conocer a fondo los mecanismos de la industria del entretenimiento audiovisual, y en base a ese saber ha podido configurar un personaje sumamente crítico con esta. Si bien para Garcés el entretenimiento es fundamental para el éxito de toda producción televisiva, para lograr ese efecto en los espectadores se requiere de una destreza, creatividad e inteligencia que sólo pueden ser llamadas “artísticas”. De ahí su profundo desprecio a los malos imitadores del animador de televisión estadounidense David Letterman, por mencionar el caso más significativo. Así, el punto de vista de Garcés deja en claro que toda producción televisiva puede ser de buena o mala calidad de acuerdo a la pericia artística con que es ejecutada.

En segundo lugar, y como consecuencia de lo anterior, *Morirás mañana* subvierte la asunción de que Bayly es totalmente indiferente a los debates literarios. Por el contrario, en la narración de los asesinatos ejecutados por el protagonista de su trilogía se trasluce una contundente crítica a quienes le niegan reconocimiento literario a los escritores de *bestsellers*. Es decir, que en esta serie de novelas Bayly aborda un importante tema de discusión contemporánea como es el de la relación literatura-mercado. En ese sentido, su trilogía sugiere que las causas de la marginación de los escritores de éxito comercial con respecto del canon literario peruano y latinoamericano están relacionadas con las precariedades del circuito literario. Entre estas limitaciones se encontrarían la incapacidad de los críticos literarios y de las universidades para reconocer que de la interacción entre literatura y medios masivos pueden surgir productos que, a la vez que proveen entretenimiento a los lectores, pueden demostrar originalidad artística. La crítica literaria peruana, en especial la de difusión en medios impresos, estaría de esta manera bastante distante de la crítica cultural estadounidense. Ciertamente, en su apertura a la cultura de masas, esta última aparece más afín al pensamiento de Garcés pues, como afirma Frédéric Martel –a propósito del giro crítico en la revista *The New Yorker* en la década de 1990–: “el nuevo árbitro tiene la misión de evaluar la cultura, no ya sólo en función de su calidad –un valor subjetivo–, sino también de su popularidad –un valor más cuantificable” (167).

No obstante, es preciso enfatizar que esta implícita “crítica a los críticos” no busca la disolución total del concepto de arte. Tampoco contribuye a la supuesta relativización contemporánea del concepto de cultura que Vargas Llosa condena en *La civilización del espectáculo*: “como ya no hay manera de saber qué cosa es cultura, todo lo es y ya nada lo es” (69). Por el contrario, revela un interés por una reformulación de los conceptos de cultura y arte de modo tal que estos se adecúen al actual contexto socioeconómico. De esa manera, se

encuentra en consonancia con lo planteado por García Canclini con respecto a lo que significa “ser culto en la modernidad”. Señalaba este crítico en 1989 que las transformaciones en lo que se entendía por “lo culto” tenían que ver con tres aspectos: la interacción de la cultura con los gustos populares, con la estructura industrial de la producción y circulación de casi todos los bienes simbólicos y con los patrones empresariales de costo y eficacia (61). En la trilogía de Bayly, la amena conversación entre un escritor que se asume plenamente dentro de la lógica comercial como Garcés y una figura tan sólidamente identificada con el arte literario como Jorge Luis Borges es representativa de ello.

Como se puede apreciar, es sobre la base de una crítica dual al circuito televisivo y al circuito literario que *Morirás mañana* desarrolla su propuesta de lo que puede ser una obra arte en la era de la globalización. El persistente énfasis de la historia en el rol del consumo en la asignación de valor artístico a un libro señala su confluencia con las políticas neoliberales de expansión de mercados. En ese sentido, el beneplácito que exhibe la trilogía ante el hecho de que la novela como género se inserte en las grandes redes de comercialización es bastante notorio. Resulta evidente la simpatía con que se presentan en estas tres novelas a los escritores que han conseguido vender libros por millones y que han logrado que sus libros sean traducidos a diversas lenguas. Esta defensa de un mercado literario dinámico también se observa en la representación negativa del editor corrupto, encarnado en la novela por el personaje Jorge Echeverría, el cual, con sus acciones ilegales obstaculiza la circulación eficiente de la obra de arte en el mercado. Sobre todo porque, como se refiere en la novela, habiendo tenido la oportunidad de vender su editorial a alguna empresa transnacional, Echeverría ha preferido seguir al mando de la misma y restringir su campo de acción al Perú. Este desinterés por la expansión transnacional es visto con desconfianza.

Morirás mañana establece con claridad que la decisión por parte de un autor de insertar plenamente sus obras en el circuito comercial, no tiene por qué entrar en conflicto con su estatus artístico. Sólo que, como se ha señalado previamente, la idea de arte implícita en esta concepción está conformada por otro tipo de componentes, los cuales nacen de una ampliación del concepto de producto artístico, el cual ha pasado a incluir a todas las obras que consiguen proveer entretenimiento a un número masivo de consumidores. En consecuencia, hay un arte de los medios masivos (en la televisión, en la radio) y también un arte de la escritura (la literatura). Lo novedoso de esta concepción es que a diferencia de una idea más tradicional y hegemónica de arte, el entretenimiento es considerado como una práctica que, del mismo modo que prácticas de la “alta cultura” como la escritura literaria o la pintura, demanda creatividad, destreza técnica y perspectiva crítica.

Naturalmente, no se trata de una concepción original de Bayly como autor, sino la expresión en la literatura latinoamericana de un fenómeno mundial presente en diferentes campos. En el caso de otras industrias del entretenimiento como, por ejemplo, Disney Creative Entertainment, el objetivo de sus contenidos siempre ha sido, como refiere Anne Hamburger (presidenta de dicha división) a Martel: “borrar la frontera entre el arte y el *entertainment*” motivo por el cual producen “auténticas obras de teatro, desfiles, espectáculos de marionetas, fuegos artificiales y eventos *larger than life*” (59). Se trata de una difuminación de fronteras que para Julie Taymor, la famosa directora estadounidense de musicales, ópera y cine, implica el abandono de antiguos prejuicios. Afirma también en una entrevista con Martel que: “El artista con A mayúscula no comprende el *entertainment*, se conforma con una audiencia limitada para no contaminar su arte con criterios comerciales. Es una actitud elitista, un poco snob” (71). Por eso considera que creaciones suyas como la puesta teatral de *El rey León* en Broadway no son

“ni puramente arte, ni sólo entretenimiento, no sé realmente si estoy en lo uno o en lo otro. Estoy en otra parte” (72).

En esta nueva concepción del arte se genera una dinámica en la que, en el caso de las novelas, las citas y referencias provenientes de la llamada “alta cultura” pueden seguir siendo incorporadas, pero siempre y cuando cumplan con la finalidad de entretener y llevar a la reflexión a un espectro amplio de lectores. Por ello, para contribuir al logro de dicho efecto, en las obras literarias de este tipo el estilo debe ser necesariamente sencillo y directo. Las novelas que consigan poner en funcionamiento estos elementos, según se infiere de este nuevo modelo, también tienen derecho a ser consideradas como obras de arte. Mientras que aquellas que no consigan entretener y promover el pensamiento crítico (ya sea por su uso ineficiente de las citas y referencias de la “alta cultura” o por su recargada retórica), aunque se vendan en grandes cantidades, pasarán a ser consideradas como productos fallidos ajenos a la esfera del arte.

No obstante su particularidad, la aparición y desarrollo de esta nueva propuesta de arte no ha implicado su aceptación total por parte de escritores y críticos. Se trata de una línea marginal que pocos autores han querido seguir y contados críticos literarios, validar. Al menos en el Perú, esta fusión de entretenimiento y literatura no ha conseguido consolidarse del todo y es por ello que el estatus artístico de las novelas de Jaime Bayly, juzgado desde criterios tradicionales, aún es puesto en entredicho. Cabe recordar al respecto que a finales de la década de 1990 la comunidad académica consagraba principalmente a las novelas que se presentaban como “metáforas de la identidad nacional” (Velázquez 55), en desmedro de narrativas marcadamente individualistas como la de Bayly.

La compleja dinámica entre arte, medios masivos, cultura y entretenimiento que es característica de las obras de este autor reclaman una mayor exploración. Estas ficciones

cuestionan la idea de que la influencia de los medios sobre el género novelístico no ha hecho sino empobrecerlo. Por el contrario, los libros de Jaime Bayly son muestras contundentes de la influencia positiva de los medios masivos en la novela latinoamericana, no sólo por el modo en que los códigos de representación audiovisual son incorporados en las narraciones, sino por la manera en que aquellos han contribuido en la generación de nuevos modelos estéticos.

CAPÍTULO 4

UN MELODRAMA EN LA POSTMODERNIDAD: *ÓSCAR Y LAS MUJERES* (2013)

La novela *Óscar y las mujeres* de Santiago Roncagliolo muestra cómo, a partir de la parodia irónica de un producto mediático tan popular en Latinoamérica como la telenovela, se ha conseguido generar una propuesta de melodrama en la postmodernidad. Se trata, en este caso, de una novela que, además de representar la dinámica de la producción de telenovelas, recrea en su interior un típico guión telenovelístico. Esta especificidad en la presentación del diálogo novela-medios y su conexión con el consumo masivo hacen de este texto un objeto de estudio de suma relevancia para la presente investigación.

La estructura de *Óscar y las mujeres* está caracterizada por el entrelazamiento de dos historias. La primera de ellas está contada por un narrador omnisciente extradiegético que refiere los problemas sentimentales y laborales de Óscar Colifatto, un guionista de telenovelas peruano afincado en Miami. Una notoria incapacidad para relacionarse con la gente, así como para expresar empatía, son las características principales de este personaje. Al inicio de la novela, la vida rutinaria que lleva Óscar escribiendo para la televisión se ve desestabilizada cuando, como consecuencia de una infidelidad del guionista, su novia Natalia lo abandona. Este acontecimiento tendrá consecuencias nefastas para él, pues luego de esta ruptura amorosa cae en una angustiante sequía creativa. A partir de ese momento, la trama se enfoca en los desesperados esfuerzos del guionista por recuperar tanto el amor de Natalia como la inspiración necesaria para completar el guión de una nueva telenovela. Y es precisamente el contenido de este guión lo que constituye la segunda historia presentada en la novela. En este nivel de “ficción dentro de la ficción”, Óscar actúa como el narrador omnisciente de una historia que parodia la típica trama telenovelesca en

la cual dos personajes provenientes de distintas clases sociales –María de la Piedad y Gustavo Adolfo Mejía Salvatierra– no pueden concretar su unión amorosa. Esta historia es narrada y presentada tipográficamente como si se tratara de un guión.

Óscar y las mujeres, desde el ámbito de la ficción literaria, presenta características temáticas y estructurales que se encuentran en consonancia con los planteamientos de Linda Hutcheon sobre el significado de la parodia en la postmodernidad. Así, en *The Politics of Postmodernism* (1989) Hutcheon arguye que si bien la parodia postmoderna no toma un radical distanciamiento del discurso parodiado, no por ello deja de cuestionarlo. Luego de un exhaustivo análisis de diversos productos culturales –entre los que se cuentan textos literarios, composiciones musicales, películas y muestras fotográficas y pictóricas, entre otros– llega a la conclusión de que gran parte de la producción cultural postmoderna está caracterizada por lo que denomina “postmodern form of complicitous critique” (98). Se trata de un doble proceso de “installing and ironizing” (89) mediante el cual se actualiza el poder político de la parodia en la postmodernidad: “As form of ironic representation, parody is doubly coded in political terms: it both legitimizes and subverts that which it parodies” (97). En ese sentido, ya no es la dureza de la sátira sino la sutileza de la ironía la que lleva adelante dicha actualización política.

Como mostraré a continuación, la parodia de las telenovelas latinoamericanas que se lleva a cabo en esta novela de Roncagliolo tiene las características de una “complicitous critique” (98). Es decir, se trata de un texto que con su renuencia a hacer una parodia satírica de un producto marcadamente mediático como la telenovela revela su parcial complacencia con la industria del espectáculo; pero que, al mismo tiempo, a través de lo que llamaré *parodia irónica* del guión telenovelístico consigue deconstruir diversos estereotipos de representación de dicha industria. Este *installing and ironizing* no sólo le permite actuar como discurso crítico sobre la

industria del entretenimiento mediático, sino que además genera una respuesta –desde la ficción misma– a la pregunta sobre las posibilidades comerciales del melodrama en la postmodernidad.

