

Serie
Palabras de América

Editores:

Oswaldo Estrada
University of North Carolina at Chapel Hill

Pablo Brescia
University of South Florida

Ana Gallego Cuiñas
Universidad de Granada

La serie de estudios literarios *Palabras de América* ofrece un espacio de diálogo crítico para la literatura latinoamericana producida en el siglo XXI. Rindiéndole homenaje a *Palabra de América* (2004), antología que da cuenta de una literatura emergente en el continente americano, nuestra serie intenta cartografiar los posibles mapas futuros de la literatura latinoamericana. Abierta no sólo a nuevas voces literarias, sino también a voces críticas tanto establecidas como incipientes, *Palabras de América* procura investigar qué se produce en América Latina después de *McOndo* y del *Crack*, teniendo en cuenta conexiones transatlánticas, múltiples migraciones culturales, nuevos métodos de comunicación y la constitución de diversas identidades. Nuestra propuesta intenta establecer las coordenadas literarias del presente que abrevan en el pasado y se proyectan imparables hacia el futuro en permanente cruce con procesos políticos e históricos, intercambios culturales y debates teóricos y estéticos.

McCRACK: *McONDO*, EL CRACK Y LOS DESTINOS DE LA LITERATURA LATINOAMERICANA

PABLO BRESCIA y OSWALDO ESTRADA
Editores



ALBATROS

Fotografía portada: Luis Carrasco Llopis
Foto: "Grietas"

© de los autores, 2018

© de esta edición:
ALBATROS EDICIONES
La Olivereta, 28
46018 Valencia
España
www.graficas-soler.com

ISBN: 978-84-7274-359-5
Depósito legal: V. 2.879 - 2018
Artes Gráficas Soler, S.L.

ÍNDICE

Agradecimientos	9
Introducción. McCrack: <i>McOndo</i> , el Crack y los destinos de la literatura latinoamericana Pablo Brescia y Oswaldo Estrada	11
I. ANTOLOGÍAS, MANIFIESTOS Y EL CANON: LA MIRADA DEL ESCRITOR	
1. Por favor rebobinar: a veinte años de <i>McOndo</i> y <i>Se habla español</i> Edmundo Paz Soldán	23
2. Veinte años no es nada (solo en el tango) Pedro Ángel Palou	29
3. Las fisuras en un enmohecido realismo mágico Naief Yehya	37
4. Escrituras ch'ixi: escritores latinoamericanos en los Estados Unidos hoy Cristina Rivera Garza	49
II. MAPAS, REVISIONES, DIAGNÓSTICOS	
5. <i>McOndo</i> y el Crack, antes y ahora: balance en doce puntos y un epílogo Eduardo Becerra	59
6. Lugares comunes (instrucciones de uso) Jorge Fornet	71
7. El Crack vs. la crítica: encuentros, mediaciones, contrastes Tomás Regalado López	87
8. Exclusión y <i>selfie</i> : literaturas "pequeñas" y "menores" pos- <i>McOndo</i> y pos-Crack Wilfrido Corral	103
III. TERRITORIOS PRE Y POS: ESTADOS DE LA CUESTIÓN	
9. ¿Pos- <i>McOndo</i> ? La narrativa hispanocaribeña del siglo XXI Rita De Maeseneer	123
10. Narrativas pos- <i>McOndo</i> : la ficción colombiana del siglo XXI Catalina Quesada-Gómez	137
11. Escribir en tiempos violentos o en las fronteras de <i>McOndo</i> y USA Oswaldo Estrada	157

12. Literaturas hispánicas desde/hacia/a través de los Estados Unidos Pablo Brescia	171
IV. EN CONCRETO: TEMAS PARA UN PASADO FUTURO	
13. <i>Focus Amoenus</i> : avatares del Che Guevara en dos novelas argentinas del cambio de siglo Daniel Mesa Gancedo	191
14. "Si navegar es tan preciso": novelas itinerantes Ezequiel De Rosso	207
15. América Latina traducida Sarah Booker	219
16. La Alfaguarización de la literatura latinoamericana: mercado editorial y figura de autor en <i>Sudor</i> , de Alberto Fuguet Ana Gallego Cuiñas	235
V. ENTREVISTA (PALOU, PAZ SOLDÁN, RIVERA GARZA Y YEHYA)	
17. <i>McOndo</i> y el Crack fueron un diagnóstico de la situación de América Latina Thomas Nulley-Valdés y Jonatán Martín Gómez	255

Agradecimientos

AGRADECEMOS a nuestras respectivas instituciones, la Universidad del Sur de la Florida y la Universidad de Carolina del Norte, en Chapel Hill, por hacer posibles tanto el coloquio internacional *Our America? Past and Future of the New Latin American Fiction* (*¿Nuestra América? Pasado y futuro de la nueva narrativa latinoamericana*) como el libro que el lector tiene en sus manos, *McCrack: McOndo, el Crack y los destinos de la literatura latinoamericana*. El congreso en la Universidad del Sur de la Florida se realizó gracias a una beca de apoyo para conferencias (Conference Support Grant) del consejo de investigaciones (Research Council) de esa universidad. Agradecemos a UNC Chapel Hill por otorgarnos una beca del consejo de investigaciones (University Research Council) para gestionar la publicación de este libro. También queremos dejar constancia de nuestra pertenencia a la red de investigación UC-Mexicanistas, que acoge y cobija nuestras participaciones en congresos y nuestros proyectos de investigación. Queremos expresar nuestra gratitud a la editorial Albatros por confiar en el mérito de la serie Palabras de América e incluir nuestro libro en ella. Finalmente, vayan nuestras gracias a todo el equipo (estudiantes, profesores, moderadores, personal administrativo) que hizo posible la estadía feliz de los participantes del congreso en USF el 20 y 21 de octubre del 2016 y, por supuesto, a todos y cada uno de los participantes en este volumen.

**La Alfaguarización de la literatura latinoamericana:
mercado editorial y figura de autor en *Sudor*,
de Alberto Fuguet¹**

Ana Gallego Cuiñas

Hemos puesto de moda a la literatura latinoamericana.
Hemos puesto de moda la presentación de libros.
– Juan Cruz

LA mayor transformación que ha sufrido la novela latinoamericana desde el Boom hasta el siglo XXI no tiene que ver con la formulación de nuevas estéticas sino con los cambios que se han dado en el mercado del libro a nivel internacional. En los noventa el dominio casi absoluto de la industria editorial le corresponde a oligopolios mediáticos como Bertelsmann,² fruto de los nuevos agentes económicos – ideológicos – que han influido en la reestructuración de un campo literario en el que ahora conviven bajo el mismo techo editorial *bestsellers* con autores consagrados que ostentan un gran capital simbólico.³ El sistema de factores que reconstituyen el campo, procedentes de las prácticas de los grandes grupos, hacen de la mercadotecnia y del valor de cambio sus resortes fundamentales, lo que conlleva la homogeneización de los objetos literarios, la eliminación de su riqueza diferencial y la articulación de las desigualdades (centro español/periferia la-

¹ Este trabajo se enmarca dentro del proyecto de investigación LETRAL (con referencia FFI2016-79025-P) subvencionado por el Ministerio de Economía y Competitividad de España.

