

En materia de la definición de consumo de bienes simbólicos Martín Barbero reemplaza el *canibalismo económico* de la aproximación marxista, el *vampirismo de los gigantes de la industria cultural de masas* de Frankfurt y el *canibalismo del signo-mercancía* de Baudrillard, por la concepción del *consumo antropofágico y calibánico*: una práctica de *comunidad solidaria*<sup>42</sup>.

De manera similar, John Fiske examina cómo grupos oprimidos viven y sortean la opresión apropiando y resignificando los artefactos culturales que consumen. Sostiene que el proceso de significación de los artefactos culturales que se da en el consumo no puede controlarse. Recuerda como a Erasmo le preocupaba que la gente inculca no entendiera los desnudos y representaciones de las pinturas renacentistas sobre eventos bíblicos y los observara de manera irreflexiva. La preocupación de Erasmo reconocía explícitamente que el sentido impreso en un artefacto cultural en el momento de su producción se disemina y “corrompe” en el momento en que circula y es “leído”. Para Fiske la re-significación de los artefactos culturales se produce no como corrupción sino como una apropiación o lectura que rehace creativamente en la cotidianidad el significado del objeto del consumo (*Understanding popular culture* 1989).

Las formas de *antropofagia* y *calibanismo* que encontramos no sólo en la percepción del consumo de Martín Barbero, sino de de Certeau y Fiske y, más tarde, en Néstor García Canclini, están por supuesto trasladadas a una noción de cultura de masas que excede ampliamente los anillos de la *ciudad letrada* y la *esfera pública burguesa*, y en la que el concepto de lo nacional aparece disminuido a favor de otras adscripciones identitarias. Según estas teorías, el consumo de códigos, bienes e imágenes de la industria cultural no resulta en una dominación mecánica; muchas veces los consumidores-lectores de artefactos culturales proceden con lo que Sarat Maharaj ha llamado la *lealtad pérfida del traductor*<sup>43</sup> y, en otras, en franca insubordinación y resistencia de la imposición de sentido y del disciplinamiento de la vida cotidiana. La rebeldía de este consumidor es descrita por estos críticos como una matriz de *resistencia por apropiación* que corresponde –guardadas las proporciones históricas y con las aclaraciones ya hechas– a la apropiación del habla y de los libros de Próspero o a la *deglutição* antropofá-

<sup>42</sup> Kilgour diferencia canibalismo de comunión, siendo ésta última un intercambio libre y necesario, mientras que el primero se propone en términos de dominación e impulso totalizador: comer o ser comido (*From Comunión* 17).

<sup>43</sup> “El traductor está obligado a construir el sentido [...]. Las lealtades del traductor están entonces divididas y contrapuestas. Él o ella tiene que ser fiel a la sintaxis, sentimiento y estructura del lenguaje de origen, y fiel a las del lenguaje de la traducción... Nos enfrentamos a una escritura doble, lo que puede ser descrito como una ‘lealtad pérfida’ [...] en el efecto Babel de Derrida” (“Perfidious Fidelity” 31). Debo esta referencia a Stuart Hall.

gica. Este *consumo “que habla”, que resiste y que digiere* hace que la producción de bienes y mensajes desde la industria cultural –aún bajo la lógica cultural del capitalismo– no sea la “la única línea inteligible” de la “larga partitura” que es la cultura, para usar las palabras con las que Próspero define su lugar en *Une tempête* de Aimé Césaire: “Soy –dice Próspero– el director de orquesta de una larga partitura: / esta isla, / suscitando las voces, yo solo / y a voluntad, encadenándolas, / organizando fuera de la confusión / la única línea inteligible. [...] Sin mí –se pregunta– ¿Quién podría sacar música / de todo esto? (179). La tesis de Martín Barbero es que, de “todo esto” la gente saca música y a menudo disonancias, en el ejercicio cotidiano de su vida y relaciones sociales, y por cierto, en el consumo “pérfido” y creativo –“antropofágico” y “calibánico”– de bienes, mensajes culturales y hasta de mercancías.