En primer lugar, será necesario dilucidar de qué modo funciona la parodia irónica en *Óscar y las mujeres*. Para ello, será de significativa utilidad la comparación de esta novela con otra con la que guarda notorias semejanzas y que se ha estudiado en el segundo capítulo de esta disertación: *La tía Julia y el escribidor* de Mario Vargas Llosa. Ciertamente, ambas novelas tienen como protagonistas a excéntricos creadores de insumos para la realización de productos mediáticos de entretenimiento: guiones telenovelísticos en el caso de Óscar Colifatto y guiones radioteatrales en el de Pedro Camacho. Asimismo, las dos novelas se asemejan a nivel estructural ya que en el diseño de ambas se incorporan recreaciones literarias de lo que serían los guiones escritos por cada uno de estos personajes. Y lo hacen recurriendo a la parodia que es, como propone Fredric Jameson, “the wearing of a linguistic mask, speech in a dead language” (17).

Es conveniente recordar que en los capítulos pares de *La tía Julia*, Vargas Llosa “se pone la máscara” de un autor de radioteatros y “habla en su lenguaje muerto” empleando una serie de recursos propios de la narración radioteatral como los epítetos, la adjetivación abundante, la incorporación de arcaísmos, las preguntas retóricas y los personajes arquetípicos. Roncagliolo hace algo semejante años después en *Óscar* cuando recrea el guión de telenovela pretendidamente escrito por su protagonista, utilizando en este caso las frases hechas, las situaciones melodramáticas y los personajes cliché que caracterizan a las telenovelas latinoamericanas comúnmente conocidas como “culebrones”.

Estos elementos en común entre ambas novelas llevaron a que los periodistas interrogaran a Roncagliolo acerca de la relación entre su libro y el de Vargas Llosa. Y contrariamente a lo que se esperaba, dada su autodeclarada admiración por este último,

Roncagliolo precisó en más de una oportunidad que no había sido el personaje “escribido” de Vargas Llosa quien le había servido como modelo para configurar al protagonista de su novela, sino los personajes de las películas de Woody Allen.³⁷ Este distanciamiento del autor de *La tía Julia* no es más que el eco extratextual de una postura estética ya expresada en el epígrafe compuesto de la novela:

“El arte imita a la vida.”
ARISTÓTELES
“La vida imita al arte.”
ÓSCAR WILDE
“La vida imita a la televisión barata.”
WOODY ALLEN

Esta secuencia interrelacionada de citas es el indicador inicial de la nueva manera de entender la relación novela-medios que será expuesta en el texto ficcional. Más aún, se trata de un paratexto que presenta al lector una microhistoria de la mimesis en la cultura occidental. Sólo que al colocar en el último eslabón de la cadena la voz de un director y guionista cinematográfico (que además habla sobre la televisión) se desestabiliza la jerarquía entre el pensamiento de los creadores de la “alta cultura” y el pensamiento de los creadores mediáticos. Además, el posicionamiento de la cita de Allen sugiere que son precisamente estos últimos los que tienen la palabra final en el debate sobre la importancia de los medios en la contemporaneidad. No resulta extraño, entonces, que Roncagliolo piense su propia novela como un producto distinto al que había configurado Vargas Llosa en la década de 1970 con *La tía Julia*. Porque realmente lo es. La comparación entre el tipo de parodia que se lleva a cabo tanto

³⁷ “Pensé mucho más en Woody Allen, de hecho Óscar tiene mucho de los guionistas que muestra Allen: neuróticos y obsesivos”. En: <http://larepublica.pe/tendencias/694474-roncagliolo-soy-Oscar-y-todos-mis-personajes>

en *Óscar* como en *La tía Julia* permitirá apreciar con claridad que en la novelística peruana ha habido, efectivamente, un cambio en la postura con respecto a los productos mediáticos de entretenimiento, como ya se había notado en la obra de Jaime Bayly.

La particularidad de la parodia en *Óscar* se expresa en principio en aspectos estructurales. Se puede señalar, en primer lugar, el modo en que son insertados los guiones de Óscar Colifatto en la novela. A diferencia de Vargas Llosa, que organizaba su texto de acuerdo a un riguroso patrón binario en el que en los capítulos impares se contaban la historia “real” del romance entre Varguitas y Julia, y en los pares se presentaban los guiones de las historias “ficticias”³⁸ creadas por Pedro Camacho, Roncagliolo opta por un diseño lineal en la que la historia “real” de Óscar hegemoniza el foco de la narración y el guión de la historia “ficticia” de María de la Piedad y Gustavo Adolfo Mejía Salvatierra es presentado con menor frecuencia y sin un patrón definido.

Además, la manera en que se nombran las secciones narrativas también es distinta en las dos novelas. *La tía Julia* consta de veinte secciones, cada una de las cuales está numerada siguiendo la secuencia de numeración romana: I, II, III... *Óscar*, por su parte, está conformada por seis grandes secciones que, en lugar de números, están encabezadas por diferentes “reglas” de la escritura de guiones telenovelísticos: “1 La buena es virgen y el galán es viril”, “2 La mala es muy mala”, “3 La mala no puede morir”, “4 Todos los personajes cargan con secretos del pasado”, “5 Los cadáveres nunca se encuentran” y “6 Los buenos tienen final feliz y los malos se pudren en el infierno”.

Como se puede apreciar, tanto en la inserción de las narraciones ficticias como en el nombramiento de las secciones narrativas se verifica una mayor proximidad entre el nivel “real”

³⁸ El uso entre comillas de las palabras “real” y “ficticio” sirve para resaltar que aluden a efectos narrativos y no a condiciones ontológicas.

y el “ficticio” en la novela de Roncagliolo. Lo que significa, a su vez, que en esta última hay una mayor permeabilidad entre el código literario (que es el que constituye el efecto de “trama real”) y el código mediático (que es el que configura el efecto de “trama ficticia”). En la novela de Vargas Llosa, por el contrario, se observaba un mayor interés por una clara demarcación tanto de los niveles de realidad como de los códigos a partir de los que se enuncian sus dos tramas. Cabe recordar que, como se señaló en el análisis de *La tía Julia*, si bien en sus últimos capítulos “realidad” y “ficción” empiezan a entremezclarse en una suerte de completa carnavalización de la novela, el capítulo final de la misma funciona como un espacio de reordenamiento.

Esta permeabilidad de códigos observada en el nivel estructural de *Óscar* expresa una postura menos confrontacional con respecto a los medios masivos que la exhibida en *La tía Julia*. Hay que tener en cuenta en este punto que la novela de Vargas Llosa cuestionaba enfáticamente la popularidad alcanzada por los radioteatros en la ciudad de Lima durante la década de 1950. Y que para ello desacreditaba a un representante de esta industria, el guionista de radioteatros, mediante la caricaturización de su imagen pública y la parodia satírica de su obra. Así, mediante esta doble operación, el texto consolidaba el estatus de la novela como una forma narrativa superior a la mediática. En el caso de *Óscar* existe una crítica con respecto a los estereotipos románticos que son perpetuados en las telenovelas latinoamericanas, pero no se trata de un juicio condenatorio sino de una aproximación irónica a partir de la cual se busca proponer algo nuevo. Es por ello que, aun cuando en esta novela se parodia a un creador de contenidos mediáticos al igual que en *La tía Julia*, a diferencia de lo que ocurre con esta última, no se aprecia un interés por desacreditar a dicho personaje a través de la caricaturización de su imagen pública ni la satirización de sus creaciones.

En *Óscar* no hay un binomio de personajes que alegoricen dos prácticas antagónicas de escritura. Así, Óscar Colifatto es el único personaje en la novela que se dedica a la creación de historias. Su profesión de guionista no es contrastada con ninguna forma “superior” de escritura. Los únicos conflictos a los que se enfrenta, y que ponen en movimiento la trama, son los que ya se han señalado: su falta de inspiración y su deseo por reconquistar a su novia Natalia. De esa manera, la novela de Roncagliolo deja de operar en el ámbito de la jerarquización entre la escritura literaria (práctica superior de creación artística) y la escritura para los medios (práctica inferior de creación comercial). El personaje Óscar Colifatto pertenece más bien al linaje de creadores que, como el Javier Garcés de Jaime Bayly, entienden la escritura como una práctica artística y comercial al mismo tiempo. Es ilustrativo de este punto un pasaje de la novela en el que el narrador extradiegético se refiere al éxito obtenido por Óscar en años anteriores a su presente crisis creativa.

La malquerida, con un cuarenta y cinco por ciento del *share* y cuarenta puntos de *rating* en los días malos, lo había convertido en el joven guionista de moda, pero no sólo por la cantidad de gente que la veía, sino también porque triunfó intelectualmente. Críticos, académicos y ensayistas dedicaban sesudos estudios al fenómeno cultural masivo de esa telenovela, y Óscar asistía a conversatorios culturales tanto como a galas del espectáculo. Durante una temporada, los pocos caballeros con pretensiones intelectuales de Miami se vistieron como él, todos de negro y con zapatos para la nieve, aunque la meteorología de la ciudad evitó que esa moda se prolongase demasiado tiempo. (65)

Este recuento del éxito obtenido por Óscar Colifatto entre televidentes e intelectuales no posee el tono satírico o escéptico que caracterizaba a los comentarios sobre los logros del Pedro Camacho de Vargas Llosa. Por el contrario, la referencia a la legitimación intelectual del trabajo de guionista en *Óscar* socava la pretendida superioridad cultural de la literatura afianzada por dicha sátira. Los “sesudos estudios” y “conversatorios” dedicados a la telenovela *La malquerida*

por parte de “críticos, académicos y ensayistas” resaltan la pérdida de exclusividad de los textos literarios como las únicas formas de narración dignas de atención intelectual. De hecho, la novela de Roncagliolo reconoce la importancia de los productos televisivos para el público latinoamericano y, por extensión, para los estudiosos de los procesos de conformación de identidades, quienes, como en el caso de Jesús Martín-Barbero entienden que la televisión “es hoy un espacio particularmente significativo de reconversión económica, de preocupación política y de transformación cultural” (“La telenovela” 44).

En *Óscar* no se hace mofa acerca del estatus artístico del guionista de telenovelas. Cuando se afirma –como se aprecia en la última cita– que Óscar Colifatto “triunfó intelectualmente” no hay un interés satírico en ello. Debe tenerse en cuenta que esta frase es enunciada por el narrador extradiegético, que es la instancia textual con que se configura el efecto de objetividad de la diégesis. Es decir, es la entidad narrativa que enuncia “las cosas como son”. De ahí que la enunciación “objetiva” del éxito de la telenovela de Óscar entre los académicos sea un importante indicador de la integración entre la escritura para el entretenimiento y la escritura artística.

Sin embargo, no es el único indicador, ya que incluso en los diálogos “subjetivos” de los personajes no se detecta intención satírica alguna en referencia a la práctica de escritura de Óscar Colifatto. “¡Óscar, mi hermano! –se levantó Pesantes al verlo–. ¡Maestro! ¿Cómo está el Shakespeare de la televisión? ¿El Cervantes del amor hispano? ¿El poeta de los corazones latinoamericanos?” (32). Leídas en el contexto amistoso de la escena, estas comparaciones con autores literarios canónicos hechas por el productor de televisión Marco Aurelio Pesantes no están al servicio de la sátira como ocurría con el apelativo de “Balzac criollo” con que Varguitas se burlaba de Camacho en *La tía Julia*. Sirven, por el contrario, para reforzar la idea de que el

guionista de telenovelas forma parte de una tradición antigua y prestigiosa de autores que alcanzaron una significativa popularidad en su tiempo. La comparación del productor de televisión adquiere sentido en cuanto no está relacionada con las probables similitudes estilísticas entre los guiones de Óscar y la obra de Shakespeare y Cervantes, sino en la evidente capacidad de los tres para entretener a un público masivo. La novela presenta al guionista, entonces, como un profesional de los medios que puede llegar a poseer una imagen pública prestigiosa.

Con respecto a los guiones televisivos en sí –es decir, a las historias que se escriben para ser llevadas a la pantalla– se asumen dos actitudes en el texto. Por una parte, se parodia la grandilocuencia de su retórica y su tendencia a la exageración sentimental. No obstante, por otro lado, se destaca su capacidad para proveer de sentido a la experiencia cotidiana, no sólo a los televidentes, sino al creador mismo. Se afirma, por ejemplo, que “Óscar apreciaba las telenovelas porque tenían un orden y un sentido. Todo en ellas ocurría por alguna razón y producía alguna consecuencia en la vida de los personajes. En cambio, la realidad estaba llena de lagunas, errores de continuidad, líneas mal dichas en momentos incorrectos” (25). Esta declaración, por lo tanto, reclama una apreciación de las telenovelas como algo más que productos de entretenimiento. Y de esta manera se contrapone notoriamente con el efecto de orden precario con que se pretendía caracterizar a los radioteatros en *La tía Julia*, llevado al paroxismo en el capítulo XVIII de la misma, en el cual se mezclaban los personajes de todos los radioteatros previos en escenarios que iban cambiando sin explicación alguna. En un evidente giro en la percepción de las narrativas mediáticas, *Óscar* les otorga a estas una función trascendental (dar sentido a la existencia) antes considerada exclusiva de la literatura.

