

LITERATURA LIGHT: SIGNO DE LA LITERATURA LATINOAMERICANA EN LA CONTEMPORANEIDAD



María del Carmen Mauro V.

El debate sobre la posmodernidad y lo posmoderno, como modelo cultural dominante asiste de manera sustancial a las consideraciones sobre la literatura latinoamericana y especialmente a las diversas formas emergentes, en conjunción con las nuevas tecnologías y el mercado transnacional de la cultura o globalización, como modelo económico.

La literatura light, liviana o corronga ha existido desde hace bastante tiempo

Su aparición y desarrollo coinciden con los medios de comunicación. Algunas de sus formas más conocidas son la novela negra de los siglos XVIII y XIX y la novela rosa al

Nota: La autora es docente e investigadora de la Universidad de Costa Rica y de la Universidad Nacional.

estilo Corín Tellado. Surgió como una literatura para las masas, para un amplio círculo de lectores.

Paralelamente, continuó cultivándose una literatura de círculos restringidos, más artística y centrada en los grandes problemas sociales y humanos de cada época.

No obstante, debe señalarse que lo original de este fenómeno reciente de la literatura light es que se ha establecido un puente entre ambos tipos de producciones, de forma que muchos de los autores de los circuitos restringidos han pasado al círculo amplio, sacrificando las más de las veces, las expectativas de la literatura artística.

Estas nuevas formas literarias o subgéneros, como los llaman algunos estudiosos, son en sí mismos signos de la posmodernidad.

Para Jameson, a partir de las rupturas dadas en los finales de los años 50 e inicios de los años 60, con las particularidades de la era moderna, tanto en su rechazo ideológico como estético, pasando por la pintura, la literatura, el cine, etc.; lo que viene luego es según el autor: "empírico, caótico y heterogéneo", arte pop, fotorrealismo,



neoexpresionismo, a la vez que aparecen síntesis de estilos neoclásicos y populares, siendo la arquitectura la punta de lanza de los cambios, en cuanto a nuevos surgimientos y cambios teóricos, cuestión que deviene en la propia concepción de posmodernismo de este autor, para quien la posmodernidad tiene como rasgos fundamentales: la desaparición de las antiguas fronteras entre la alta cultura y la cultura de masas o comercial, surgimiento de nuevos tipos de textos inmersos en nuevas formas, categorías y contenidos de la industria de la cultura, fascinación del paisaje degradado, kitsch, de la televisión y la literatura light, el cine, la publicidad, la paraliteratura incorporada a la cultura, que además suponen un aire familiar de generalizaciones sociológicas que anuncian un nuevo tipo de sociedad posindustrial, de consumo, de los media, de la informática, de la electrónica o alta tecnología, con el propósito ideológico de mostrar que esta nueva forma social ya no obedece a las leyes del capitalismo clásico. Para otros, como Mandel, no es más que otra etapa del capitalismo, más pura.

Jameson asegura, que “toda postura ante la posmodernidad en la cultura, también es necesariamente, una postura implícita o explícitamente política ante la naturaleza del actual capitalismo...”. La posición del autor, como bien lo explicita, es una hipótesis de periodización, asunto curioso, cuando otros autores señalan el hecho de que este método quedó en la modernidad. Sin embargo, hace clara su premisa de concebir la posmodernidad como una dominante cultural, que permite la presencia y coexistencia de un abanico de rasgos muy distintos, aunque subordinados unos a otros; también imbricados con la globalización, que como modelo económico, surte constantemente de estrategias al mercado cultural.

Las premisas del posmodernismo, tal como las define Jameson, resultan en comparación con la modernidad, también canonizadas e institucionalizadas en armonía con la cultura oficial o pública de la sociedad occidental. Así la producción estética se ve incorporada a la producción de mercancías, en una urgencia por producir “cosas novedosas”. Es de suma importancia, sobre todo en el momento actual, el recordatorio que hace el autor, en cuanto que la cultura posmoderna global es la expresión interna y superestructural de toda una nueva oleada militar y económica de Estados Unidos en el mundo. En este sentido, la otra cara de la cultura es la sangre, la tortura, la muerte, el terror. Por cuanto, la literatura light resulta una suerte de catarsis social, es parte del campo de fuerzas donde deben abrirse paso impulsos culturales diversos, residuales y emergentes de la producción cultural.

El autor, a lo largo de toda su alocución, reflexiona e interpreta, buscando el significado intertextual en el arte, la literatura, la pintura, por ejemplo de Van Gogh, de Andy Warhol, visualizando sus diferencias de expresión de un mismo objeto, como parábolas epocales, en las que la alienación es desplazada por la fragmentación del sujeto y de su muerte, una sustituye a la otra para ser convertida, su representación, en la sociedad del espectáculo y del simulacro, por lo que se impone un nuevo tipo de lectura, en una organización atemporal y de distinta lógica espacial, esquizofrenia lacaniana. Hace la sugerencia de construcción de una nueva cartografía cognitiva que intenta dotar al sujeto individual de su lugar en el sistema global.