² El grupo alemán ya se había hecho con el 60% de Plaza&Janés en 1982, con el 80% de Lumen en 1996, con el 60% de Sudamericana en 1998, mismo año en que adquiere Random House y se convierte en la mayor casa editorial de libros comerciales del mundo. En 2001 llegan a un acuerdo con Mondadori y en 2012 se fusiona con Penguin (con el 53% del capital de la empresa) y finalmente en 2014 compra Santillana (Diego 272-89).

³ Como observa José Luis de Diego, ya no hay circuitos diferenciados para la literatura de vanguardia y la literatura comercial, ni por parte de los grandes grupos ni por la de muchos independientes que tienen que sobrevivir de la autoedición (aunque siempre hay pequeños sellos que arriesgan y apuestan por nuevos valores sin otra red que la del capital invertido) (290).

inoamericana) de los tiempos de la Colonia. Lo expuesto plantea, de entrada, ciertos ejes de reflexión y problemáticas que habrían de discutirse en aras de experimentar nuevas formas de pensar la relación entre literatura y mercado: ¿Cuál es el valor de lo latinoamericano como categoría comercial en el mercado global? ¿En qué medida la producción y circulación global del producto – histórico – literario afecta a la construcción discursiva de una identidad, y/o a la articulación social de la literatura? ¿Cómo y a qué obedecen los cambios de las políticas editoriales en relación con autores y campos nacionales? ¿De qué forma está ligada la industria editorial a los mecanismos de consagración?

Por otra parte, han variado radicalmente los modos de producción, distribución, circulación y consumo de una obra desde el Boom hasta hoy, puesto que estos conglomerados dedican buena parte de su inversión a los medios de comunicación en general. Por ello, una de sus principales exigencias es el despliegue mediático del escritor, que ha de intervenir como “personaje” en la arena pública. En efecto, el autor con éxito se ha convertido en una marca que se vende, “sujeto a las reglas de juego de un mercado de élites que se había convertido rápidamente en un mercado de masas” (Diego 194). Y esas reglas exigen exhibir una imagen, promocionar libros en presentaciones, conceder entrevistas, firmar ejemplares, etc. Esto es: transformarse en un objeto de consumo modelado por el mercado editorial, cuya industria co-produce y difunde las distintas figuras de autor en la actualidad.

Todas las preguntas y condicionantes materiales del mercado literario que he mencionado aparecen recogidos en el último libro de Alberto Fuguet, *Sudor* (2016). Esta novela es a todas luces un signo de la producción económica del objeto literario, donde la industria editorial es representada como un negocio, el libro como una mercancía, el lector como un consumidor ocasional – y no como integrante de una comunidad especializada – y el escritor como un autor (Pizarro 93-96),⁴ un sujeto en extremo espectacularizado. Y aunque la historia de la literatura no ha sido muy proclive a visibilizar la tasación del valor en estas categorías, a partir de los noventa, con las nuevas políticas del mercado global y las nuevas condiciones de trabajo, la exposición de los modos de producción en los textos se ha convertido en un tema muy transitado en las obras de escritores latinoamericanos. Basta pensar en *Dejen todo en mis manos* (1994) de Levrero, “Sensini” (1997) de Bolaño, “Ars poética” de Volpi (1999), *La vida nueva* (2007) de Aira o *Efectos secundarios* (2011) de Rosa Beltrán, los cuales se avienen a poéticas del

⁴ La lexía “autor” proviene de *auctus*, *augere*, que significa aumentar, favorecer. Por lo tanto el autor es “alguien que hace crecer o promueve el crecimiento de algo ya existente” (Pizarro 93). Se trata del personaje, de una máscara y no de la persona del escritor.

mercado como la de *Sudor* de Alberto Fuguet, que analizaré en este trabajo desde diferentes enfoques teóricos: la crítica textual, la historia de la edición y la sociología de la literatura. Mi objetivo es desentrañar, a partir de *Sudor*, las formas en que se representa la relación entre escritor – productor del texto – y editor – productor del libro – en el contexto global de la economía posfordista; dilucidar la idea de obra como “mercancía artística” (Bértolo 185), y las figuras de autor que el texto pone en circulación como consecuencia de las también nuevas lógicas del mercado editorial y de la inserción de la literatura en la industria del ocio y del entretenimiento.

El mercado (trans)nacional y los grandes grupos editoriales: el caso Alfaguara

Los grandes grupos editoriales transnacionales, con sede en España,⁵ que empezaron a funcionar en los años ochenta son empresas altamente competitivas a escala internacional, con un aparato publicitario potente y con el control de la prensa y los suplementos culturales en sus manos; volcadas hacia títulos novedosos que con celeridad se vuelven perecederos, y hacia desconocidas porciones de mercado que alcancen una máxima rentabilidad. Su desarrollo dio lugar a un sistema de distribución del libro desigual en Latinoamérica – dependiente de España –,⁶ como consecuencia de la notable aceleración de la concentración en la edición⁷ y de la crisis – política y económica – del comercio en América Latina que condujo al cierre de editoriales en ambos lados del Atlántico, a la absorción de empresas y a la fundación de filiales autónomas que dividieron la producción en mercados nacionales, y limitaron la circulación y recepción de las obras a las fronteras de cada país (Pohl, “¿Un nuevo boom?” 262-63). Este proceso llegó hasta el punto de que la expansión global de la industria editorial, paradójicamente, supuso en la mayoría de los casos la nacionalización del sector y la creación de colecciones propias que vinieron a regionalizar la oferta.

La excepción a esta regla es, sin duda, la política editorial que llevó a cabo en los noventa Alfaguara. Hagamos memoria: después del Boom y

⁵ En 1980 Santillana compra Alfaguara. Fue el argentino Francisco Pérez González quien, junto a Jesús de Polanco, puso en marcha Santillana en 1958.

⁶ En 1996 España es el país con mayor concentración editorial del mundo (Diego 271).