Es conveniente señalar, sin embargo, que esta función trascendental no es asumida como un dogma. El narrador omnisciente, por ejemplo, ironiza con frecuencia sobre la incapacidad de

Óscar para entender la diferencia entre sus propias experiencias amorosas y aquellas que él mismo recrea en sus guiones. Y también sobre su incapacidad para dialogar realmente con otras personas, como en la escena en que Óscar se reúne con el productor para solicitar un aumento. Allí, el narrador explica de esta manera el porqué del fracaso de dicha negociación: “Por deformación profesional, Óscar actuaba como si los diálogos reales fuesen como los que él escribía, como si él redactase las líneas de ambos interlocutores” (36). Con ello, el texto advierte que las telenovelas pueden dar orden a la existencia humana, pero pueden también alienar a quien no toma la distancia suficiente para evaluarlas críticamente.

De otro lado, la novela visibiliza los nexos entre las producciones mediáticas y el contexto económico que termina influyendo en su configuración. En ese sentido, presenta con claridad la inserción de la telenovela latinoamericana en un sistema industrial cuya dinámica impacta inevitablemente en aspectos claves de la producción, como la elección de escenarios, cantidad de personajes, extensión de la trama, etcétera. Salvo que no ve en ello una condición limitante. Óscar es representado como un profesional que escribe con cierto margen de libertad creativa sus guiones telenovelísticos, y que, a diferencia del Pedro Camacho de *La tía Julia*, no tiene una relación conflictiva con sus empleadores. Ciertamente, Óscar manifiesta su desazón por el modo en que estos quieren controlar su creatividad, pero se muestra dispuesto a encontrar espacios de libertad expresiva dentro de estas constricciones. La influencia del dinero es aceptada con ironía y resignación: “Era un siervo de los caprichos del productor, el eslabón más bajo de la cadena evolutiva de la televisión. Pero de momento, necesitaba el dinero” (42); “Óscar podía resolver casi cualquier cosa. Una vez lo habían contratado en un remake de *Pobre Clara*, para el capítulo cuarenta, con el fin de eliminar personajes para ahorrar presupuesto” (43); “En sus años en la industria de la televisión, Óscar había aprendido una lección fundamental: jamás le

digas que estás mal a alguien que puede darte dinero. El dinero quiere que sonrías, que muevas la cola” (59).

Este último aspecto está en consonancia con el concepto de “postmodern form of complicitous critique” de Hutcheon. Efectivamente, el personaje Óscar Colifatto, como se puede observar en estas últimas citas, aparece como un sujeto plenamente consciente de que su condición de asalariado lo mantiene en una situación vulnerable frente a los requerimientos de quien contrata sus servicios de guionista. El texto, en ese sentido, no cuestiona esa dependencia. No obstante, otros personajes de la novela asumen posiciones críticas con respecto a los estereotipos explotados por la industria televisiva.

Son los personajes femeninos los que abogan con ironía por una forma de representación más cercana a la realidad de las relaciones amorosas contemporáneas. Por ejemplo, una de las actrices de la telenovela que se empieza a rodar (con guión de Óscar) se convierte en un obstáculo para el director de la misma en cuanto interrumpe constantemente las tomas para señalar la artificialidad de los diálogos: “–*My God!* ¿Tiene que hablar él como un *nerd*? ‘El torrente de mis sentimientos’. ¡No puedo permanecer insensible a eso! Jajajajajaja”; “–*Come on!* –reclamó Grace–. ¿Por qué nos escriben diálogos tan fresas? Tiene que parecer *the real thing*” (116).

Asimismo, Natalia, el personaje que con su alejamiento había anulado la creatividad de Óscar, le hace a este una revelación importante casi al final de la novela: “Tú no estabas enamorado de mí, sino de una ficción que habías inventado. No vas a ser feliz hasta que aprendas a reconocer a la gente por lo que es de verdad” (286). Se trata, en apariencia, de una recomendación para que Óscar mejore en su vida personal. Sin embargo, dado que para este las

conexiones entre vida y obra son bastante fluidas, se sobreentiende que el impacto de las palabras de Natalia se extenderá también hasta los guiones telenovelísticos.

Finalmente, está el personaje de Beatriz, quien a pesar de haber representado al inicio de la novela la imagen idealizada y pasiva de la mujer salvadora, en el último tramo de la historia es quien consigue que Óscar se comprometa en una relación amorosa alejada de los estereotipos de las telenovelas.

Es importante recalcar en este punto que la crítica a la artificialidad de las historias televisivas en *Óscar* no aboga por un retorno a un “punto cero” de la representación. Es decir, la novela de Roncagliolo no se configura como un mecanismo textual de desenmascaramiento que permitirá el acceso a “the real thing”, como pedía uno de los personajes. El texto, por el contrario, muestra en diversos momentos su complacencia con la artificialidad de la representación. Su propuesta está relacionada más bien con la defensa de una manera diferente de valorar esta artificialidad. Dice Óscar: “Al fin y al cabo, la magia de la televisión es precisamente ésa: las cosas no tienen que ser reales para ser creíbles. Los libros de las repisas no son libros sino lomos de cartón. Las camas no son camas sino tablas con sábanas. Los actores sobreactúan para verse naturales en la pantalla” (253). Desde ese punto de vista, es imposible pensar en otra manera de “re-presentar” la realidad. Quienes trabajan haciendo telenovelas, por ello, simplemente se esfuerzan para que la artificialidad que quieren llevar a la pantalla sea consistente con sus propias reglas: “¿Cómo representar el sano cabello natural de María de la Piedad con las extensiones baratas de Grace? ¿Cómo iba esa bataclana a transmitir la mirada candorosa de su personaje?” (75).

La presentación de una trama realista al lado de la parodia irónica de un guión telenovelístico es el mecanismo mediante el cual se explora el funcionamiento y la importancia

de la artificialidad en el género. Así, el lector que recorre las páginas de *Óscar* es testigo del proceso de escritura de un guión de telenovela. Se le muestran de qué modo las manías del guionista, las condiciones presupuestales de la productora y el gusto de los telespectadores son quienes modelan el producto final. Pero, como se ha señalado con anterioridad, con este entramado de códigos no se busca posicionar a la telenovela en una escala inferior a la novela. Lo que se propone, a partir de la exhibición de la artificialidad, es una actualización del melodrama para hacerlo comercialmente viable en el siglo XXI. *Óscar* es, de esta manera, la respuesta literaria a la pregunta sobre qué posibilidades tiene el melodrama romántico en una época marcada por el escepticismo hacia las representaciones románticas tradicionales. O, en otros términos, responde a esta interrogante: ¿cómo reactivar el deseo por consumir melodramas románticos en un público cada vez más interesado no en los estereotipos sino en “the real thing”?

Como he mostrado en las páginas precedentes, la novela de Roncagliolo está posicionada en un territorio donde fluctúan la complacencia y la crítica hacia los melodramas románticos televisivos. Es momento de señalar ahora que son precisamente estos dos movimientos los que ponen en acción la parodia irónica, contribuyendo de esta manera con la configuración de una propuesta de melodrama romántico para el siglo XXI.

Esta propuesta novelística guarda similitudes con la reelaboración de los cuentos de hadas que, en el ámbito cinematográfico, llevó a cabo la saga de películas *Shrek* (2001-2010). En un ensayo en el que analiza los alcances de la deconstrucción audiovisual de los estereotipos sostenidos por dichos cuentos, Juan Carlos Ubilluz concluye que la parodia de los mismos no aspiraba a destruir el género sino a su reactualización. Un indicador de esto era, por ejemplo, el modo en que es presentado el Reino Muy Muy Lejano en *Shrek 2*: lleno de establecimientos comerciales como Versace, Burger King y Old Navy, así como de mansiones similares a las de

las estrellas de cine hollywoodenses. Este imaginario consumista y las palabras “Muy Muy Lejano” colocadas en la cima de las montañas del reino replicando el icónico cartel de “Hollywood” llevan a Ubilluz a concluir que: “En el espacio de la ilusión de los cuentos, tenemos ahora la ilusión del consumo y del espectáculo, la cual se naturaliza hasta parecer una constante transhistórica” (184). Según esa lectura, entonces, una ilusión es sustituida por otra: “la narración se burla de los cuentos de hadas pero acaba contando uno y se burla también de la sociedad del espectáculo y del consumo, pero acaba ofreciendo un espectáculo y aceptando el *merchandising*” (185). Pero aunque para Ubilluz esta complacencia con el mercado es una prueba de que la saga de *Shrek* es un inocuo *pastiche* jamesoniano y no una parodia con poder subversivo, su lectura tiene diversos puntos en común con Hutcheon en cuanto a los espacios críticos que pueden abrir los productos mediáticos a pesar de su inserción en las dinámicas de la industria del entretenimiento. La novela de Roncagliolo participa de una discusión similar.

Como en *Shrek*, en *Óscar* se produce también el reemplazo de una ilusión por otra. De ahí que considerar esta novela como una simple “sátira de las telenovelas” es quedarse en un nivel superficial del análisis. Del mismo modo que lo es el leerla como un “remake” contemporáneo de *La tía Julia*, es decir, como una mera sustitución de la sátira de un producto mediático por otro. Y es que la novedad de *Óscar* es que se distancia de esa parodia satírica que posicionaba a la novela en un nivel de superioridad cultural con respecto a las narrativas mediáticas, basándose en la pretendida exclusividad de aquellas en la crítica de la artificialidad. *Óscar*, por el contrario, visibiliza la artificialidad que también caracteriza al género novelístico (al ser una representación simbólica) y en base a ello propone un diálogo horizontal entre novela y telenovela. Una cuidadosa mirada a la última sección de *Óscar* condensa las particularidades de esta propuesta.

En los tramos finales de la novela, los acontecimientos melodramáticos creados por Óscar en sus guiones empiezan a intensificarse en el nivel “real”. Es decir, en la trama principal desde la que se parodiaba a las telenovelas empiezan a proliferar las situaciones melodramáticas. Óscar, enamorado ya en este punto de su vecina Beatriz, es enfrentado a una serie de enredos para poder conquistarla. Además, su incapacidad para expresar emociones en todo ámbito que sea ajeno a la ficción se presenta como el principal obstáculo para que se concrete su unión romántica con Beatriz. Se plantea, de esta manera, una situación dramática en la que Óscar debe optar por la comunicación o por el silencio.

Entonces, subrayando la capacidad de lo artificial para expresar sentimientos, el guionista elige comunicarse utilizando los códigos del lenguaje melodramático. Por ello, Óscar se las arregla para declarar su amor a Beatriz durante la emisión del último capítulo de la telenovela que ha estado escribiendo. Hasta esa altura de la narración, el guionista había obedecido cuidadosamente las reglas de composición de un melodrama telenovelístico, mostrándose reacio a reformularlas, como evidenciaban declaraciones como esta: “La mala no puede morir. Nos exponemos a plagas inimaginables, a catástrofes bíblicas, a castigos infernales. Nadie lo ha hecho nunca, y no seré yo el primero” (143). Sin embargo, en este capítulo final de *Apasionado amanecer* los televidentes son testigos de cómo se rompe la coherencia de la historia cuando los nombres de los protagonistas de la telenovela son cambiados. Gustavo Adolfo ha pasado a llamarse Óscar y María de la Piedad, Beatriz. La trama principal se confunde con la secundaria y se escucha decir a Óscar-Gustavo Adolfo: “Beatriz, sé que soy un tipo imperfecto. Sé que soy un

desastre. Pero te quiero precisamente porque soy diferente cuando estoy cerca de ti. Tú me haces mejor persona” (312).³⁹

Sin embargo, apenas “instalado” el lenguaje melodramático, se produce la “ironización” del mismo: “–Qué raro hablan, ¿no? –dijo uno de los técnicos. / –¿Y quién coño es Beatriz? ¿Ésa no se llamaba María de la Piedad?” (312). No obstante, el texto sugiere que este reconocimiento de la marcada artificialidad del melodrama no tiene por qué cancelar ni su capacidad de generar goce en el telespectador, ni afectar su estatus de obra artística. Así, un adolescente que está viendo la citada escena le dice a su madre: “–Qué mierda tan cursi” y esta replica de inmediato “con los ojos brillosos de la emoción”: “–Por eso es buena” (312).