### 3. DE LA ANTROPOFAGIA A LA HIBRIDEZ: LA CIUDADANÍA POR EL CONSUMO

El término *apropiación* –como aparece en los discursos de *Antropofagia* (comer, deglutir, digerir), del *calibanismo* (tomar los libros, hablar la lengua de Próspero, resistir) y de *transculturación* (combinar, recuperar, integrar)– aparece también en los discursos sobre el *consumo*. En estas cuatro instancias, *apropiación* describe el proceso mismo de *formación de la cultura* para: 1) conjurar la *ansiedad periférica* de la Cultura nacional (*Antropofagia*); 2) emancipar culturalmente áreas afectadas por el (neo)colonialismo (Retamar); 3) responder mediante una especie de dialogismo letrado a la dependencia en el plano internacional y a la heterogeneidad vernácula del espacio nacional (Ángel Rama); o 4) señalar los heterogéneos procesos de circulación y reconversión de la cultura en la *posmodernidad*.

La diferencia fundamental en el uso de la noción posmoderna de *apropiación* es que sale del universo letrado y elitista hacia nociones más amplias y participativas de cultura y *esfera pública*. En otras palabras, abandona las definiciones verticales de la cultura y las identidades propuestas por los nacionalismos latinoamericanos, insuficientes frente a: la crisis de los macrorrelatos de la Modernidad, el desvanecimiento de las prácticas políticas de la *esfera pública burguesa*, las prácticas de comunicación y consumo masivo de bienes simbólicos, el fenómeno cultural y económico de la globalización, y el paso conceptual a las identidades no fijadas e históricamente formadas e imaginadas<sup>44</sup>. La incapacidad de las metá-

<sup>44</sup> Las identidades como nos recuerda Stuart Hall en “Cultural Identity and Diaspora” son producto de innumerables adscripciones y suturas; la identidad cultural no es una realidad trascendente y ahistórica, sino resultado (cambiante) de un continuo proceso de producción y transformación de significados fundados en la representación del sujeto en la cultura: “Identidades son los norm-



foras nacionalistas y latinoamericanistas de concebir las identidades heterogéneas ya se ve en la vuelta apocalíptica del discurso arielista y la ideología del mestizaje, en las retractaciones del modernismo brasileño, o en la incomodidad conceptual del modelo letrado integrativo y modernizador de la *transculturación narrativa*.

Lo que tienen en común las metáforas modernas de *apropiación cultural* y el uso posmoderno de esta noción en los discursos sobre el *consumo* es su formulación de la heterogeneidad latinoamericana en términos cronológicos. Todos estos discursos notan que los procesos de modernización en Latinoamérica son desiguales y asimétricos, incluso al interior del espacio nacional en donde se sedimentan y superponen varios tiempos culturales. Como vimos, la vanguardia brasileña reconoce la existencia de multitemporalidades en la modernidad nacional, el *calibanismo* trabaja sobre el presupuesto *dependentista* del “desarrollo del subdesarrollo” por efecto del colonialismo y la *transculturación* entretiene la idea de la modernización literaria de tradiciones y culturas ágrafas. Se trata, en cada caso, de variaciones de un viejo tema: la preocupación por la presencia simultánea y sobre-impuesta de la “civilización” (en su forma moderna) y la “barbarie” (arcaica) que había inquietado a varias generaciones de intelectuales latinoamericanos desde Bolívar o Sarmiento hasta Mariátegui, y que es motivo de reflexión de la crítica cultural contemporánea.

Siguiendo a Jesús Martín Barbero (si bien no siempre explícitamente), Néstor García-Canclini observa también la asincronía o multitemporalidad de la modernidad latinoamericana y el quiebre conceptual de las narrativas y metáforas modernas de identidad en la era global y la coyuntura posmoderna<sup>45</sup>. En *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad* (1989) y *Consumidores y ciudadanos* (1995) García-Canclini intenta, además, describir modelos o estrategias para pensar los conflictos culturales y ofrecer una respuesta a la pregunta recurrente de dónde residen hoy las identidades y con qué medios se las produce y renueva.