⁷ Aludo evidentemente a los conglomerados transnacionales provenientes de España como Planeta, que compró Emecé, Seix Barral, Ariel, Espasa Calpe y Destino, entre otras. Random House Mondadori – ahora en manos del grupo Beltersmann – se hizo con editoriales de renombre como Lumen, Grijalbo y Plaza&Janés; o el grupo Prisa Santillana que absorbió editoriales tan importantes como Aguilar, Taurus y Alfaguara.

hasta los ochenta, en España se priorizó la producción literaria propia y otras narrativas extranjeras que apenas habían circulado en el país durante la dictadura. Pero a mediados de la última década del siglo xx resurge el interés de la industria editorial en el dispositivo latinoamericano, en virtud del ocaso del periodo álgido de la novela nacional – ya agotada – y de la necesidad de un nuevo yacimiento de mercado en lengua española. Esto, unido a otras variables que desgranaré a continuación, propició ese fenómeno de la “Alfaguarización”⁸ del campo literario en América Latina, que no es otra cosa que el efecto de la estrategia – comercial – de “Alfaguara Global,” inaugurada por Juan Cruz en 1993. La meta era la publicación simultánea de ciertas obras en todo el ámbito de lengua española (España – América Latina – USA),⁹ plan que convierte a la editorial en “la precursora de la actual promoción latinoamericana en España” y del mercado hispanohablante en Estados Unidos (Pohl, “¿Un nuevo boom?” 266). De este modo, el sello se asegura un dominio y distinción tales que crea un catálogo amplísimo en el que se incluyen los autores más importantes de cada mercado nacional (desde el Boom hasta los noventa): Vargas Llosa, Donoso, Bryce Echenique, Cortázar, etc., todos ellos contratados como autores “globales.”¹⁰ Aunque la circulación transnacional – *de facto* – se produce en contadas ocasiones (entre ellas, el Premio Internacional Alfaguara de Novela inaugurado en 1998) debido a cuestiones de índole económica, siempre por encima de las culturales y simbólicas (Yúdice 650). Lo llamativo es que el catálogo haya terminado fundando un canon, que supone un ejercicio de poder ya que la selección que se ha hecho no ha supuesto ningún riesgo y se ha basado más en la visibilidad, la mercadotecnia y la política acumulativa que en la apuesta por estéticas más vanguardistas, menos figurativas o legibles.¹¹ Y es que no hay que olvidar que los grandes grupos merman “el papel del editor como filtro de valores, como intermediario cultural” (Yúdice 651) y que al final la competencia de un editor se juzga hoy solo en función del dinero que reportan sus libros (Schiffrin 29).

⁸ Término acuñado por Víctor Barrera en 2002.

⁹ Esto lo puede hacer Alfaguara porque cuenta con la red de distribución más amplia dentro del mercado en lengua española (14 países latinoamericanos, España, USA, Portugal y Puerto Rico) (Pohl, “¿Un nuevo boom?” 266).

¹⁰ Explica Pohl: “Para conseguir la difusión global, Alfaguara suele comprar los derechos de autor para todo el mundo hispanohablante; sin embargo, el intento ambicioso queda reservado a pocos nombres, como admite la propia editorial: ‘No todos los títulos recogidos en este catálogo están disponibles en todas las sedes de Alfaguara’” (“¿Un nuevo boom?” 268).

¹¹ Juan Cruz lo niega y dice que se trata más de una “apuesta literaria” que un beneficio comercial a corto plazo. De hecho – sostiene – a la luz de los ejemplares vendidos, que ningún autor/a que haya ganado el premio se ha convertido en un auténtico *bestseller* (Pohl, “La vocación de editar” 325).

¿Y por qué tiene éxito esta iniciativa justo en este momento? Ya he anunciado algunas causas, pero hay otras. Por un lado, ya se había abierto a Occidente el negocio de la lengua española – razón por la cual Alfaguara deja más de lado a los escritores extranjeros –, toda vez que se originó una suerte de “moda narrativa latinoamericana”¹² – la poesía y el teatro son géneros muy menores en el mercado – en España auspiciada por la irrupción de una miríada de nombres nuevos de autores latinoamericanos, como no había ocurrido desde el Boom. Buena parte de ellos fueron catapultados por el éxito previo en los sellos de sus sedes nacionales, por los grupos de *McOndo* y el Crack, o por premios literarios como los de Anagrama, Planeta, Seix Barral o el mismo Alfaguara. A esto hay que añadir los nuevos modos de producción de las políticas editoriales (sobre todo de Alfaguara y Planeta), basados en la tirada masiva de novedades y en un *marketing* feroz, tal y como pone al descubierto Fuguet en *Sudor*. En este sentido, la presencia del autor es primordial para la promoción del libro, de tal manera que en las bases del Premio Alfaguara, por ejemplo, figura “la obligación para el autor de participar en un campaña de promoción” (Pohl, “¿Un nuevo boom?” 270). Además Alfaguara posee, como indica Pohl, una estructura logística, geográfica y financiera muy fuerte, a través de Santillana y del grupo de comunicación PRISA, que al albur de *El País* invierte todos sus esfuerzos en anunciar y promocionar – el suplemento cultural *Babelia* lo ilustra – a los autores del sello (“¿Un nuevo boom?” 270-71).

De otro lado, y en relación con PRISA, hay que tener en cuenta que la expansión americana de Alfaguara también obedecía a los intereses económicos del grupo, así como sucedió en España, muy volcada – por la expansión neoliberal – en las posibilidades comerciales del mercado latinoamericano, lo que devino en la construcción de un discurso “panhispanista”¹³ basado en el idioma y la tradición cultural común – que arranca con las efemérides del quinto centenario en 1992 –, repetido hasta la saciedad tanto por agentes culturales como políticos (Pohl, “¿Un nuevo boom?” 261) y cuyo paradigma es la Casa de América en Madrid.¹⁴ *In promptu* se empezó a hablar de la debilitación de la identidad narrativa tradicionalmente aferrada a una geografía,

¹² La editorial Casiopea empezó a publicar a autores cubanos exiliados, y Lengua de Trapo su célebre antología *Líneas aéreas* (1999), editada por Eduardo Becerra, que contó con el respaldo de 30 jovencísimos autores latinoamericanos (de menos de 40 años) en Casa de América. E incluso tuvo mucha proyección el Salón Iberoamericano de Gijón.

¹³ Este es apoyado tanto por la izquierda como por la derecha, alejado de rasgos imperiositas o neocoloniales (*a priori*, claro).

¹⁴ También ésta se relaciona con Alfaguara, que celebra allí múltiples presentaciones y ciclos, de la misma forma que los directores de la Casa de América han formado parte del jurado del Premio Alfaguara.

aunque en la práctica ésta no se hubiera extinguido ni mucho menos, como prueban las filiales nacionales de los grandes grupos y la industria editorial independiente de alcance local. Los editores – Juan Cruz a la cabeza – empezaron a demandar con el apoyo del Estado la existencia de un mercado común del libro en lengua española¹⁵ en consonancia con la política transatlántica de Alfaguara que habría de hacer frente al *bestseller* anglosajón. Esto suponía un intercambio desigual entre América Latina y España, ya que la primera no llega a exportar más de 2,5% del total. Por su parte, algunos escritores se lanzaron a designar como sola patria – identidad – la lengua española, negando la existencia de una “literatura latinoamericana”; por ejemplo Volpi, Fresán, Paz Soldán, Bolaño y el propio Fuguet.¹⁶ Como colige Eduardo Becerra, “ahora se lleva definirse como apátridas, errantes perpetuos, ciudadanos de un mundo globalizado, sin señas ni rastros de identidad, raza, nación o cultura propias . . . Para sustituir una ontología de la identidad por otra de la no-pertenencia” (287).¹⁷ Este planteamiento ya antes había sido promulgado por uno de los epítomes de Alfaguara Global, Carlos Fuentes, cuya proclama del “territorio de la mancha,” una identidad hispánica colectiva y heterogénea, es harto conocida. Pero ¿acaso la vindicación de la autonomía del arte no implica desligar la obra de sus condiciones materiales de producción? ¿Es eso posible y es mera coincidencia la ligazón del discurso “global” del productor literario con el del promotor editorial, que a su vez es fruto de la ideología de la economía neoliberal imperante?