De esta manera, en los rasgos constitutivos de la posmodernidad, veremos reflejados los rasgos de la literatura light, pues en ella existe una superficialidad, que se prolonga

en una nueva cultura de la imagen del simulacro, como rasgo formal de toda la posmodernidad; se determinan nuevos tipos de sintaxis o de relaciones sintagmáticas en las que subyacen intensidades, que van de la mano de la nueva tecnología, que a su vez refleja todo un nuevo sistema económico mundial.

Gira todo en torno a la mercantilización o fetichismo de la mercancía, como las ferias de libros y la venta de literatura light en los supermercados, y a su vez que el objeto, literatura light, es mercantilizado, está siendo mercantilizado y transformado su autor, sujeto humano creador. Mucha de la literatura liviana se refiere a la propia imagen del autor(a) como producto comercial, vendible también.

En este juego de la economía cultural se rechazan los modelos de profundidad fundamentales, el dialéctico de la esencia y la apariencia; el freudiano de lo latente y lo manifiesto, o de la represión; el existencial de la autenticidad y la inautenticidad, que guarda vínculos con la oposición alienación/desalienación; la oposición semiótica entre significado/significante. Lo que sustituye a estos modelos es una nueva concepción de las prácticas, los discursos y el juego textual, cuyo exponente trivial se encuentra en la literatura light, en el juego de la intertextualidad, como recurso escritural y de lectura.

En este subgénero literario se palpa la fragmentación del sujeto y su psique, en la realidad de las apariencias y los afectos. Sin embargo, en este sentido disiento con Jameson, cuando asegura el final de las psicopatologías del ego, en el tanto en que en la mayoría de este tipo de literatura se fetichizan los sujetos, las prácticas sociales, las emociones, la sexualidad, la sociedad, la religión, etc., con ella se fetichiza

al autor y él mismo sufre de la psicopatía de la imagen y del comercio, que conjuntado al tiempo sincrónico, en donde la vida cotidiana, la experiencia psíquica, el lenguaje cultural, están dominados por categorías espaciales momentáneas, sin transcendencia, esta literatura liviana se regodea en la euforia de la evasión. Así, la urgencia define los modos del tiempo en donde los personajes y lugares viven el instante y, la experiencia del tiempo parece detenerse sin parar de correr, en un eterno y efímero presente. Lo fragmentario también es un rasgo estructural de los procesos globalizadores, que se presentan como un conjunto de procesos de homogeneización y a la vez de fraccionamiento articulado del mundo, que reordenan las diferencias y las desigualdades sin suprimirlas. Esto se reconoce en las narrativas artísticas y científicas (García Canclini: 49).

Algunos de estos textos literarios, como resultado de la inmersión de autores de círculos restringidos, tienen un buen nivel técnico, otras veces trabajado por equipos de redactores, cuando son del círculo amplio, pero su contenido es pobre, vacío de producción de sentido, y va dirigido fundamentalmente al entretenimiento.

Esta literatura “corronga”, como algunos la llaman, rechaza los grandes conflictos, los planteamientos de fondo sobre problemas sociales, políticos, existenciales. Es ideal para leer en el aeropuerto o en el puesto de recepción de una empresa, pero en ningún otro sitio, “ni siquiera en la cama, porque no deja nada para soñar”, apunta la escritora Tatiana Lobo.

El mercado y la economía cultural tienden un puente a la literatura liviana, que hoy inunda las librerías e introduce una confusión pavorosa entre el público proclive a la

lectura, es un resultado típico del mercadeo a gran escala. Es un efecto más de la expansión mundial del capital y el comercio, en donde las editoras metropolitanas adquieren cadenas de librerías o instalan supermercados de libros y otras megaempresas se apropian de centros comerciales y tiendas que incluyen en su oferta publicaciones, vídeos y discos (García Canclini: 156).

Se trata de vender libros al mayor número de personas en el mayor número posible de países, por lo que la clave está en hacer todas las concesiones que sean necesarias para que el producto resulte asequible a una amplia diversidad de públicos.

Las tácticas de venta son muchas y “los ganchos”, como comúnmente se les llama, pueden venir solos o combinados. Sexo, drogas, violencia, modas, son fórmulas efectivas. El lenguaje suele ser el más estandarizado posible y las historias giran en torno a problemas muy generales, eludiendo rigurosamente tensiones y conflictos. El mundo de la cotidianidad, de la intimidad y familiar, surge entonces como una alternativa de “reality show”.