Este reclamo de un estatus artístico para el melodrama telenovelístico apunta, sin embargo, a validar el uso de sus códigos narrativos en la novela contemporánea. Se trata de una revaloración de las narrativas mediáticas que está en estrecha relación con el concepto de “Camp” desarrollado por Susan Sontag en 1964. En “Notes on ‘Camp’” la crítica cultural norteamericana menciona tres tipos de sensibilidades creadoras: aquella de la alta cultura, caracterizada por tener éxito “en ser lo que es, y, presumiblemente, en satisfacer la intención que apunta tras ella” (369); aquella del arte de vanguardia o de “los estados extremos del sentimiento” (370) que no busca crear armonías y que por ello acepta “una disparidad entre intención y resultado” (369); y finalmente está la sensibilidad del “camp” o “la sensibilidad de la seriedad fracasada”, de la “teatralización de la experiencia” (369-70). La gran diferencia entre esta última sensibilidad y las anteriores es que establece una relación diferente con “lo serio”, pues en ella “Es posible ser serio respecto de lo frívolo y frívolo respecto de lo serio” (371). En

³⁹ En el texto, además, estas palabras están presentadas con la tipografía Courier New, característica de los guiones audiovisuales.

ambos casos se trata de tomar distancia de la rigidez y angustia presentes en las obras de la alta cultura y la vanguardia, asumiendo lo que Sontag denomina “una visión cómica del mundo” (371). Además, lo “camp” asume una postura conciliatoria frente a los productos de la cultura de masas ya que, al disfrutar sin remordimiento de ellos, trasciende “la náusea de la réplica” (372).

Esta sensibilidad “camp” se pone de manifiesto en *Óscar*. Así, mediante la parodia irónica el texto genera un distanciamiento con respecto a la artificialidad del melodrama telenovelístico, pero sólo de manera parcial ya que al reconocer la eficiencia expresiva de dicha artificialidad se pone “serio respecto de lo frívolo”. No se trata, eso sí, de una propuesta original de Roncagliolo en relación al ámbito literario latinoamericano (la obra de Manuel Puig ya asumía esta validación desde finales de la década de 1960), pero sí en el caso de la literatura peruana. En esta, como ya se ha señalado en los capítulos anteriores de esta disertación, ha sido hegemónica hasta finales del siglo XX una concepción negativa sobre el estatus artístico de las narrativas mediáticas. Ciertamente, muchas novelas peruanas se han servido de los códigos narrativos mediáticos, pero siempre desde una posición dialógica vertical como en el caso de *XYZ* y *La tía Julia*. Manifestaciones de un diálogo horizontal con la cultura de masas se han dado recién en las obras de novelistas peruanos cuya juventud ha transcurrido en una época de intensa exposición a medios como el televisivo (década de 1990), los cuales han tenido además la experiencia de trabajar en ellos. Se detalló el caso de Jaime Bayly en el capítulo precedente y ahora es oportuno hacer lo propio con el de Roncagliolo.

Santiago Roncagliolo es un escritor que, al igual que Bayly, ingresó a trabajar a temprana edad en la televisión peruana. No delante de las cámaras como presentador, sino como parte de equipos de guionistas de populares telenovelas como “Amor serrano” (1998), “Luz María” (1998), “Girasoles para Lucía” (1999) o “Sarita Colonia” (2001). En este paso por el mundo

televisivo el escritor adquirió la convicción de que la telenovela “es el único género narrativo que Latinoamérica ha inventado de verdad”.⁴⁰ Además, con el aprendizaje de las estrategias narrativas propias de este tipo de producciones audiovisuales empezó a gestarse también su interés por incorporarlas en sus creaciones literarias. Pero antes de que esto ocurriera, Roncagliolo alcanzó el éxito comercial con *Abril rojo* (2006), un *thriller* político que lo hizo merecedor del Premio Alfaguara de Novela. Este libro, caracterizado por una marcada visualidad, predominio del diálogo y constantes referencias a la cultura de masas, mostraba ya el impacto de su trabajo previo como guionista. Sólo siete años después, con la publicación de *Óscar*, Roncagliolo consiguió dar forma al libro sobre las telenovelas: “Llevaba años queriendo escribir sobre mi vida como guionista de culebrones”.⁴¹

El interés de Roncagliolo por establecer un diálogo horizontal entre novela y medios masivos se hizo explícito en el modo en que *Óscar* salió a la venta. Así, antes de que la historia fuera puesta a disposición de los lectores en el formato tradicional de libro físico, el autor la fue publicando por partes en internet. Fueron nueve entregas semanales que podían ser descargadas en la página web de la editorial Alfaguara por el precio de 0,99 euros cada una. Además de una sinopsis del fragmento en venta, en esta página se apelaba a la curiosidad de los lectores con preguntas como: “¿Logrará Óscar soportar semejante ofensa a su genialidad? ¿Podrá continuar escribiendo frases para la cándida e inocente protagonista de su culebrón cuando a cada palabra se le aparece el ordinario rostro de Grace?”⁴². Es fácil reconocer el uso del mismo recurso retórico con que finalizaban los radioteatros del “escribidor” Pedro Camacho de *La tía Julia*.

⁴⁰<http://archivo.elcomercio.pe/luces/arte/escritor-santiago-roncagliolo-su-faceta-guionista-telenovelas-noticia-1544910>

⁴¹<http://www.latercera.com/noticia/santiago-roncagliolo-parodia-sus-anos-como-guionista-de-teleseries>

⁴² <https://www.megustaleer.com/libro/oscar-y-las-mujeres-episodio-2/ES0137537>

Roncagliolo explicaba así su decisión de publicar primero su novela en el formato digital: “Internet es el único espacio donde puedes lanzar un libro simultáneamente en todo el mundo hispano. Además, tenía un encanto especial: es un homenaje a Oscar y a todos los escritores que deben ganarse al público capítulo a capítulo”.⁴³ Se trataba evidentemente de una estrategia de venta que pretendía enfatizar los vínculos entre ciertos novelistas contemporáneos y los autores de guiones de telenovelas. Pero no sólo eso, sino el vínculo entre estos últimos y los escritores que en el siglo XIX publicaban también sus novelas por entregas y se ganaban a los lectores precisamente “capítulo a capítulo”.

Lo interesante de esta estrategia es que plantea la necesidad del género novelístico de dialogar horizontalmente con los códigos de un producto mediático como la telenovela para así restituir la conexión novela-público masivo. Un vínculo que, como ha estudiado Peter Brooks, era bastante estrecho en el siglo XIX cuando el género novelístico “it still maintained an unembarrassed relation to popular entertainment” (xiv). Dicho de otra manera, se da por sentado que la novela contemporánea, sin renunciar a su estatus artístico, debe aprovechar las estrategias narrativas de la telenovela si lo que se busca es atraer a un gran número de lectores. Y ya he señalado que en *Óscar* este diálogo con los productos mediáticos toma la forma de una parodia irónica, que, como acabo de apuntar, se corresponde con la expresión de una sensibilidad “camp”.

No resulta extraño, por otra parte, que en este esfuerzo por restituir la circulación masiva de cierto tipo de novela, Roncagliolo utilice la plataforma virtual, pues, como él mismo reconoce, se trata de un espacio de interacción a larga escala. En ese sentido, este novelista no

⁴³<http://www.latercera.com/noticia/santiago-roncagliolo-parodia-sus-anos-como-guionista-de-teleseries>

lamenta la popularidad de los medios masivos audiovisuales, sino que se alía con ellos para incrementar el potencial comercial del género novelístico en el siglo XXI. Y si se toma en cuenta que la posterior publicación de la versión material completa del libro confirma la hegemonía del producto impreso como la fuente principal de ganancias, es claro que la venta de la novela por entregas en internet sirvió principalmente como estrategia de marketing. Se buscaba, entonces, por una parte, que este producto novelístico fuera atractivo para el lector potencial gracias a su asociación genealógica con géneros populares como el folletín y la telenovela. Y, de otro lado, con esta alusión a los orígenes netamente comerciales de la novela y su relación fundamental con la tecnología (la imprenta primero y el internet después), se neutralizaba cualquier crítica al libro que lo caracterizara como un simple producto comercial, sin pretensiones artísticas. Este recordatorio de la fluida relación novela-mercado-tecnología resultaba totalmente acertada en cuanto, como apunta Fiedler, este género literario “Mass produced and mass distributed, it seemed as much the product of technology (the printing press, stereotyping, the invention of cheap paper) and the marketplace as of individual genius and what we like to call at our most pretentious, ‘Art’” (146). La estrategia de publicación de *Óscar* invitaba a repensar las críticas a la “novela comercial” en la medida en que visibilizaba, celebratoriamente, los vínculos con el mercado por los que la novela decimonónica había tardado tanto en ser considerada por la crítica elitista como un producto “literario” (Fiedler 146).

Hasta este punto he mostrado diversos procesos que se ponen en funcionamiento en *Óscar*: crítica cómplice de las telenovelas mediante la parodia –en el sentido que le da Hutcheon de “installing and “ironizing” –, diálogo horizontal con los productos mediáticos, valorización de una sensibilidad “camp” –caracterizada por Sontag como “amor a lo no natural: al artificio y la exageración” (355) –, establecimiento de una filiación genealógica con productos narrativos de

consumo masivo (el folletín europeo del siglo XIX y las telenovelas latinoamericanas del siglo XX). Es momento ahora de establecer cuál es el producto final que configuran todos estos procesos. En otras palabras, delinear las características de este melodrama para la postmodernidad desarrollado por Roncagliolo. Mejor aún, examinar de qué modo en *Óscar*, a través de los procesos señalados, se responde a la pregunta: ¿qué viabilidad comercial puede tener el melodrama telenovelesco en una época de “amor líquido”, que es como ha caracterizado Zygmunt Bauman a una de las manifestaciones de la fragilidad de los vínculos humanos en la contemporaneidad?

En *Amor líquido* (2003) Bauman exploraba el cambio producido en las relaciones románticas como resultado del desarrollo de la sociedad de consumo. Sus reflexiones partían de la constatación de la enorme importancia que se le da en el siglo XXI a la discusión sobre las relaciones amorosas. Columnas periodísticas, libros de autoayuda, programas televisivos, páginas de internet, entre otros medios, dan consejos y proponen efectivas soluciones para alcanzar el éxito en el terreno amoroso. Sin embargo, todos estos productos no siempre consiguen resolver una contradicción que está en el núcleo mismo de la angustia contemporánea: se quiere lo eterno pero no por demasiado tiempo. En palabras de Bauman, el concepto mismo de “relación”, que en el pasado sólo evocaba la felicidad producida por el vínculo romántico, ahora “trasmite los placeres de la unión y los horrores del encierro” (12). Esto quiere decir que las mujeres y hombres contemporáneos anhelan y rechazan, con la misma intensidad en ambos casos, el compromiso romántico que en épocas anteriores tenía en el matrimonio su confirmación final.

En un contexto socioeconómico como el del capitalismo contemporáneo, en el que se promueve el consumo y el descarte inmediato, la idea de vivir con alguien “para siempre” no

hace sino desencadenar una fuerte ansiedad, apunta Bauman. ¿Para qué quedarse con una persona para toda la vida si siempre estará abierta la posibilidad de conocer a otra mejor? Es precisamente esta excitante posibilidad la que ha ido minando el viejo modelo de unión duradera. Influidos por la lógica consumista, entonces, los individuos han dejado de lado las “relaciones” para abocarse a la búsqueda de “conexiones” en las que se entra y se sale con facilidad y sin compromisos. Por ello, en la “moderna vida líquida”, concluye Bauman, se espera que las “posibilidades románticas” fluctúen cada vez con mayor velocidad (13). De esta manera, se instala una suerte de mandato invisible que urge al individuo a cambiar de pareja tan pronto como se satisfaga el “gusto” (que Bauman diferencia del “deseo”, en cuanto este último es más duradero que aquel) o en el momento que el otro manifieste su interés por establecer un compromiso a largo plazo.

Para Bauman, los efectos de este cambio en las relaciones románticas son negativos. En primer lugar, porque alguien que se acostumbra a “conectarse y desconectarse” cada vez con mayor rapidez termina perdiendo las habilidades necesarias para hacer que una relación estable funcione (13). De otro lado, este mandato a satisfacer los gustos acaba convirtiéndose en una carga difícil de sobrellevar: “Mantener la velocidad, antes una aventura gozosa, se convierte en un deber agotador” (13). Sobre todo porque la inmersión en una cadena de numerosas interacciones románticas no acaba con la angustia producida por el deseo contradictorio de anhelar/rechazar una relación “para toda la vida”. Así: “La facilidad que ofrecen el descompromiso y la ruptura a voluntad no reducen los riesgos, sino que tan sólo los distribuyen, junto con las angustias que generan, de manera diferente” (14).