En rigor, la ficción que estos autores – y no olvidemos que representan solo una porción de la escritura latinoamericana: la más visible y comercializada –¹⁸ producen se desterritorializa amén de la globalización capitalista y tecnológica, la mundialización de la cultura, la movilidad (la mayoría vive en España o USA), la digitalización o el imperialismo de ciertas lenguas. Igualmente, las grandes empresas editoriales donde publican apuestan por una circulación transnacional del libro a la que se aviene como un guante la consideración de una literatura “global” o “mundial” cuya única

¹⁵ Juan Cruz se afana en mostrar una imagen “romántica” de un campo en lengua española unido como proyecto cultural y no comercial, tal y como se observa en una entrevista que le hace Pohl, donde reniega de la ligazón de la literatura con la economía (“La vocación de editar” 320).

¹⁶ Estos no conforman una generación sino un grupo que confluye en un momento de nuevo lanzamiento de la literatura latinoamericana en España (Becerra 290), donde muchos de ellos se asientan para mejorar sus condiciones de trabajo.

¹⁷ Becerra reflexiona en el citado ensayo sobre los “despliegues tácticos individuales” de unos y otros, y sobre la imposibilidad de aprehender una literatura deslocalizada, desarraigada.

¹⁸ Muchas poéticas y autores latinoamericanos han seguido incardinadas en sus tradiciones nacionales y locales. Es más, como argumenta Yúdice, la globalización en las industrias culturales han fortalecido y revitalizado las identidades regionales y/o comunales (645).

seña de identidad sea la lengua, y donde España se alza como “mediadora de los intereses latinoamericanos hacia la UE y los EE.UU.” (Pohl, “¿Un nuevo boom? 275) Así, esta forma de producción se cristaliza tanto en la creación literaria – con temas y contextos internacionales –, como en la construcción de las figuras de autor de los escritores, como en el espacio de recepción de los textos, tanto en los medios de masas como en el mercado académico. No es baladí entonces que en la misma época se empezaran a acuñar ciertos términos y se instauraran marcos de lectura – literatura “mundial,” “glocal,” “transnacional,” “transatlántica” – enunciados desde el ámbito anglosajón para el hispanismo, que no suponen más que una reformulación del cosmopolitismo de finales del siglo XIX. “¿Qué hay de nuevo viejo?” Podríamos decir con Bugs Bunny. Nada, porque en realidad, ¿en qué consiste armar una tradición/canon global o transnacional? ¿No es una suma de cánones nacionales? ¿O se trata de la supremacía tácita de determinados valores literarios sobre otros? ¿No es la “literatura mundial” más un modo de lectura – hegemónico – que una estética común? ¿Acaso no se trata de la construcción de un concepto no nacional de la literatura que se trenza con el modelo neoliberal de lectura – mesocrático y hegemónico – anglosajón? Y es que

fuera de la retórica de los foros internacionales, la puesta en práctica de proyectos literarios comunes deja mucho que esperar. Para llegar al acercamiento cultural a través del Atlántico, para avanzar en la “la afirmación de una posible o futura latinoamericanidad de España,” más allá de la rentabilidad comercial, sería imprescindible que la preferencia nacional de los catálogos editoriales, dictada por pautas económicas, se ensanchara hacia un equilibrado y representativo panorama intercultural, algo todavía inexistente. (Pohl, “¿Un nuevo boom? 280)

Lo cierto es que hoy, a pesar de la insistencia en la posibilidad de un campo literario común en lengua española, se sigue distinguiendo – las editoriales, los medios culturales, la mayoría de la Academia – entre autores latinoamericanos y españoles. Lo que sí se ha trasmutado es la mediación, que ya no pasa por España sino por Alemania, debido al extraordinario crecimiento que ha experimentado el grupo Bertelsmann. Es más, muchos de los novísimos autores latinoamericanos son ahora conocidos en España a través de las novedades que se exhiben en la Feria de Frankfurt, que se ha alzado en centro de control mundial de la difusión de la literatura latinoamericana en la actualidad; como lo fuera en el Boom Barcelona y el Premio Seix Barral; y en los noventa Madrid y el Premio Alfaguara.

El espacio editorial chileno

Durante la dictadura de Pinochet en Chile, el libro – con canales de circulación acotados y menguados – tuvo que integrarse a la fuerza en los mecanismos de la industria cultural mercantil, emparentado con los medios de comunicación de masas, y, considerado como un producto secundario, desplazado en el ámbito de la cultura por el formato cinematográfico o audiovisual. Esta situación supuso un terreno propicio para la expansión de los grandes grupos transnacionales en las postrimerías del siglo xx, ya en democracia, a pesar de que Chile no contaba con una comunidad amplia de lectores, con redes de distribución y librerías muy frágiles, altos impuestos sobre el precio del libro, etc., todo lo contrario de lo que sucedía, por ejemplo, en Colombia, Argentina o México (Subercaseaux).

“La función de publicar opera a través de ciertos dispositivos de representación y estrategias comunicacionales desplegadas de acuerdo a contextos políticos y sociales determinados” (Symmes Coll), con lo cual no todos los países tienen las mismas condiciones políticas ni sociales de producción editorial, a pesar de la archimentada globalización en el ámbito del español. En el caso del Chile post-dictadura, la agresiva expansión económica neoliberal y la emergencia de una “nueva narrativa chilena,” acorde con el periodo democrático y considerada nuevo producto en el mercado, se presentan como paradigma perfecto de los modos de actuación de los grandes grupos en América Latina, ya que ahí pueden campar a sus anchas. Cuestión que pone de manifiesto Fuguet en *Sudor*: “Mientras en Chile *El aura de las cosas* se vendió muy bien (qué grande, cómo no tenerle cariño a este rebaño de poseros inseguros dirigidos por unos inseguros que se creen líderes de opinión), en el resto de Hispanoamérica fue un desastre” (61).