No faltan las historias construidas a partir de recetas de cocina, una idea de la escritora mexicana Laura Esquivel que en su momento fue un éxito y que otras escritoras se han sentido obligadas a imitar con resultados catastróficos. Las imitaciones a los escritores canonizados, la apropiación de técnicas y recursos de la escritura, al estilo de Isabel Allende con el realismo mágico de García Márquez, cuyo resultado fue muy exitoso en su primer libro. O los argumentos de tono feminista, aderezados con abundantes aventuras poligámicas, fornicación desenfrenada y un príncipe azul reservado para las últimas páginas, o las historias de

algún guerrillero perdido en la confusión de tiranías políticas y aventuras licenciosas.

La disipación del estilo personal engendra el "pastiche", una parodia vacía, compatible con la adicción que tienen los consumidores de un mundo transformado en meras imágenes de sí mismo, apetito de pseudoconocimiento, de pseudoacontecimiento y espectáculo.

Otra estrategia de mercado, una de las más generalizadas, consiste en construir un mercado de firmas antes que uno de obras literarias. El aparato de promoción que se despliega en torno a algunos escritores solo es comparable al que impulsa hacia el estrellato a cantantes o actores, de manera que son sus nombres los que venden, no sus obras.

En algunos casos son las editoriales las que inventan al autor; en otros edifican imágenes a partir de una preexistente fama literaria, política o de cualquier naturaleza. Lo importante es que el nombre garantice la difusión masiva de obras que, como la mayoría de los productos, tiene una corta existencia en el mercado.

La vida útil de un libro nunca sobrepasa el año. El truco es muy simple, lo que hace la mercadotecnia es ofrecer la felicidad en el producto, pero este no satisface, ofrece uno nuevo y así indefinidamente. El lector de literatura light se queda con hambre que trata de compensar con más libros de ese tipo, es como diría Lacan, la búsqueda constante del padre, la búsqueda del orden del caos. Por lo que el mercado trata de mantener el estado de frustración a toda costa.

De ahí que la inventiva surta efecto en los concursos de "literatura rápida" como el que se celebra hace ya algunos

años en Alcalá de Henares, escriba un cuento en tres minutos y reciba su premio en el McDonald's más cercano a la casa donde nació Cervantes (García Canclini: 162). Esto no es más que una vulgar burla a la genialidad del creador de la primera novela moderna con su consecuente y burda comparación entre esta y la hechura de una hamburguesa.

Se trata de un fenómeno mundial inevitable y de un círculo vicioso. Las editoriales venden lo que se consume, los lectores compran lo que se les ofrece. Los escritores se ven arrastrados por la corriente, tentados por la posibilidad del éxito y la ganancia. Los lectores están tensos y cansados y no quieren ser expuestos a un esfuerzo mental adicional, solo quieren tiempo para evadir y evadirse.

Un dato que causa estupor y comprueba lo señalado en las líneas anteriores es que en muchas editoriales por cada doscientas propuestas de publicación, ciento noventa y nueve son malas imitaciones de literatura light, lo cual implica dos asuntos preocupantes, en primer lugar, que el interés comercial es tal que ni siquiera se tiene el cuidado en el nivel de la escritura y la temática para llegar a ese subgénero, y en segundo término, indica claramente que existe una gran confusión acerca de lo que realmente es literatura artística.

Desde la perspectiva de los estudiosos de la literatura, esta nueva corriente literaria está causando un daño irreparable a la literatura regional y universal, pues esta no solo se ha cosificado, sino que también está reduciendo potenciales talentos literarios al callejón sin salida de la levedad, de la corronquera, de la intrascendencia.

Otro caso digno de mención es la literatura llamada New age, que no es más que la explotación de esa búsqueda

del orden del caos interior del sujeto fragmentado, pero que no deja de ir más allá de la satisfacción momentánea, ayuna de profundidades. No solo guarda correspondencia con la literatura light sino que esta la contiene. Pero, su éxito ha estado a la orden del día, tales son los casos del escritor brasileño Paulo Coelho, demasiado conocido por todos aquellos a quienes interesa escaparse en alas de una prosa frugal, de los peruanos Jaime Bayly y Sergio Bambarén, cuyas copias de su libro *El delfín*, sobrepasan los cinco millones y sus otros textos han sido traducidos a cuarenta idiomas, es el escritor de mayor venta en su país.