Resulta lógico que la búsqueda de sexo seguro hay adquirido un mayor protagonismo en esta época. La intimidad física, propone Bauman, expone a los amantes a una serie de peligros

que no son solamente materiales (enfermedades de transmisión sexual). El encuentro sexual es también una fuente de incertidumbres y ansiedades. Y es que si bien al inicio de una aventura sexual se espera que esta sea “episódica” –es decir, efímera–, como advierte Milan Kundera en *La inmortalidad* “nadie puede garantizar que un evento episódico no entrañe el poder de algún día convertirse en la causa inesperada de futuros acontecimientos”.⁴⁴ El individuo no tiene otra opción que entregarse al goce y suspender durante un breve tiempo (la duración del orgasmo) sus cuestionamientos sobre lo que podría venir después. La “seguridad” del sexo tiene que ver, entonces, con disminuir al mínimo el riesgo de verse urgido a responder a la crucial pregunta: ¿vincularse para siempre o buscar una nueva conexión?

Teniendo en cuenta los enormes beneficios económicos que ha reportado el melodrama en sus diferentes formatos a lo largo del tiempo, resulta interesante preguntarse qué viabilidad comercial pueden tener los melodramas en la época del “amor líquido”. Principalmente porque en el melodrama clásico la consumación de la unión “para toda la vida”, simbolizada en Occidente por el matrimonio religioso católico, es la razón de ser y la conclusión necesaria de la trama narrativa. ¿Cómo puede un producto así ser atractivo para una masa de consumidores que ya no cree en el amor para siempre?, ¿cómo celebrar la unión duradera de dos personas en una sociedad fuertemente individualista? Desde la literatura, *Óscar y las mujeres* ensaya una respuesta que tiene que ver con la habilidad de construir una nueva ilusión con los vestigios de otra.

El concepto que estructura esta nueva ilusión configurada en *Óscar* es el de la “aceptación”. Así, la historia de Óscar Colifatto concluye cuando este termina aceptando ideas

⁴⁴ Citado por Bauman (75).

que hasta entonces le causaban angustia: que se debe amar a las mujeres reales y no a sus representaciones mediáticas, que sólo se puede amar de verdad cuando se presta atención a las necesidades de la otra persona, que es posible encontrar la felicidad en los vínculos paternales. En ese sentido, la novela se presenta como la historia de la “educación sentimental” de un hombre que, aunque gana dinero escribiendo sobre el amor, no sabe en realidad cómo expresarlo ni vivirlo en su vida cotidiana. Y son los personajes femeninos los que asumen un rol decisivo en esta educación. Sin embargo, Natalia, Nereida y Beatriz no sólo educan sentimentalmente a Óscar, también adiestran al lector/lectora de la novela en el consumo de un nuevo tipo de melodramas novelísticos.

Natalia es quien coloca a Óscar en una posición conflictiva cuando le plantea una importante pregunta. Para ese momento, la pareja lleva ya cinco años en una relación en la que ambos disfrutaban a plenitud de sus encuentros sexuales. La interrogante de Natalia es muy sencilla: “-¿Óscar, tú me quieres?” (27), y está motivada por su deseo de darle una estabilidad definitiva a la relación: “Necesitamos metas, un proyecto de vida, un compromiso más sólido por tu parte” (28). “Solidez”, precisamente aquello que, como había notado Bauman, tanto se desea, pero también tanto se rechaza en la contemporaneidad. Ciertamente, esto último ocurre con Óscar quien, luego de esta interpelación por parte de su pareja, siente cómo su cuerpo sufre una “hipotermia afectiva” (28). Y cuando, a continuación, Natalia le pide que esa noche no use preservativo, la crisis emocional de Óscar tiene una consecuencia inmediata sobre su capacidad sexual: “A partir de esa noche, la virilidad de Óscar sufrió una hemiplejía. Cerró la tienda. Murió” (29).

El uso de la metáfora “cerró la tienda” es bastante significativo. Inicialmente, alude a una práctica que se cancela por la ausencia de deseo: la sexual. Sin embargo, hay otra “tienda” que se

cierra, pues la impotencia sexual de Óscar acarrea también su impotencia creativa. Así, la partida de Natalia trae como consecuencia una paralización de la capacidad de Óscar para escribir un nuevo guión, afectando de esa manera los intereses comerciales del productor de la telenovela. Se revela, entonces, una asociación entre amor, creatividad y comercio cuya desestabilización constituye precisamente la trama de la novela.

Esta asociación se pone de manifiesto en dos momentos. En primer lugar, cuando Óscar trata de volver a escribir luego de la ruptura con Natalia y no lo consigue por la incomodidad que le causan unos ruidos en las tuberías de su apartamento. Piensa entonces que cuando Natalia vivía con él las molestias de la vida cotidiana no obstaculizaban su trabajo creativo. “Hasta el día anterior Natalia había actuado como una barrera entre el planeta y su persona. Filtraba a las personas indeseables, que eran casi todas, y componía los desperfectos de infraestructura” (50). Se evidencia aquí un claro comportamiento narcisista y machista en cuanto Óscar ve a Natalia principalmente como un instrumento a su servicio. Tanto así que no duda en equipararla con los personajes que se dedican a la limpieza en las telenovelas: “Ahora veía claro por qué, en la telenovela clásica, la protagonista era siempre una empleada doméstica: alguien tenía que lidiar con todas las distracciones caseras, todos los desagües atascados, todas las alfombras picadas” (50).

En segundo lugar, la asociación amor, creatividad y comercio se manifiesta en toda su crudeza en la airada reacción del productor Marco Aurelio Pesantes luego de enterarse de la ruptura de Óscar y Natalia. “-Tengo mucho dinero invertido en ese proyecto y ahora todo se va a ir al traste” (63) dice el productor a quien hasta ese momento llamaba “amigo”. Sin embargo, esta reacción deja en claro que el fracaso amoroso de Óscar le importa no por el sufrimiento que le ha acarreado a este, sino por sus efectos negativos en la inversión económica que él ha hecho

en la telenovela como productor. De modo que, al igual que Óscar, su jefe ve también en Natalia un instrumento que le reporta beneficios (materiales en su caso). Por eso no sorprende que luego llegue al extremo de querer asegurar su inversión pagándole a una mujer para que reactive el deseo sexual del guionista. No obstante, la depresión por la que atraviesa Óscar impide que esta treta dé resultado.

Hasta este punto resulta evidente que Óscar representa muy bien a esos individuos que en la sociedad contemporánea, como señalaba Bauman, huyen de los compromisos sentimentales por temor a un recorte de su libertad. En el caso del protagonista de esta novela, esta actitud es parodiada cuando, en uno de los intentos de Óscar por reconciliarse con Natalia, aquel le plantea una solución muy particular a la crisis que atraviesan: “-¿Y no podrías volver aunque sea para tener una relación? Puedo dormir en el sofá. Puedo no hablarte. Puedes verte con otros tipos, si quieres. Pero por favor, no desordenen mi habitación. Ni mis libros. Ni mi espacio del baño. El espacio del baño es sagrado” (83). La propuesta no puede ser más elocuente con respecto a los extremos a los que puede llegar el individualismo contemporáneo. Esta virtual relación en la que se “está sin estar” intenta acabar con todos los riesgos que acarrea el entrar en un diálogo verdadero con el otro. De ahí que Óscar esté dispuesto a tolerar incluso que su pareja tenga encuentros con otros hombres.

Todas estas actitudes individualistas contrastan notablemente con el comportamiento de Gustavo Adolfo, el galán de la telenovela que está escribiendo Óscar. En efecto, aquel se muestra interesado en todo momento por el bienestar de María de la Piedad, aun cuando esto lo perjudique a él mismo. De modo que en este punto la novela presenta al melodrama telenovelístico como un discurso alejado de los verdaderos conflictos románticos. Sin embargo, el texto mismo desestabilizará esa separación al confundir “realidad” y “ficción” en el episodio

final de la novela, sugiriendo que la solución al problema contemporáneo de la indecisión frente al compromiso romántico se puede hallar en una actualización de la “unión para siempre” promovida por las telenovelas. Esta actualización está relacionada precisamente con la “educación sentimental” de Óscar.

Analizando el cambio de actitud de Óscar hacia Beatriz se puede descubrir cuál es ese nuevo conocimiento que libraría a las mujeres y hombres contemporáneos de sus ansiedades frente al compromiso. Será preciso señalar en primer lugar que el rol significativo de este personaje está sugerido desde su mismo nombre. Como es sabido, Beatriz no es sólo el nombre de la mujer que habría inspirado a Dante Alighieri en la composición de su *Divina comedia* (1307), sino también el del personaje femenino que acompaña al protagonista de dicho poema en su ascenso por el Paraíso cristiano. Y es precisamente por estas circunstancias que el nombre de Beatriz ha sido asociado durante mucho tiempo con el prototipo de la “musa” y “salvadora espiritual”. De modo que la elección de ese nombre para uno de los personajes de *Óscar* sugiere la presentación de una versión contemporánea de dicho prototipo.

Esta Beatriz, que vive en Miami y ha atravesado por traumáticas experiencias amorosas, asume un rol pasivo al inicio de la novela. Durante la primera parte de la historia, ella es, efectivamente, la musa que ayuda a Óscar a recuperar la inspiración que precisa para avanzar su guión de telenovela. Es tan sólo un cuerpo que atrae la mirada masculina:

La puerta se abrió de par en par, y lo primero que vio Óscar pudo ver fueron un par de pechos rebosando una camiseta que decía LAS CHICAS BUENAS VAN AL CIELO. LAS CHICAS MALAS VAN A MANHATTAN. La C de *chicas* y la N de *Manhattan* estaban realzadas por dos pezones que delataban la total ausencia de ropa interior en ese sector. Y más arriba, rematando un apetecible cuello de piel rosada, había un rostro. (48)

Esta visión fragmentada del cuerpo de Beatriz es representativa de la incapacidad de Óscar para comprender a los demás como un conjunto. Y esto no extraña teniendo en cuenta que el guionista es presentado como alguien que tiende a ver la vida como si fuera uno de los melodramas que escribe, siendo una característica de estos su explotación de la unidimensionalidad de los personajes.

El texto muestra más adelante que es precisamente esta mirada fragmentaria masculina la que está en la base de la constitución del imaginario de la telenovela. Así, este primer encuentro con Beatriz le permite a Óscar resolver el acuciante problema de cuál será el rostro de la protagonista de su guión: “con la cara de su vecina sobre los hombros, María de la Piedad se potenciaba. Se volvía más bella, incluso más buena” (108). Y con ello regresa también el impulso creativo: “El efecto era tan automático que, nada más instalar sus posaderas sobre el asiento, Óscar se vio obligado a escribir [...]” (108).

Esto último demuestra que, como ocurría en el caso de su relación con su novia Natalia, para Óscar es fundamental mantenerse a una distancia prudente de las mujeres que lo atraen: lo suficientemente cerca como para verlas al detalle (aunque no de manera integral) y obtener el beneficio de su compañía, pero lo suficientemente lejos también de modo que no comprometan su libertad. Una libertad que está asociada a la satisfacción individual que le produce su labor creativa. Pero, como advertía Bauman, este posicionamiento paradójico en una situación de estar sin estar no hace sino agudizar el sentimiento de angustia del individuo contemporáneo. En ese sentido, el papel activo que va asumiendo posteriormente Beatriz en la novela apunta a la resolución de ese conflicto.

Lo primero que hace Beatriz con Óscar es motivarlo a salir de su comportamiento narcisista. Así, cuando este acude a la casa de su vecina para solicitarle consejos sobre cómo

recuperar el amor de su exnovia, aquella le sugiere dos cosas: decirle a Natalia que la quiere y prestar atención a los deseos que ella tenga. Hablar y escuchar con sinceridad. Es decir, es una apelación al establecimiento de una verdadera comunicación entre la pareja, para así romper con el solipsismo de Óscar. Y esto, que parecería una recomendación obvia, resulta para el guionista “la propuesta más subversiva que había escuchado hasta ese momento” (134). Lo destacable es que Óscar le preste atención a los consejos de alguien cuya biblioteca le había causado cierto escepticismo hasta entonces.

“¿Usted cree que los libros pueden arreglar los problemas de la gente?” (133) le había preguntado él luego de ver títulos como *Los diez secretos del amor absoluto*; *Quiérete más a ti misma*; *Los hombres son de Marte, las mujeres son de Venus*, además de volúmenes de esoterismo. Sin embargo, la enfática respuesta de Beatriz de que, efectivamente, los libros (así como el incienso, los gurús y los horóscopos chinos) habían arreglado sus problemas amorosos, es lo que termina minando la desconfianza de Óscar. Esto podría llevar a concluir que el texto hace una defensa del saber *new age* representado por la biblioteca de Beatriz. No obstante, como ya se ha puntualizado anteriormente, la relación de la novela con los productos masivos (como lo son aquel tipo de libros) es la de la “crítica cómplice” analizada por Hutcheon. Por ello, más adelante, el saber *new age* será develado como insuficiente para aliviar el sufrimiento romántico.