A tenor de este panorama, Planeta creó en los noventa la colección “Planeta Veintiuno” – que editaba a autores noveles –, donde publicó su primer libro de cuentos Fuguet, reflejo de la cultura juvenil de clase media de los ochenta en Chile, atravesada por el cine, el rock, el diseño, las drogas y la televisión. Más tarde sacaría a la luz *Mala onda* (1991) en otra colección de Planeta, “Biblioteca del Sur,” que se convirtió pronto en un éxito de ventas, compartiendo posiciones con Isabel Allende y Marcela Serrano. Alfaguara también fue intensificando en Chile su circulación en los mismos años, con lo cual la producción se hizo más asimétrica con respecto a España y a otras zonas de Latinoamérica, realidad que habría de acentuarse con la fagocitación de Alfaguara por Penguin Random House – a mayor concentración, mayor desigualdad. No obstante, el mercado chileno en el siglo XXI también se ha diversificado con el fenómeno de las editoriales in-

dependientes,¹⁹ que paulatinamente han ido logrando visibilidad y capital simbólico (Symmes Coll) sobre la base de una apuesta en la diversidad cultural, obtención de beneficios a largo plazo, publicación de escritores emergentes y de géneros menores, edición de textos anti-hegemónicos y críticos, nuevas traducciones, etc.

Sudor: otra poética del mercado

El mercado es central en la obra de Alberto Fuguet desde sus comienzos: “no sólo tematiza sino que incorpora la retórica y la trama de signos del libre mercado [...] adquiere así el estatus de ficción literaria” (Cárcamo Huechante, *Tramas del mercado* 165). *Sobredosis* (1990), *Mala Onda* (1991), *Por favor, rebobinar* (1994) y *Tinta roja* (1998) son productos directos en la trama y el lenguaje de las políticas económicas neoliberales y transnacionales que redundan en el consumo desahogado de objetos, moda, drogas, el *marketing*, la cultura audiovisual y las marcas. Escritas en un lenguaje sencillo y muy coloquial en la línea de Puig o Salinger que reproduce la jerga de los jóvenes burgueses despolitizados de Santiago, impregnada de expresiones y vocabulario en inglés propios de la cultura tecnológica; todos estos textos pueden leerse, incluso su último libro, como una hiperbolización del presente en que se publican, tiempo por antonomasia del capitalismo.

Por lo que se refiere a *Sudor*, Fuguet deconstruye las principales “líneas de fuerza” del campo literario: la producción artística, la mediación editorial y la figura de autor como espectáculo *massmediático* en la contemporaneidad (aunque ya antes se había fijado en el escritor y el agente literario). A la manera de todos los creadores que abonan poéticas del mercado, el chileno desarma la representación del autor como genio autónomo y/o independiente de la economía.²⁰ Para ello se vale de dos paradigmas: Alf(redo) Garzón de 43 años – sujeto errante, como Matías Vicuña de *Mala Onda*, que construye una suerte de diario de vida – es un trasunto de Fuguet, narrador no fiable en primera persona y testigo de la visita de Rafael Restrepo Carvajal, trasunto de Carlos Fuentes,²¹ a la Feria del Libro de Chile en 1998

¹⁹ La “Asociación de Editoriales Independiente de Chile” (EDIN) se creó a fines del siglo xx: la primera en el continente, muy activa que se unirá luego a la “Alianza internacional de editores independientes” francesa, un referente a nivel mundial.

²⁰ Fuguet empezó siendo periodista en los ochenta, luego en los noventa ejerció de editor del suplemento “Zona de contacto,” después se dedicó al ámbito de la cinematografía y en la actualidad es profesor en la Universidad Diego Portales.

²¹ Fuguet mezcla personajes con nombres reales (Dorfmann, Edwards, Vargas Llosa) con otros inventados.

para presentar un libro de fotos hechas junto a su hijo – que lo acompaña – sobre los personajes famosos con los que estuvo el padre: *El aura de las cosas*. Alf es un escritor-editor gay que trabaja para (Alf)aguara,²² lo que supone también el reemplazo de la industria publicitaria y mediática como telón de fondo de sus primeras publicaciones por la industria editorial, aunque el argumento sigue basculando entre la alta cultura (los personajes son siempre lectores, escritores, editores) y la cultura de masas.

En segundo lugar, el escritor es, como en sus obras anteriores, una figura multidisciplinar y versátil, enfocada desde una tipología muy variada. Alfredo está escribiendo su propio libro de no ficción, *Sudor*²³ – el texto alterna entre la primera persona y la tercera – mientras otros escritores gays – que ya surgen en novelas anteriores – Alejo Cortés y Augusto Puga se debaten entre la auto-exigencia y la complacencia fácil del éxito: “Augusto Puga Balmaceda no es un gran autor y no es un gran artista. Le atrae más la idea de escribir que escribir . . . Lo suyo es ser distinto y especial y sobresalir para así provocar. Y que se fijen en él. Puga está dispuesto a todo con tal de tener éxito” (211). Sea como fuere, aquí y en otras obras (v.g. *Por favor, rebobinar*) la imagen del “escritor-modelo” no se relaciona con la identidad nacional o el compromiso político y/o estético, sino con los medios de comunicación, “con el mundo de la gestión privada y el emprendimiento individual, en el competitivo escenario de la ciudad en tiempos de globalización” (Cárcamo-Huechante, *Tramas del mercado* 216). El editor, sin embargo, aunque es un hombre de negocios también es un actor político y esto – su intención no es el desarme ideológico – lo muestra muy bien *Sudor*. Alf es un productor de una mercancía, del intercambio de un texto literario por dinero, es decir, del trabajo del escritor: “Parte de la misión de un editor es lograr que su autor sea deseado” (33); pero no pronostica únicamente si los libros que edita son susceptibles de tener valor para los compradores – como los grandes grupos – sino que desempeña un papel más ético, “artesano,” “romántico,” “independiente,” casi como un *coach*: “Editar es, al final, un modo de intervenir en los debates . . . Es parte del proceso, estar cerca mientras el autor se ve plagado de dudas, temores, excesos. Hay algo increíble en hacer tuyo algo que no te pertenece. Tiene algo de apropiarse y de colaborar o quizás tiene que ver con ser un artesano: hacer algo bien y saber que, gracias a ti, un original mejoró” (163).

²² Antes se había dedicado a la ficción y las novelas *trash* en Seix Barral-Planeta (18).

²³ Incluso leemos: “Un libro no muy largo que quizás se llamará *Sudor* y que no aparecerá . . . por razones obvias, en el cooptado sello Alfaguara ni será editado por alguna de sus chicas o señoras” (26). En efecto, el libro ha aparecido bajo el sello Random House, aunque no hay que olvidar que ambas casas pertenecen a Bertelsmann, por lo que el gesto es más exterior (de mercado) que interior: el ataque va dirigido al mismo grupo.