*Culturas híbridas* propone una metodología de estudios culturales latinoamericanos, un tropo de identidad no “esencialista” y una política cultural<sup>46</sup>. Desde

bres que les damos a las maneras como somos posicionados por o nos posicionamos en las narrativas [...] Las identidades culturales son los puntos inestables de identificación o de sutura, hechos dentro de los discursos de la historia y la cultura” (“Cultural Identity and Diaspora” 222-232).

<sup>45</sup> García-Canclini aclara que entiende la posmodernidad “no como una etapa o tendencia que reemplazaría el mundo moderno, sino como una manera de problematizar los vínculos equívocos que éste armó con las tradiciones que quiso excluir o superar para constituirse” (*Culturas híbridas* 23).

<sup>46</sup> “Tenemos, entonces, tres cuestiones en debate. Cómo estudiar las culturas híbridas que constituyen la modernidad y le dan su perfil específico en América Latina. Luego, reunir los saberes parciales de las disciplinas que se ocupan de la cultura para ver si es posible elaborar una inter-

el punto de vista metodológico, García-Canclini señala cómo diversas disciplinas han dado cuenta de la formación de la identidad cultural: por ejemplo, la historia del arte y los estudios literarios han trabajado con el universo letrado y de la alta cultura, el folklore y la antropología con el estudio de lo popular y lo “pre-moderno”, y las ciencias de la comunicación con el campo de la cultura de masas. La metodología alternativa de estudios culturales propuesta está basada en un “nomadismo” o “ciencia social nómada” que facilitaría ir de la antropología, a la sociología o a la semiótica bajo la orientación de las ciencias de la comunicación, y circular entre lo culto, lo popular y lo masivo cruzando las divisiones que tradicionalmente dividen esos campos. Este “cóctel interdisciplinario” permitiría la aproximación a un *objeto cultural impuro, no esencial*.

Este objeto cultural es descrito con un tropo que García Canclini denomina *hibridez*, una metáfora botánica con una notable acogida en la crítica cultural y poscolonial contemporánea<sup>47</sup>. García-Canclini la usa para describir la experiencia contradictoria y desigual de la modernidad que poseen las sociedades latinoamericanas así como la continua recomposición de sus identidades.

Una de las cuestiones centrales en el estudio de García-Canclini es la irregularidad de la modernización latinoamericana. Siguiendo a Roberto Schwarz (y a través de él conectando implícitamente su reflexión con la “cuestión palpitante” de *Antropofagia*), alega que los países latinoamericanos son el resultado de la “sedimentación, yuxtaposición y entrecruzamiento de tradiciones indígenas, del hispanismo colonial católico y de las acciones políticas, educativas y comunicacionales modernas”, en una especie de “mestizaje interclasista” que ha generado “formaciones híbridas en todos los estratos sociales” (71). Esas *formaciones híbridas* se harían cargo de la “heterogeneidad multitemporal” en medio de la *incertidumbre* y desborde de las fronteras e identidades nacionales, étnicas y de clases (72).

pretación más plausible de las contradicciones y los fracasos de nuestra modernización. En tercer lugar, qué hacer —cuando la modernidad se ha vuelto un proyecto polémico o desconfiable— con esta mezcla de memoria heterogénea e innovaciones truncas” (*Culturas híbridas* 15).

<sup>47</sup> Se trata de una metáfora de la botánica y las teorías raciales decimonónicas que, en las primeras décadas del siglo xx, pasa a la crítica literaria y cultural gracias a su uso por M. Bajtin en sus trabajos sobre la imaginación dialógica para referirse a la mezcla de diversos registros lingüísticos “en el seno de un solo acto de enunciación” (*Dialogic Imagination* 429). Más tarde el concepto es retomado por la crítica poscolonial para la cual la “hibridez” se convierte en una herramienta conceptual para hablar de la cultura colonial. Homi Bhabha se refiere a las “hibridizaciones culturales” como formas de extrañamiento y re-acentuación cultural en condiciones coloniales (*The Location*). Para una exposición de las “teorías de hibridez” en América Latina pueden consultarse *Theories and Narratives of Hybridity in Latin American Writing* de Joshua Lund, e “IncurSIONES en torno a hibridación: una propuesta para discusión. De la mediación lingüística de Bajtin a la mediación simbólica de Canclini” de Rita de Grandis.