Y es que, luego de descubrir que el hombre del que se había enamorado estaba casado, Beatriz le hace saber a Óscar que nada de lo leído, visto o practicado la ha librado del fracaso amoroso: “Me he enchufado a todas las comedias románticas de la cartelera. He encendido inciensos, he asistido a sesiones espirituales. ¡He comprado todos esos libros de mierda llenos de recetas para ser feliz! ¡Y sigo siendo la misma estúpida!” (248). Esta desesperación llevará a Beatriz a intentar suicidarse, algo que ya había tratado anteriormente frente a decepciones

similares. La cita deja entrever, además, la angustia por no poder cumplir con el mandato a ser feliz que es característico de sociedades fuertemente influidas por el consumismo, como es el caso de la ciudad de Miami.

La posibilidad de escapar de este mandato a ser feliz es lo que estrecha el vínculo afectivo entre Beatriz y Óscar. Así, ambos personajes consiguen establecer una conexión amorosa luego de abrirse a un diálogo en el que reconocen, sin mediaciones, el dolor de sus fracasos. Esto ocurre en el hospital al que ha sido conducida Beatriz tras un intento fallido de suicidio, que, recién en ese momento de la historia, se revela que no ha sido el primero, sino el octavo. Óscar es testigo, entonces, del colapso de la imagen idealizada que tenía de Beatriz, quien ya no se presenta ante su mirada como la noble y optimista heroína de su telenovela, sino como una mujer que no puede evitar mostrar su vulnerabilidad. Así, luego de describir al detalle a Óscar cómo había intentado suicidarse en una anterior oportunidad abriéndose las venas con una navaja, Beatriz le pregunta a aquel si no lo ha asustado con esa historia. “La gente siempre se asusta cuando le cuento esto. Tengo que ponerme maquillaje en las cicatrices de las muñecas, para evitar preguntas incómodas” (273). Y Óscar le responde que no, que de hecho esa ha sido “la mejor conversación que he tenido esta semana” (273).

A partir de ese encuentro en el hospital, Beatriz y Óscar empiezan a salir como pareja. Y allí es que la novela muestra el cambio de actitud del guionista en su manera de relacionarse con las mujeres y su entorno. Con respecto a esto último, resulta significativo que su primera cita con Beatriz sea en un centro comercial de Miami, pues lo que describe la novela es cómo ella lo va conduciendo por ese símbolo por excelencia del consumismo. Este centro comercial –con sus escaleras mecánicas, sus cines que exhiben películas infantiles y comedias románticas, y su tienda de hamburguesas donde los mozos bailan como los Bee Gees– es descrita por el narrador

como “un resumen de todo lo que Óscar odiaba de Miami” (292). Aun así, Beatriz consigue que él se relacione con este entorno de una manera menos conflictiva. Se dice que “El nuevo Óscar, reencauchado espiritualmente, era una persona muy distinta” (292). Consigue dejar por un momento sus manías y, por ejemplo, come sin revisar obsesivamente las condiciones de salubridad del restaurante. Se menciona también que “Beatriz le ponía las cosas fáciles” (292) ya que cuando ve que una persona que le causa incomodidad a Óscar está a punto de cruzarse con ellos “lo conducía mansamente hacia otro pasillo” (292). Esta escena de la caminata por el centro comercial funciona, entonces, como una alegoría del “enseñar a caminar” por el entorno consumista de un modo menos conflictivo.

Sin embargo, esto no significa que Óscar siga atrapado en su satisfacción narcisista en cuanto él también es capaz de demostrar interés por el bienestar de su acompañante. Lo que está escena busca ilustrar es la importancia de la negociación de los deseos: “A cambio, Óscar accedía a detenerse en las tiendas que ella quería ver, por ridículas que fuesen. E incluso le compró un perro de peluche de tamaño similar al occiso Fufi [la mascota de Beatriz que había muerto por una negligencia de Óscar]” (292). El texto legitima la importancia de este cambio cuando el narrador sentencia que, tras una hora recorriendo de la mano “ese paraíso del consumo, Óscar se sintió refrescantemente normal” (292). La restauración del deseo sexual del protagonista se presenta como la consecuencia lógica de todos estos cambios, la confirmación final de su disposición a correr riesgos en el amor: “Durante unos segundos, temió que el siguiente intercambio de fluidos acarrearase algún tipo de virus. / Y después, no temió más” (296). Este es, entonces, el equilibrio que se ha buscado presentar como el resultado directo de la intervención de una “Beatriz” del siglo XXI.

Pero el texto presenta también al compromiso familiar como otro de los vínculos que deben ser restituidos. Se sugiere que la felicidad de Óscar no puede ser completa hasta que no inicie una relación afectiva con su hijo Matías, a quien nunca ha visto en persona. El personaje encargado de facilitar esta unión es Nereida, la bailarina de *night club* a la que el productor Marco Aurelio Pensantes había contratado con la finalidad de restituir el deseo sexual de Óscar, y con ello la creatividad del guionista. Nereida contribuirá decisivamente para que esto ocurra, pero no como producto de algún encuentro íntimo con Óscar, sino por su tenacidad para que este aprenda a querer al pequeño Matías. Y es que, desde el momento en que se entera de que Óscar tiene un hijo con el que no mantiene contacto alguno, Nereida se muestra convencida de que es esa precisamente una de las causas primordiales de su inapetencia sexual: “Por eso estás tan frío. Tú lo que tienes es que no sabes querer. Pero no te preocupes. Fíjate que eso es justo lo único que te puedo enseñar. Prepárate para un curso intensivo” (149). Nuevamente es una mujer quien aparece como la poseedora de un saber que está dispuesta a compartir de manera desinteresada.

Así, este personaje femenino que inicialmente aparecía como el estereotipo de la bailarina de *night club*, siempre dispuesta a proveer placer sexual a quien le pague por ello, termina siendo otra de las educadoras sentimentales de Óscar. Y cuando el guionista consigue consolidar un vínculo filial, luego de los impases propios de este tardío encuentro padre-hijo, queda claro que la novela ha abogado una vez más por el compromiso afectivo como salida de la angustia existencial. Los vínculos familiares son presentados, entonces, como otro medio eficaz para sustraer al hombre contemporáneo de su aislamiento narcisista. En ese sentido, en la novela se promueven los mismos valores que en las telenovelas sólo que haciendo variantes que dotan de mayor verosimilitud a la historia. Y es esa actualización del melodrama lo que constituye la respuesta de Óscar a la pregunta sobre la viabilidad de este género en tiempos de “amor líquido”.

Corresponde precisamente al personaje de Natalia, la exnovia que había desatado la crisis de Óscar, “guiar” a este y a los lectores en una nueva manera de entender el melodrama. Esto acontece hacia el final del libro cuando Óscar hace una última visita a Natalia en su consultorio dental. El guionista, que ya en ese momento está seguro de su amor por Beatriz, acude para restablecer una relación cordial con su expareja. En el diálogo entre ambos personajes, Natalia convence a Óscar de considerar tanto su trabajo como guionista como su relación con las mujeres de una manera diferente. Con respecto a lo primero, Natalia corrige a su exnovio cuando este afirma ser un profesional que vive “De darle a la gente algo para llorar” (286), es decir, alguien que produce tristeza. “–No [replica ella] vives de darle a la gente algo con que soñar” (286) y la reacción de Óscar es de total escepticismo. Natalia vuelve entonces a la carga y le recuerda las desmesuradas demostraciones de amor de los protagonistas de sus anteriores guiones: inundar de rosas la casa de la amada, elegir quedarse ciego antes que pedir de vuelta el dinero ahorrado para que esta pueda estudiar. “Me especializo en hombres idiotas” (286) ironiza Óscar y es en ese momento que Natalia articula una contundente apología de la artificialidad del melodrama:

- No son idiotas. Sólo son irreales. La gente no es así. No se persigue durante ciento veinte capítulos. Ni se ama con locura hasta el límite del sacrificio. La gente sólo vive. Pero necesita creer que otra gente es mejor, y que está dispuesta a todo por sus sentimientos. Eso no les cambia la vida, pero les anima una hora al día. Necesitan tus fantasías Óscar. Y tú necesitas un poco de realidad. (286)

Las dos últimas afirmaciones condensan toda la propuesta de la novela. Tanto los creadores como los consumidores de melodramas en la contemporaneidad tienen que aceptar la alta cuota de irrealidad que estos contienen. Mas esto no debe ser considerado como negativo, puesto que la elección voluntaria de consumir y disfrutar de estas historias va de la mano con la

aceptación de que ellas no representan la realidad. Aun así, a pesar del señalamiento de la artificialidad de las telenovelas, la cita deja entrever también que esta no está totalmente desconectada de la experiencia cotidiana de los televidentes. De otra manera no se explicaría la inmensa popularidad de aquellas. Y es que, como afirma Martín-Barbero “el melodrama toca la vida cotidiana, enchufa en ella no sólo como su contraparte, como su sustituto, sino como algo de lo que está constituida, pues como ella vive del tiempo de la recurrencia y de la anacronía y es espacio de constitución de identidades primordiales” (“La telenovela” 58).

De modo que la declaración de que “La gente necesita creer” en los melodramas telenovelísticos se enlaza entonces con el declaración implícita de que “La gente necesita creer” en el compromiso amoroso para ser feliz. Y esta interpelación se extiende más allá del mundo representado en cuanto la misma novela *Óscar y las mujeres*, con su parodia irónica de las telenovelas, su diálogo horizontal con los productos mediáticos, su valorización de una sensibilidad “camp” y su establecimiento de una filiación genealógica con productos narrativos de consumo masivo, con todas estas estrategias, articula su declaración final de que “La gente necesita creer” en los melodramas novelescos en pleno siglo XXI.

Se aprecia, entonces, que la parodia irónica de los guiones telenovelísticos, a través de su doble movimiento de crítica y consentimiento, ha hecho posible la configuración de una propuesta estética con fuertes conexiones con el consumo masivo. Por ello, la perspectiva dialógica (es decir, no confrontacional) con los medios asumida por un consumidor familiarizado tanto con los códigos novelísticos como con los telenovelísticos, como lo es Santiago Roncagliolo, demuestra una vez más la importancia de los medios masivos audiovisuales en la generación de propuestas novedosas en la estética novelística latinoamericana.

Como he mostrado a lo largo de esta disertación, productos mediáticos provenientes del cine, la radio y la televisión, han sido fuente fundamental para la configuración de novelas que desafían, temática y formalmente, la jerarquización entre literatura y mercado. *XYZ*, *La tía Julia y el escribidor*, *Morirás mañana* y *Óscar y las mujeres* son aproximaciones creativas a los productos mediáticos que dejan de lado una actitud condenatoria de los mismos. Se trata de textos literarios que, en sus respectivos contextos históricos, han intentado conectarse con el consumo masivo gracias a la apropiación crítica de códigos extraliterarios. Leídas como parte del campo literario peruano –acotación fundamentada en la nacionalidad de sus autores– mi análisis ha mostrado cómo, en su búsqueda de un amplio número de consumidores, estas novelas quiebran un principio fundamental de dicho campo: el rechazo a la vinculación del arte novelístico con el mercado. Más aún, las novelas peruanas sobre los medios entienden que la inserción de la literatura en los grandes circuitos comerciales de la industria cultural no implica necesariamente la neutralización de su potencial crítico.

OBRAS CITADAS

Abril, Xavier. *Poesía soñada*. Fondo Editorial UNMSM, 2006.

Adorno, Theodor, y Max Horkheimer. *Dialectic of Enlightenment*. Stanford UP, 2002.

Adorno, Theodor. *The Culture Industry: selected essays on mass culture*. Routledge, 1991.

Aguirre, Carlos. «“Vamos a quitarle el frac al libro, vamos a ponerlo en mangas de camisa”: el proyecto editorial “Populibros peruanos” (1963-1965)». *Políticas de la memoria*, no. 17, 2016/2017, pp. 204-222.

---. *La ciudad y los perros: biografía de una novela*. Fondo Editorial PUCP, 2015.

Alonso, Carlos. “La tía Julia y el escritor: The Writing Subject's Fantasy of Empowerment”. *PMLA*, vol.106, no. 1, 1991, pp. 46-59.

Bajtín, Mijaíl. *Problemas de la poética de Dostoievski*. 1979. Fondo de Cultura Económica, 2005.

---. *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*. Alianza Universidad, 1987.

Basadre, Jorge. *Perú: problema y posibilidad*. Librería Francesa Científica y Casa Editorial E. Rosay, 1931.