Fuguet pone así de relieve la trascendencia de la mediación editorial a través de dos modos de actuación opuestos: por un lado, presenta a Alf como un lector crítico, no solo comercial – cuestiona el *modus operandi* de su empresa – que terminará trabajando en una editorial independiente – “Huerders y Ediciones UDP” – cuando su sello transnacional sea absorbido por Penguin Random House y él sea despedido: “Parte de mi labor como editor (aunque sea un editor freelance) es ayudar a sacar – extirpar, cercenar – el libro que el autor tiene dentro” (24). Por otro, están los editores de Alfaguara (sin ética ni respeto al oficio) presenciando el fin de su época dorada, con la producción de *El aura de las cosas*, un libro que no se vende, y que se edita solo por capricho y contento de su autor; uno de los activos del Boom de mayor peso en su catálogo, a quien hay que complacer: “el libro con sus fotos, sólo se publicó porque su padre lo exigió” (41) o “*El aura de las cosas* era el equivalente a una mamada literaria. Que Santillana hubiera cedido al capricho demuestra que el lazo que tenían era serio y estratégico” (89).

Alf no duda en señalar que este tipo de operaciones excéntricas de despilfarro – desde el punto de vista de la rentabilidad económica – son las responsables del fracaso de la editorial en 2013:

Sería exagerado decir que *El aura de las cosas* fue lo que precipitó el derrumbe de Santillana, pero sin duda fue un aporte al debacle, si es que la gota no rebalsó el vaso del derroche, pues, siendo un librito de mierda, ininteresante y mamón, se gastó en él como si fuera un *Sombras de Grey*: en el adelanto, en la impresión en papel couché de alto gramaje, en la promoción y el marketing desatado y en la extensa gira que incluyó obviamente el pago de los vuelos y las suites más caras en cada país. Era la cultura del derroche, la marcha PRISA, progre y buena onda y todo de primera (como el puto Premio Alfaguara) para coleccionar la mayor cantidad de Nobeles y prestigio y así expurgar la culpa que acarrea lo que realmente vende. (61-62)

El problema de Alfaguara, pues, ha sido ceder ante la permanencia de capital simbólico – como Fuentes – y no regirse únicamente por criterios económicos neoliberales, a corto plazo. En *Sudor* no se habla de la política editorial de Alfaguara en relación a criterios estéticos o simbólicos, sino que centra su atención en las estrategias de *marketing* para la promoción del autor, dado que el grupo ha sustituido – como otras empresas del sector – “la política editorial por una estrategia de comunicación” (Discepolo 29), es decir, se reemplaza la cultura por el ocio para conservar su capital simbólico, lo que implica la transformación del lector en consumidor, como el autor muta en actor. Algo que no pone en tela de juicio Fuguet ni mucho menos: la mala gestión del negocio es lo que está en su punto de mira.

De otra parte, *Sudor* no solo ilustra un mercado, el editorial, sino que se dirige a un mercado: la comunidad gay, del mismo modo que las novelas de Fuguet de los noventa estaban orientadas de una forma muy nítida a la

masa juvenil chilena post-dictadura. Los modos de consumo siguen siendo los mismos, pero se cambian las mercancías: las drogas y marcas son sustituidas por subjetividades y cuerpos. Se mantiene la estructura discursiva de antaño: diálogos cortos, fragmentación, chilenismos, “velocidad análoga a la de la cultura de los medios virtuales y digitales y del mercado telemático y global que caracterizan el universo tardocapitalista” (Cárcamo-Huechante, *Tramas del mercado* 176), es decir, a la circulación de la economía glocal. Asimismo los medios de comunicación ocupan un lugar coagular, como en el Boom lo hacía la identidad nacional o continental, porque Fuguet está más ligado a la empresa privada que al Estado: lo político es reemplazado por lo económico.

La temática de la homosexualidad ya ha sido explotada por él en *No ficción*, y mucho antes por Jaime Bayly y Pedro Lemebel,²⁴ entre otros, en los años noventa. Por tanto la puesta en escena gay de Fuguet no implica un desafío innovador, ni desde el punto de vista político ni desde el mercantil, en la cultura homofóbica de Chile y/o el mercado transatlántico (se ha publicado a la vez en Barcelona), aunque sí su ligazón al mundo interconectado e inmediato de la red y las nuevas tecnologías que desemboca en una pléyade de soledades interconectadas. Ahí todo puede ser simulacro, identidad provisoria y falsa – como “el Factor Julián,” prototipo frívolo del *millennials* – que pone en entredicho el punto de vista convencional y lo socialmente establecido a través del derrumbe del concepto de pareja burgués, la exhibición de pornografía y la apología de la promiscuidad. No hay estilo confesional – salida del *closet* – sino una mezcla de melodrama gay – Alf no solo es consumidor de cuerpos, sino un “enamorado” – y erotismo reproducido con el lenguaje de las redes sociales: “Hey, wn. No he sabido de ti [. . .] Horny. Calor me pone duro. Tú me pones duro, Alfredo. Follamos? Fóllame, wn” (129).

Pero al mismo tiempo que Alfaguara explota el sujeto literario, Restrepo, para su consumo, Alf ingresa en la red social Grindr para relacionarse con sujetos gays: cuerpo y libro se equiparan: “Con ganas de mamar, yo morbo pasivo oso gordo con poppers y weed y jale. Leche? 100 kilos de lujuria, tejido a mano” (123). En este sentido no hay crítica a la fetichización del cuerpo en la sociedad global sino (sobre)exposición del mercado de consumo sexual gay, muy similar a la actuación de los grandes grupos editoriales con los escritores. Las identidades que aparecen no cuestionan el discurso dominante en relación con lo masculino y la homosexualidad (a

²⁴ A diferencia de éstas, la portada de *Sudor* es muy neutra, nada impactante ni provocadora. Va de suyo además que *Loco afán* de Lemebel es más anti-hegemónico – aunque no existe un afuera del mercado – y crítico con el neoliberalismo que las obras de Bayly y Fuguet (Cárcamo-Huechante, “El camp(o) de lo gay y de lo travesti” 100-04).

pesar de que Alf dice que en el mundillo literario latinoamericano “todo es macho”) ni son provisorias y/o mutantes, sino prefijadas desde un solo punto de vista: el del hombre blanco gay de la clase alta chilena, razón por la cual la representación de la mujer es secundaria, casi caricaturesca: “Victoria, en ese sentido, era una groupie asumida y se jactaba de haberse ‘cogido’ a varios autores, políticos y empresarios aunque su trofeo era un premio Nobel supuestamente parco y hosco” (66).

Figuras de autor: de Fuentes a Fuguet

Asistimos en el último cuarto de siglo a un cambio significativo en la legitimación y valoración del estatuto de escritor. Su resemantización como personaje mediático, su constitución en artículo de consumo y la multiplicidad de escenas que median su imagen pública abren un trazado de líneas interpretativas que forman parte esencial de la trama de *Sudor*, que transita entre la delineación de la figura de autor de Carlos Fuentes y la del propio Alberto Fuguet. La novela es una muestra perfecta del renovado auge de las escrituras del yo, donde se (sobre)expone de la vida privada de los escritores al calor de ciertas formas de representación biográfica que tienen en cuenta el uso de la imagen pública como estrategia de mercado. Esta incorporación del esquema genérico de la subjetividad del autor en la obra, con el consabido uso de la autoficción es la forma narrativa más común en las novelas latinoamericanas actuales. Porque lo que vende y atrae a los lectores, y eso lo sabe muy bien Fuguet, es la ilusión de “verdad,” de “crudeza” y de inmediatez que ofrecen estas escrituras mediante un lenguaje que suele estar desprovisto de ornamentación – emparentado con la oralidad – y que hace olvidar su impostura, la factura literaria del texto. Incluso la estructura de la obra está a medio camino entre el diario – fragmentación, datación – y el archivo – notas y mensajes conviven con diálogos y monólogos interiores.