Y ni qué decir de la "paraliteratura", aquella que pretende con citas históricas, números censuales, relatos familiares o politiqueros, porque no podrían llamarse políticos, contarnos o mejor dicho informarnos de cuanto acontece de manera prevaricariamente seria o ficcional, cuando en realidad ahogan el espíritu en el comercio. Es realmente la factura de lo que alguien llamó el negocio menos transparente de la tierra, pero que los remites de exportación forman una selva impenetrable.

Algunos autores compran a otros sus textos impubli-cables y tras un trabajo de depuración lo entregan con su firma a alguna cómplice editorial para ser finalmente publicados, no sin antes asistir al carnaval publicitario. Asunto que se complica en términos de demandas judiciales por derechos de autor.

En esta cultura del espectáculo, el valor de cambio se ha generalizado hasta el punto en donde se olvida el valor de uso y la imagen es la forma final de la reificación de la mercancía.

Por supuesto, está por demás decir lo redituable que esto es, cuando se tiene a la mano todo el aparato tecnológico que impulsa las condiciones de producción, distribución, intercambio y consumo de la industria cultural actual.

Vemos entonces, como a través de uno de los ejes de la cultura, la literatura, subyacen las relaciones de poder, que utilizan mecanismos y estrategias en el sistema de producción económico, en el nivel cultural, resemantizando las necesidades intelectuales de los seres humanos, reduciéndolas al mínimo esfuerzo del pensamiento.

La cultura entra en el sistema económico como servicios, productos, aplicaciones y programas; su estructura resulta muy compleja y más que masificar busca la diversificación.

Ya no solo se trata de creaciones artísticas o no artísticas, esto va más allá, se ha convertido en todo un despliegue de caza del consumidor o como lo llaman los economistas creación de valor agregado, es toda una industria cultural, en la cual la literatura liviana es uno de sus

productos, que como caballo de Troya se inserta sorpresivamente en todos los círculos de lectores.

Entre tanto, los escritores de literatura artística, formal y profunda, pasan por un verdade-



ro calvario para que sus obras logren ver la luz y sobrepasen el círculo restringido de los críticos y estudiosos de la literatura.

De esta manera, los escritores que no se han dejado absorber por el establishment cultural, cuya agenda es el espectáculo público o tecnológico, cumplen con una función contestataria opuesta al show, hoy más que nunca, porque lo que enuncian y denuncian es improductivo en tiempo y ganancias, aunque no así en estética, porque su escritura de lenta elaboración por sus reflexivos temas y su lenguaje cuidadosamente trabajado, ya no interesa al gran público, debido a que los hace pensar y repensarse. Porque su escritura interrumpe la velocidad de lo fugaz y desmemoriado, quiebra la tensión inestable entre lo social y las maneras simbólicas de representarlo, de imaginarlo y de criticarlo, porque obliga a tomar una posición política ante el mundo y ante sí mismo.

Mientras, la literatura light connota un cúmulo de fragmentos heterogéneos y aleatorios, refracción del sujeto posmoderno convertido en pseudomodelo estético, significante sin significado, experiencia de significantes materiales, presentes sin conexión con el tiempo ni el espacio de la praxis, que envuelve al lector en una abrumadora percepción material, en la que pierde su propia realidad.

Las estrategias actuales del mercado afectan de manera directa o indirecta toda la cultura, sin embargo, aquellos estadios de la cultura que son más sensibles, como la literatura, se ven afectados de manera múltiple, desde el momento de su creación, y podría decirse que desde antes de ser concebida, hasta el momento del parto y más allá, donde se hace carrera en los ojos intelectuales de los lectores, quienes



al fin y al cabo son quienes marcan la pauta del mercado como consumidores diferenciados, ávidos de conocimientos profundos y trascendentes, o masificados, ávidos de la corronguera de la liviandad.

La literatura liviana, como signo literario latinoamericano contemporáneo, forma parte importante de un nuevo orden cultural y económico, cuya narrativa solo seremos capaces de leerla con objetividad, cuando agotada, dé pie a otras nuevas formas de vivir y convivir en el continuum histórico.

BIBLIOGRAFÍA

- García Canclini, Néstor. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Cap. III. Artistas, intermediarios y público: ¿Innovar o democratizar? Editorial Grijalbo, México: 1995.
- _____. *La globalización imaginada*. Editorial Piados, México: 2000.
- Jameson, Fredric. *La lógica del capitalismo tardío*. Cap. 1. Editorial Trotta, Madrid: 1996.
- Martín-Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Cultura y Comunicación, Bogotá: 1998.
- Mattelard, Armand. *La mundialización de la Comunicación*. Prensa Universitaria, Francia: 1996.
- Piazza, Michael and Zimmerman, Marc. *New World (Dis) Orders and Periphal Strains. Specifying cultural dimensions in Latin American and Latino Studies. Latin American Literature*. March/Abrazo Press, Chicago: 1998.