Baudrillard, Jean. *La ilusión vital*. Siglo XXI, 2002.

---. *Cultura y simulacro*. Editorial Kairós, 1978.

Bauman, Zygmunt. *Amor líquido: acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. 2003.

Traducido por Mirta Rosenberg y Jaime Arrambide, Fondo de Cultura Económica, 2006.

- Bayly, Jaime. *Morirás mañana. 1 El escritor sale a matar*. Alfaguara, 2010.
- . *Morirás mañana. 2 El misterio de Alma Rossi*. Alfaguara, 2011.
- . *Morirás mañana. 3 Escupirán sobre mi tumba*. Alfaguara, 2012.
- Bedoya, Ricardo. *100 años de cine en el Perú - una historia crítica*. U de Lima, 1995.
- Benjamin, Walter. *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media*. Harvard UP, 2008.
- Berman, Marshall. *Todo lo sólido se desvanece en el aire: la experiencia de la modernidad*. 1982. Traducido por Andrea Morales Vidal. Siglo XXI, 1986.
- Blanco-Fombona, Rufino. *El espejo de tres fases*. Ercilla, 1937.
- Borge, Jason. *Latin American Writers and the Rise of Hollywood Cinema*. Routledge, 2008.
- Bourdieu. *Las reglas del arte: Génesis y estructura del campo literario*. Anagrama, 1995.
- Brooks, Peter. *The Melodramatic Imagination*. 1976. Yale UP, 1995.
- Castillo, Debra, y Edmundo Paz-Soldán, editores. *Latin American Literature and Mass Media*. Garland Publishing, 2001.
- Cornejo Polar, Antonio. Reseña de *La tía Julia y el escribidor*, de Mario Vargas Llosa. *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana*, no. 6, 1977, pp. 159-162.
- . “Una heterogeneidad no dialéctica: sujeto y discurso migrantes en el Perú moderno”. *Revista Iberoamericana*, vol. 62, no. 176-177, 1996, pp. 837-844.
- De los Ríos, Valeria. *Espectros de luz*. Cuarto Propio, 2011.

Debord, Guy. *Society of Spectacle*. 1967. Black & Red, 1970.

Elguera Olórtégui, Christian. "XYZ: Dilucidaciones sobre estilística y crítica de lo grotesco". *El Hablador*, 2008, http://www.elhablador.com/est15_elguera4.html.

Faverón, Gustavo. "Por favor, díselo a todos". *Quehacer*, no. 111, 1998, pp. 89-90.

Fiedler, Leslie A. "The Deaths and Rebirths of the Novel". *Salmagundi*, no. 50-51, 1980, pp. 143-152.

Franco, Jean. *Critical Passions*. Duke UP, 1999.

Fuguet, Alberto, y Sergio Gómez, editores. *McOndo*. Mondadori, 1996.

García Canclini, Néstor. *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo, 1995.

---. *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo, 1989.

García Liendo, Javier. *El intelectual y la cultura de masas*. Purdue UP, 2017.

González Boixo, José. "De la subliteratura a la literatura: El 'Elemento añadido' en «La tía Julia y el escritor» de M. Vargas Llosa". *Anales de literatura hispanoamericana*, no. 6-7, 1978, pp. 141-156.

Gutiérrez Mouat, Ricardo. "The Modern Novel, the Media, and Mass Culture in Latin America". *Latin American Literature and Mass Media*, Garland Publishing, 2001.

Habermas, Jürgen. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. MIT Press, 1991.

Hall, Stuart. "Encoding Decoding". *The Cultural Studies Reader*, Routledge, 1999, pp. 507-517.

Hoyos, Héctor. *Beyond Bolaño: The Global Latin American Novel*. Columbia UP, 2015.

Hobson, Dorothy. *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*. Methuen, 1982.

Hoggart, Richard. *The Uses of Literacy*. Penguin, 1960.

Huidobro, Vicente. *Cagliostro y otros poemas*. Andrés Bello, 1978.

Hutcheon, Linda. *The Politics of Postmodernism*. 1989. Routledge, 2002.

Huysen, Andreas. "Mass Culture as Woman". *After the Great Divide: Modernism, Mass Culture, Postmodernism*, Indiana UP, 1986, pp. 44-62.

Jameson, Fredric. *Postmodernism or, the Late Logic of Late Capitalism*. Duke UP, 1992.

Jara Morales, Patricio. "La exaltación crítica del artificio, en XYZ de Clemente Palma". *Revista Laboratorio*, 2012, http://revistalaboratorio.udp.cl/num6_2012_art4_jara/.

Kason, Nancy. *Breaking Traditions*. Associated UP, 1988.

Kristal, Efraín. *Temptation of the Word: The Novels of Mario Vargas Llosa*. Vanderbilt UP, 1999.

Lichtblau, Myron, y Mario Vargas Llosa. *A Writer's Reality*. Syracuse UP, 1991.

Lukács, Georg. "Significado actual del realismo crítico". *La novela criminal*, Tusquets, 1982.

MacCracken, Ellen. "Vargas Llosa's *La tía Julia y el escribidor*: The New Novel and the Mass Media". *Ideologies and Literature*, no. 3, 1980, pp. 54-69.

Mariátegui, José Carlos. "Esquema de una explicación de Chaplin". *Amauta*, no.18, 1928, pp. 66-71.

Martel, Frédéric. *Cultura mainstream: cómo nacen los fenómenos de masas*. Taurus, 2010.

Martín-Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili, 1987.

---. "La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana". *El espectáculo de la pasión: las telenovelas latinoamericanas*, Ediciones Colihue, 1993, pp. 43-62.

Mora, Gabriela. *Clemente Palma: el modernismo en su versión decadente y gótica*. Instituto de Estudios Peruanos, 2000.

Mudrovcic, María Eugenia. "La tía Julia y el escribidor: algunas lecciones prácticas en torno a la estética de lo huachafo". *INTI*, no. 43-44, 1996, pp. 121-134.

Noemi, Daniel. "La narrativa latinoamericana en los tiempos post... y después". *Asian Journal of Latin American Studies*, vol. 22, no. 4, 2009, pp. 137-171.

O'Bryan-Knight, Jean. *The Story of the Storyteller: La tía Julia y el escribidor, Historia de Mayta, and El Hablador by Mario Vargas Llosa*. Rodopi B.V., 1995.

Palaversich, Diana. *De Macondo a McOndo: senderos de la postmodernidad latinoamericana*. Plaza y Valdés, 2005.

Palma, Clemente. *XYZ (novela grotesca)*. 1935. *Narrativa completa*. Pontificia U Católica del Perú, 2006.

---. *Había una vez un hombre*. CIP, 1935.

Planas, Enrique. “Sin dolor ni memoria”. *Quehacer*, no. 111, 1998, pp. 92-94.

Rama, Ángel. “El *Boom* en perspectiva”. *Más allá del Boom: literatura y mercado*, Folios Ediciones, 1984.

Rebaza, Luis. “Un proyecto grotesco: XYZ de Clemente Palma y la novela peruana del cine”. *Lingue e Linguaggi*, no. 4, 2010, pp. 75-79.

Roncagliolo, Santiago. *Óscar y las mujeres*. Alfaguara, 2013.

Rowe, William, y Vivian Schelling. *Memory and Modernity: Popular Culture in Latin America*. Verso, 1991.

Ruz, Robert. *Contemporary Peruvian Narrative and Popular Culture: Jaime Bayly, Iván Thays and Jorge Eduardo Benavides*. Tamesis, 2005.

Saer, Juan José. “Narrathon”. *Cahiers du monde hispanique et luso-brésilien*, no. 25, 1975, pp. 161-170.

Sartori, Giovanni. *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Taurus, 1998.

Sontag, Susan. *Contra la interpretación*. 1966. Traducido por Horacio Vázquez Rial, Alfaguara, 1996.

Tabbi, Joseph, y Michael Wutz. “Introducción”. *Reading Matters: Narrative in the New Media Ecology*, Cornell UP, 1997.

Thays, Iván. “Lo actual antes que lo moderno”. *Quehacer*, no. 111, 1998, pp. 91-92.

Ubilluz, Juan Carlos. “¿Qué ilusiones deja en pie la (est)ética anti-ilusionista de Shreck?”. *La pantalla detrás del mundo: las ficciones fundamentales de Hollywood*, Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú, 2012.

Valdelomar, Abraham. “Los cinematógrafos”. *Colónida*, no. 2, 1916, p. 40. Ediciones Copé, 1981.

Vallejo, César. “Religiones de vanguardia”. 1927. *Narrativa y ensayos*, Empresa Editora El Comercio, 2005.

Vargas Llosa, Mario. *La tía Julia y el escribidor*. 1977. Peisa, 1991.

---. *La civilización del espectáculo*. Alfaguara, 2012.

Velázquez, Marcel. “Nuevos escenarios y sujetos de la novela peruana en los 90”. *Ajos & Zafiros*, no. 2, 2000, pp. 43-58.

Winthrop-Young, Geoffrey. “Undead Networks: Information Processing and Media Boundary Conflicts in Dracula”. *Literature and Science*, editado por Donald Bruce y Anthony Purdy, Rodopi, 1994, pp. 107-125.

APÉNDICE

SUMMARY

Reconexiones con el Consumo Masivo: Las Novelas Peruanas sobre los Medios
 [Reconnections with Mass Consumption: The Peruvian Novels about the Media]

Marlon Aquino Ramírez

This dissertation shows how a group of novels—written by Peruvian born authors and published in the 20th and 21st centuries—have opened new perspectives about the impact of mass media in the Latin American literary system. I argue that *XYZ* (1935) by Clemente Palma, *La tía Julia y el escribidor* [*Aunt Julia and the Scriptwriter*] (1977) by Mario Vargas Llosa, *Morirás mañana* [*You will die tomorrow*] (2010-2012) by Jaime Bayly and *Óscar y las mujeres* [*Oscar and His Women*] (2013) by Santiago Roncagliolo depart from a deep criticism of mass media products to shape new narrative models that aim to reconnect the novel as a genre with mass consumption. In doing so, they challenge traditional critical approaches that oppose the novelistic genre—an art manifestation—to the mass media products—a market expression. Further, these Peruvian novels show that a critical appropriation in literature of narrative codes from mass media products like movies, radio dramas and soap operas can result in a renovation of the novel as a genre.

The election of these fictional texts is based on the observation of a particularity in common among them. The aforementioned novels by Palma, Vargas Llosa, Bayly and Roncagliolo are the only ones that, in the Peruvian literary field, analyze in detail the mechanisms of production of diverse media genres: the Hollywood films from the “Golden Age” (1917-1930) (*XYZ*); the radio plays broadcasted in Peru in the 1950s (*La tía Julia y el*

escribidor); the late nights and talk shows (*Morirás mañana*), and the *telenovelas* produced in Miami (*Óscar y las mujeres*). That is to say, they are the only Peruvian novels that, to date, have audiovisual media as their main subject. Nevertheless, in addition to this coincidence in their represented worlds, all these novels have incorporated narrative codes from the above-mentioned media genres, so that they have ended up being configured as textual spaces that illustrate, from fiction, the dynamic relationship between art and market. Likewise, they are novels that show a remarkable interest in thematize the mechanisms that put into operation media products whose main objective is the entertainment of a mass audience.

The characteristics in common of these texts immediately invited me to the formulation of the following questions—how has the relationship between the novel as a genre and mass media genres been regarded in Peruvian literature? How have Peruvians novelists faced, at a creative level, the popularization of audiovisual narratives? What is the purpose of the incorporation of mass media narrative codes in these novels?

To guarantee the continuity of his/her practice any novelist requires the accumulation of what Pierre Bourdieu calls in *The Rules of Art* “economic capital” (royalties) and “symbolic capital” (prestige granted to his/her works by readers). This indication of the limits of artistic autonomy allows me to think precisely about how the Peruvian novels about the media insist in visualizing the links of the novelistic genre with other fields. Indeed, the incorporation of mass media narrative codes in the novels that I examine works as a denial of the autonomy of the genre. And, as Bourdieu himself points out, these “heteronomous agents” (the authors of those novels) are elements of rupture in the cultural field and therefore are in constant conflict with the “autonomous” agents, who only seek to obtain one type of capital: the “cultural”.