En *Sudor*, sujeto narrativo y autor se funden en aras de una literatura muy autorreferencial, plena de referencias literarias y conciencia de la escritura como si se trataran de un conjunto de “*selfies* narrativos” – la imagen aquí también es cardinal – donde el yo se impone doblemente: en el punto de vista y en la biografía. No es baladí entonces que Alf sea “editor adjunto”²⁵ de un sello de no ficción – título homónimo de la anterior novela de Fuguet – en Alfaguara, ni que se combinen episodios transcendentales con anécdotas banales en una temporalidad presente que deviene en geo-

²⁵ Nótese que en la solapa del libro se destaca la faceta de editor del propio Fuguet, lo que propicia la lectura en clave autoficcional.

graffa, la del Santiago de Chile de la clase alta y cosmopolita, vertebrada por el mundo gay y la burguesía intelectual chilena, misma atmósfera en la que se mueve Alberto Fuguet: “era yo el que apostaba o creía (cree, digo) en la crónica y los testimonios, el que “quería dar vuelta” a los autores “de” para que dejaran de escribir novelas con un lenguaje impostado o con tramas conspirativas y optaran por el fértil terreno del ensayo y la memoria” (18).

Esto contrasta con la virilidad conservadora y heteropatriarcal del otro protagonista de la narración, Carlos Fuentes, o Rafael Restrepo Carvajal, uno de los inventores del Boom. Su figura sacralizada está tramada desde su posición destacada en la estructura del campo literario: influida menos por la recepción de su obra que por su papel de mediador intelectual “latinoamericano,” “la voz autorizada de América Latina para Europa y USA” (51): “Todo esto terminó provocando que su prominente figura se fuera desplazando, de apoco, hacia el rol de a gitador o de conector (de operador, mejor) o de relacionador público: hablar mucho, viajar mucho, escribir mucho y desear ser número uno . . . Mucha universidad, mucho congreso, mucha feria y mucha gira” (51).

Un hombre guapo que “no parecía latinoamericano,” con capital económico – muy bien relacionado con “poderosos norteamericanos” – y poder político que condiciona la recepción de la literatura latinoamericana, a partir de las consignas del Boom. Esto es lo que critica Fuguet al evidenciar llevándolo al extremo el modo en que el autor reemplaza a la obra: “Restrepo Carvajal siguió cosechando éxitos con muchos libros que nadie compró, leyó ni hojeó” (53), verbigracia *El aura de las cosas*, que apenas es percibida y consumida, y solo atrae por la puesta en escena de Restrepo Carvajal y su hijo. Este último, que murió al año de su visita a Chile,²⁶ además aparece pergeñado desde el concepto romántico de “genio creador” – en oposición al padre, que es más bien un empresario de sí mismo – cuyo proyecto estético es hacer de su vida una obra de arte (Bourdieu 99), de convertirse en “personaje” como el Holden Caulfield de Salinger:

era – al mismo tiempo y por separado – un hijito de su papá, un fiel representante de la basura global jet set, un indigno representante de la escoria diplomática, un fotógrafo perverso y notable, un cinéfilo voraz, un traductor estiloso, un fashionista intenso, un irónico sagaz, un pornógrafo fetichista (“sf señor, qué pena”), un letrista selecto, un drogadicto fino, un hemofílico ardiente, un puto en rodaje, un bipolar bilingüe y un poeta gay romántico a la vena. (44-45)

²⁶ En la novela mantiene un romance con Alf y muere de un derrame hemofílico en una discoteca de Santiago.

La autolegitimación de Alberto Fuguet: una figura de autor

El escritor chileno se da a conocer en el campo literario cuando edita junto con Sergio Gómez en 1996 la celeberrima antología de *McOndo*,²⁷ cuyo objeto era delimitar las nuevas poéticas en lengua española de aquella época como plurales y novedosas, en contraposición a la uniformidad identitaria del realismo mágico proyectada internacionalmente por el Boom. Para los *mcondistas* la identidad latinoamericana es individual, urbana, expresada a través de la influencia global de los *mass media*, de un lenguaje local y de una narrativa fragmentada, desinteresada por la política. Es decir: Fuguet desde muy temprano construye una poética producto *McOndo*, que lleva consigo un marco-marca de lectura y una figura de autor que se contraponen a los barones del Boom, tal y como hace en *Sudor*: “Era una mafia ambulante con sedes claras en Barcelona (feudo de la agente literaria y “mamá Grande” de casi todos: la gorda y comerciante Nuria Monclús)” (51). Este embate deriva en una marca que se hace concepto, “literatura en español,” al tiempo que se transfigura en un producto editorial del mercado global que ha quedado fijado como “hecho estético” en la historiografía literaria junto al Crack.

Pareciera entonces que Fuguet se ha autolegitimado en el acto de editar una obra de narradores emergentes que refuta el producto mítico Macondo, símbolo de la demanda de exotización que impone el mercado global a la literatura latinoamericana. Su táctica consiste en realidad en abrir el mercado – el realismo mágico implica una economía cerrada y arcaica –, poniendo a la venta un contraproducto, *McOndo*, que es consecuencia misma del mercado transnacional, que lo contiene y pone a circular en la misma órbita que otros productos literarios.

Lo mismo sucede en *Sudor* cuando arremete contra Fuentes, a quien cuestiona más por su relación con los agentes del campo que por su poética. Pero Fuguet también es un productor de mercancía, un autor “global” como Fuentes, que como él se relaciona muy bien con el campo y con el mercado: la diferencia estriba en que el mexicano tiene mucho más alcance (como escritor del Boom) que el chileno. Lo que está claro es que ambos se están disputando “la distribución del capital específico que ha sido acumulado durante luchas anteriores y que oriente las estrategias ulteriores” (Bourdieu 120). Fuentes pondría en marcha una estrategia de conservación por que

²⁷ Esta antología salió a la luz en Mondadori, cuya colección de literatura se perfiló como plataforma de lanzamiento de la narrativa latinoamericana (sobre todo la de Cono Sur) de fines de los noventa y principios de siglo XXI: Fresán, Aira, el mismo Fuguet, Pron, etc.

tiene más capital, mientras Fuguet, como dispone de menos capital, utiliza una “estrategia de subversión,” que Bourdieu llama “herejía”: “la heterodoxia, como ruptura crítica, que está a menudo ligada a la crisis” (121). Con lo cual Fuguet se desdobra en editor transparente, culto y honesto, amén de ser leído a la par como un escritor “independiente,” apartado del *mainstream*, valiente y a la moda; en contraposición a la denostada y parodiada figura de autor del pleistocénico Fuentes y a las “malas” prácticas editoriales de Alfaguara: atrapadas en el *Star System* del Boom (otra vez responsable de todos los males del campo).