I mention these observations of Bourdieu for they explain my choice of “Peruvian novels” as objects of study. I call these novels “Peruvian” because I have transferred the nationality of their authors in order to make them representative of a specific literary field. Although *XYZ*, *La tía Julia y el escribidor*, *Morirás mañana* y *Óscar y las mujeres* are cultural products without any intrinsic characteristic that makes them essentially “Peruvian”, their creators are objectively Peruvian due to a precise condition: legal identity granted by his place of birth. This characteristic in common among the four novelists allows me to study them as members of the same literary field. It is in Peru that they have performed “action” and “influence”, the interactions that for Bourdieu are intrinsic to every field. Of course, these authors could be arranged in a supranational group, but I am interested in their gathering as “Peruvians” because in this country the search for capitals additional to the cultural one can be appreciated with greater notoriety. Certainly, in the Peruvian literary field, the positive assessment of a writer and his/her works by critics is directly proportional to their ability to erase their links with the market. Hence, the novels and authors that I study have been negatively classified as “commercial” (the most notorious being Jaime Bayly and Santiago Roncagliolo), or these particular novels have been considered as “minor” publications in the whole of their respective work (as it happens with Palma’s *XYZ* and Vargas Llosa’s *La tía Julia y el escribidor*).

The marginality of these authors and novels in a field that celebrates the autonomy of literary art is of great interest to understand other ways of thinking about the relationship between culture and market. Further, the novels under study give shape to new aesthetic proposals through their search of capitals additional to the cultural one. It happens with Palma, whose interest in taking advantage of the symbolic capital of cinema results in the configuration of a “movie with words” titled *XYZ*. The search for economic capital with a novel that appeals to

a wide audience of readers ends up shaping a proposal about a model of professional writer in *La tía Julia y el escribidor*. Jaime Bayly celebrates the links with the market and uses the symbolic capital he has acquired as a media figure to redefine the idea of art in his trilogy *Morirás mañana*. Finally, in *Óscar y las mujeres* Santiago Roncagliolo appropriates the symbolic capital of *telenovelas* to restore explicitly the link between the novel and mass consumption.

It is evident in all these aesthetic proposals that the texts under discussion are fully in favor of the incorporation of mass media codes given their proven efficiency to attract a large number of consumers. Naturally, the way in which these novels perform this appropriation varies according to the socioeconomic context in which each of them is published. In this sense, this dissertation allows us to observe how the relationship between the novelistic genre and the mass media has been regarded from fiction over time. However, although the Peruvian novels about the mass media express diverse perspectives concerning the popularization of film, radio and television productions, none of them shares the skepticism of a certain line of critical thinking that sees in the popularization of media products a sign of cultural decadence.

My dissertation recognizes the important critical contributions that thinkers like Theodor Adorno, Max Horkheimer, Guy Debord or Giovanni Sartori have made to the discussion about the influence of mass media on society. Indeed, some of their approaches are useful for my analysis as it happens in the first chapter with Adorno and Horkheimer's ideas about culture industry. Hence, rather than opposing to these critics' readings of the phenomenon, I reevaluate their analyses taking into consideration the particularities of the Latin American reality. At the same time, my study is based on theoretical positions that complicate the debate about mass media influence in the so-called "high culture" by centering on consumers. For this reason, my research is indebted to the methodological shift proposed in Latin America by Jesús Martín-Barbero in *De*

los medios a las mediaciones (1987), a study of the communication process focused on the reception side. His concept of “mediation” as a space in which takes place the “interaction between the space of production and that of reception” (“La telenovela”; my trans.; 48) is also essential to the articulation of my analysis. Basically, I approach the Peruvian novels about the media considering them as mediation spaces—configured, in this case, by individuals and not by groups—in which a creative interaction between the demands of the market and those of art is reproduced. As my analysis reveals, these novels reinterpret the cultural relevance of genres traditionally disqualified by critics for their marked commercial orientation.

The contributions of the intellectuals affiliated with the Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS) of the University of Birmingham, whose research methodology focuses on the collection of concrete information on consumer habits in life, are also of great importance for my analysis. A fundamental idea in Richard Hoggart’s *The Uses of Literacy* is that the commercial success of popular publications (such as family magazines and paperbacks aimed mainly at working class women) is related with the shared *ethos* between authors and readers. So even though the creators of those products have more sophisticated skills (writing techniques) than those who read them, this superiority does not totally explain their success in the market, but the fact that they share with these consumers “the common dream of their culture” (171). I depart from this idea of Hoggart to propose that Palma, Vargas Llosa, Bayly and Roncagliolo search for this connection with mass consumption in their novels appealing to that “common dream”. However, this is a second order approach since it is mediated by products with a closer relationship to the popular: films, radio dramas, police thrillers, soap operas. Still, these novels manage to overcome a limitation of the entertainment products pointed out by Hoggart: “the strongest objection to the most trivial popular entertainment is not that they prevent their readers

from becoming highbrow, but that they make it harder for people without an intellectual bent to become wise in their own way” (281). Indeed, the Peruvian novels about mass media use the codes of mass entertainment products to introduce a critical approach that stimulates that “becoming wise” of the readers mentioned by Hoggart.

On the other hand, my study of these novels as the result of creative appropriations of media narrative codes is inspired by Stuart Hall's reflections on the discontinuity between the processes of encoding and decoding in the television message. Hall states that: “since there is no necessary correspondence between encoding and decoding, the former can attempt to 'pre-fer' but can not prescribe or guarantee the latter, which has its own conditions of existence” (515). It is in this space of “no necessary correspondence” between the intentionality of the media content producers (not only in television, but in general) and the different decoding possibilities of the novelists as consumers where the aesthetic proposals of these novels are rooted.

In the Latin American field, Néstor García Canclini follows the British cultural studies when he defines consumption as “the set of socio-cultural processes in which the appropriation and uses of products takes place” (*Consumidores*; my trans.; 42-43). I also start from this definition to question the top-down model of ideological transmission by considering the authors of the novels about the media as consumers. This is an aspect that has not been adequately explored, since the approach of García Canclini himself and other cultural critics (Fuenzalida, Orozco, Mata) has focused on popular consumption, having as a methodology the “ethnography of audiences”, which is the study of the consumption habits of a large number of people. Without denying the importance of this line of research, I consider that the approach to the novels about the media as the result of the appropriation and use of media products by a sophisticated type of consumer—such as the author of novels—allows us to appreciate the more complex results of these

processes. Under this perspective, these novels are regarded as textual spaces that illustrate the high creative level attained as a result of audiovisual media consumption.

My analysis begins with the novel *XYZ* (1935) by Clemente Palma. My goal in this first chapter is to show how the satirical parody of the “Golden Age” films of Hollywood generated a potentially attractive novelistic proposal for the moviegoers of the moment. In this sense, the readers of the time found in this novel a plot of adventures with characters and exotic scenarios similar to those of films like *The Thief of Baghdad* (1924), *Mata Hari* (1931) or *Island of Lost Souls* (1932). However, as I show in my analysis, this appropriation of Hollywood cinematographic codes is used to warn about the dangers of capitalist modernization processes. So in this novel the narration of adventures—prompted by the cloning of Hollywood stars on an island in the South Pacific—goes together with questions about the consequences of adapting United States modernity in countries with colonial backwardness. It also proposes discussions about the association between science and the market, the loss of individual identity due to media influence, and the new role of the artist in the market.

XYZ, despite its openness to mediatic codes, is devoted to show that the novelistic genre as technology was superior to mass media narratives. This ability to appropriate other narrative codes would support this pre-eminence. For this reason, the parody of the Hollywood films was satirical, that is, it clearly marked by derision the difference between the superficiality of that type of films and the depth of the novel. *XYZ* a) recreates with words the new way of looking at reality established by the cinema, b) criticizes the strong tendency towards standardization in Hollywood films and c) reveals the links between the cinematic entertainment industry and United States capitalism.

In chapter 2, I analyze how in *La tía Julia y el escribidor* (1977) Vargas Llosa configures through satirical parody an aesthetic proposal that seeks to meet both the demands of the mass entertainment industry and those of the “high culture”. The appropriation of the narrative codes from the radio dramas (*radioteatros*) broadcasted in the Peruvian capital in the 1950s works in this case to attract readers who enjoy narratives less structured than novels. This appropriation makes possible a contrast between narratives and narrators that only entertain (the radio dramas and its creators) and narratives and narrators that, besides entertaining, have a critical approach to reality (the literary novels and its creators). I examine how the binary structure of *La tía Julia y el escribidor* is essential to the allegorical account of how the literary narrative ends up imposing itself on the radio drama narrative.

I argue that the protagonist of this novel performs a twofold “conquest”: the love of his aunt—an avid consumer of mass media products—and the status of an author that can attract the masses—formerly held by scriptwriter Pedro Camacho. Certainly, I interpret the characters Julia and Camacho as allegories of two ends of the Latin American cultural industry: producer and consumer. It is through the interaction with them that Varguitas, the young aspiring writer, becomes familiar with both the sensibility of the consumers of mass media narratives and the mechanisms of production of these narratives. This apprenticeship allows Varguitas to become a literary author who is able to configure a new aesthetic proposal: the evocative text that the reader has in her hands titled *La tía Julia y el escribidor*. This is the symbolic victory recounted in the novel. In this way, the superiority of the novelistic genre is highlighted. This has the power to renew its narrative techniques and to reconnect with mass consumption through the incorporation of extraliterary codes.

Jaime Bayly's trilogy of novels titled *Morirás mañana* (2010-2013) assumes a different stance against mass media narratives. While the novels analyzed in the previous chapters reinforced the hierarchies between literary and mass media products, those in this trilogy destabilize them. They make an extensive criticism of both the entertainment industry and the Latin American literary circuit. I point out, however, that the parody of the police thriller in these three novels is ironic and not satirical. Although this trilogy is a burlesque version of that genre so, for example, the police officers are extremely clumsy and nobody is interested in the death of the victims, the text does not discredit it. The analysis of the motivations of the protagonist to commit the crimes allows me to propose that instead of murdering individuals, what this character seeks is to end symbolically with the dynamics in which they participate, either as literary figures or as radio and television hosts.

Taking into account the extensive experience of Jaime Bayly as a novelist and television entertainer, I focus on the aesthetic proposal that results from this double criticism of the entertainment industry and the Latin American literary circuit. Thus, I argue that in this trilogy, from the questioning of deficiencies such as the lack of professionalism and originality in the media and in literature, an insertion of the novel in the entertainment industry is implicitly supported. However, in this proposal the link with the market does not necessarily imply the loss of the artistic status of the novel. Certainly, the most interesting aspect of Bayly's trilogy is that it proposes an extension of the concept of art. In this redefinition entertainment plays a fundamental role and is considered as a practice and an effect that demands the same creativity, technical skills and critical perspective as the works of "high culture". That is why in these novels the existence of an "art of media shows" and an "art of writing" is assumed, both

differentiated by the technology that produces them, but unified by their belonging to the artistic field.

Melodrama has a historical relationship with mass consumption. In chapter 4 of this dissertation, I analyze how in Santiago Roncagliolo's *Óscar y las mujeres* (2013) that connection between literature and the market is used to develop the proposal of a melodramatic novel for postmodernity. I argue here that, as in Bayly's trilogy, the ironic parody of media products does not point to their discrediting. Thus, although the novel's recreation of the script of what would be a typical Latin American *telenovela* (soup opera) mocks the stereotypes and artificiality that characterize it, its importance in contemporary discussions about the crisis of romantic relationships is also emphasized. To appreciate the particularity of this proposal, I point out its differences with *La tía Julia y el escribidor*, since it is commonly thought that Roncagliolo's novel is nothing more than a new version of that by Vargas Llosa. As my analysis shows, this is incorrect since *Óscar y las mujeres* performs, to use Linda Hutcheon's terminology, a "complicitous critique" (98), which means it is at the intersection of complacency and criticism of mass media products, especially of television melodramas.

A central argument of this last chapter is that the aesthetic proposal of Roncagliolo's novel is rooted in the "sentimental education" of the protagonist. Thus, the efforts of the female characters to put an end to the narcissism and the lack of sentimental commitment of screenwriter Óscar Colifatto also allegorize the education of readers. The text suggests that it is necessary to accept the artificiality of melodramas not only to be able to enjoy them, but also to restore trust in lasting romantic relationships. This novel as a whole is a request to change traditional perspectives regarding the "unreality" of mass media productions. Therefore, this new assessment recognizes the ability of *telenovelas* to channel sensibilities not used to consume the

creations of the “high culture”. In this way, the ironic parody of the codes of a mass media narrative as popular as the *telenovela* serves in *Óscar y las mujeres* to renew the use of melodrama in the novelistic genre.

The Peruvian novels about the mass media pose complex discussions about the impact of the latter on culture. Although *XYZ*, *La tía Julia y el escribidor*, the trilogy *Morirás mañana* and *Óscar y las mujeres* point out the negative aspects of this impact, they also take advantage of the popularity of mass media narratives to configure aesthetic proposals that reconnect the novelistic genre with a larger readership. This dissertation shows, then, the importance of the mass media in the constant reinvention of a flexible genre as the novel.