Lo más interesante es que Fuguet también se autorrepresenta en este ataque, poniendo de relieve la cuestión de la repartición desigual del poder (lugar) de la enunciación (no es lo mismo ser escritor del Boom que de *McOndo*), que controla para imponer estratégicamente una imagen soberana (del otro y de sí) sobre una pantalla autobiográfica. Nuestro autor fragua en *Sudor* una escena de legitimación como mecanismo de defensa y respuesta que obedece a un contexto histórico y geopolítico particular – el mercado global y el intento de reubicación de la literatura latinoamericana en el panorama mundial – y apunta a una problemática central y dramática: las relaciones de dominación y posiciones de prestigio del campo literario latinoamericano.

La sempiterna dicotomía se repite: la ficción vieja (Fuentes et al) frente a la narrativa nueva que el chileno escribe; una operación donde “la autorreferencia, el comentario acerca de las propias cualidades, aptitudes, realizaciones, mitigada o no por alusiones a “los otros,” y la exaltación de la generosidad, solidaridad, valoración del semejante, . . . puede transformarse en otra forma de autopublicidad” (Arfuch 62). Al cabo Fuguet impone una figura de autor connotada por los valores del cosmopolitismo, la modernidad tecnológica, la velocidad del lenguaje, la comunicación sencilla y directa, la identidad apátrida, la homosexualidad, el mercado global, visible también en su ficción, que diseña finalmente un horizonte de lectura de su vida y de su obra.

* * *

La visibilidad del escritor – su capital simbólico – en el campo es más importante para la industria editorial que el valor estético de la obra, ya que ésta y no la forma expresiva del texto es la que habría de garantizar la comercialización – el éxito – de la novela. Así como el medio editorial es primordial (Alfaguara es sinónimo de España y ahora de Alemania) para la propia visibilidad del libro.²⁸ Entonces, la pregunta “¿dónde?” a pesar de

²⁸ Fuguet, como Fuentes, siempre ha publicado su narrativa en sellos de prestigio.

la globalización, de la supuesta disolución de lo nacional, y de que los autores pongan el énfasis en sus poéticas en el “cómo,” sigue siendo esencial para definir la novela en todas sus categorías: autor, obra y lector.

Hemos comprobado en *Sudor* que las estrategias de autorrepresentación que desarrolla Fuguet están orientadas al modo de recepción de su obra, a partir de las cuales el escritor no sólo estetiza su vida y justifica su obra sino que se (auto)legitima. Es decir: no se trata tanto del contenido supuestamente transgresor – homosexualidad, mundillo editorial y literario – de la novela, sino de la forma en que Fuguet lo desarrolla y se presenta a sí mismo mediante un discurso de legitimación que se trenza con determinadas normas y valores (la globalización, el ataque al Boom) que se postulan como fundamento de sus prácticas narrativas y de su posición como autor. Toda legitimación presupone un ataque probable, una enunciación que responde en consecuencia de un bien en disputa (Van Dijk), y en el caso de Fuguet esto se hace evidente: disputa con el campo cultural latinoamericano – que no hispánico – el capital simbólico de su obra para imponer una imagen de escritor moderno y cosmopolita, a la moda “global.”

Obras citadas

- Arfuch, Leonor. *La entrevista, una invención dialógica*. Barcelona: Paidós, 1995.
- . *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- Barrera Enderla, Víctor. “Entradas y salidas del fenómeno literario actual o la ‘alfaguarización’ de la literatura hispanoamericana.” *Sincronía* 1 (2002). Web. 15 febrero 2017.
- Becerra, Eduardo. “El interminable final de lo latinoamericano: políticas editoriales españolas y narrativa de entresiglos.” *Pasavento* 2 (2014): 285-96.
- Bértolo, Constantino. *La cena de los notables*. Cáceres: Editorial Periférica, 2008.
- Bourdieu, Pierre. *Campo de poder, campo intelectual*. Buenos Aires: Editorial Quadrata, 2003.
- Cárcamo-Huechante, Luis. *Tramas del mercado: imaginación económica, cultura pública y literatura en el Chile de fines del siglo veinte*. Santiago: Cuarto Propio, 2007.
- . “El camp(o) de lo gay y de lo travesti: Jaime Bayly y Pedro Lemebel en el mercado.” *El valor de la cultura. Arte, literatura y mercado en América Latina*. Ed. Luis Cárcamo-Huechante, Álvaro Fernández Bravo y Alejandra Laera. Rosario: Beatriz Viterbo, 2007. 87-112.
- Diego, José Luis de. *La otra cara de Jano*. Buenos Aires: Ampersand, 2015.
- Discepolo, Thierry. *La traición de los editores*. Madrid: Trama Editorial, 2013.
- Fuguet, Alberto. *Sudor*. Santiago; Barcelona: Penguin Random House, 2016.
- Pizarro, Jerónimo. *La mediación editorial. Sobre la vida póstuma de lo escrito*. Madrid: Iberoamericana/Vervuert, 2012.
- Pohl, Burkhard. “¿Un nuevo boom? Editoriales españolas y literatura latinoamericana en los años 90.” *Entre el ocio y el negocio: industria editorial y literatura en la España de los 90*. Ed. José Manuel López de Abiada, Hans-Jörg Neuschäfer y Augusta López Vernasocchi. Madrid: Verbum, 2001. 261-92.

- Pohl, Burkhard. "La vocación de editar en español. Entrevista con Juan Cruz (18-II-1999)." *Entre el ocio y el negocio: industria editorial y literatura en la España de los 90*. Ed. José Manuel López de Abiada, Hans-Jörg Neuschäfer y Augusta López Vernasocchi. Madrid: Verbum, 2001. 319-26.
- Schiffirin, André. *El dinero y las palabras. La edición sin editores*. Barcelona: Ediciones Península, 2011.
- Subercaseaux, Bernardo. *Historia del libro en Chile. Desde la Colonia hasta el Bicentenario*. Santiago: LOM Ediciones, 2010.
- Symmes Coll, Constanza. "Editar (en) el Chile post-dictadura: trayectorias de la edición independiente." *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*. 18 septiembre 2015. Web. 28 febrero 2017.
- Van Dijk, Teun A. *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Madrid: Gedisa, 1998.
- Yúdice, George. "La reconfiguración de políticas culturales y mercado culturales en los noventa y siglo XXI en América Latina." *Revista Iberoamericana* 197 (2001): 639-60.

V

**Entrevista (Palou, Paz Soldán, Rivera Garza
y Yehya)**