Finalmente, propone una política cultural para el encuentro de las culturas híbridas con la globalización. Aquí las palabras claves son “importar, traducir [y] construir lo propio” (73-80). Esta traducción opera entre lo “popular” y lo “culto”, lo “tradicional” y lo “moderno”, lo local y global, en forma de *reconversiones múltiples de los artefactos culturales*, que desestabilizan la “solidez” de esas categorías y opuestos binarios. En lugar de la *deglutição* de Andrade o del *ars combinatorio* de Rama, el mecanismo por medio del cual esta apropiación e hibridación ocurriría sería el *consumo*, entendido como la reconversión del capital simbólico; podría decirse que se trata de una reconversión digestiva en el sentido antropofágico. Las diversas maneras de consumir en la sociedad habrían, además, alterado las formas en que se vive la experiencia de la modernidad y las maneras como se es ciudadano.

Es precisamente de ese último asunto que trata *Consumidores y ciudadanos* (1995), libro en el que García-Canclini le da forma a la propuesta de un modelo de encuentros culturales y de formación de identidades en América Latina. Allí sostiene que es mediante el *consumo* –definido como “conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (42, 43)<sup>48</sup>– que se accede a la ciudadanía y que las culturas híbridas se producen y renuevan. El consumo sería la “razón comunicativa” de la nueva esfera pública. García-Canclini comienza su argumento anotando que aunque “siempre el ejercicio de la ciudadanía estuvo asociado a la capacidad de apropiarse de los bienes y a los modos de usarlos”, existía el consenso de que la ciudadanía estaba en derechos abstractos como el voto, o sentirse representado por un partido o un sindicato (13). Esta forma jurídica y abstracta de ciudadanía correspondió a la política que inaugura el liberalismo europeo en el siglo XVIII y supuso siempre un espacio político restringido –la “esfera pública burguesa”<sup>49</sup>– y un tipo de ciu-

<sup>48</sup> En su ensayo “El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica” (1993) –retomando muchos de los planteamientos de Martín Barbero a quien apenas menciona– García-Canclini presenta sistemática y sucintamente diversos modelos de concepción del consumo como *lugar, sistema y proceso*; a saber: 1) “el consumo es el lugar de reproducción de la fuerza del trabajo y la expansión del capital”; 2) “el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social”; 3) “lugar de diferenciación social y distinción simbólica”; 4) “sistema de integración y comunicación”; 5) “escenario de objetivación de los deseos”; y 6) “proceso ritual”. En el mismo ensayo el crítico propone una definición de “consumo cultural” como “el conjunto de procesos de apropiación y uso de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (15-42).

<sup>49</sup> La *esfera pública* que se forma en el siglo XVIII –comunidad de comerciantes, escritores, educadores científicos, políticos, pastores, unida por los ideales de la Ilustración y por prácticas letradas– es muy pronto desafiada por otras formas de sociabilidad y representación (Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere* 1962).

dadanía cuya forma de participación estaba fundada en la crítica racional y la participación limitada. La llave de entrada a dicha comunidad (esfera pública) fue rodeada de condiciones como la propiedad o la competencia para moverse en el circuito privilegiado de la lecto-escritura: “Hasta mediados del siglo XX, los vastos sectores excluidos [...] –mujeres, obreros, campesinos– eran pensados en el mejor de los casos como virtuales ciudadanos que podían irse incorporando a las deliberaciones sobre interés común en la medida en que se educaran en la cultura letrada” (*Consumidores* 22). En esa *esfera pública burguesa* se definieron las identidades nacionales y de Latinoamérica en los siglos XIX y XX y las formas de participación en, y acceso a, la política hegemónica.

En el elitismo espiritual y la vocación pedagógica del arielismo en sus versiones elitistas, liberales y populistas (Cap. IV), en la idea de formación de una cultura nacional por apropiación de bienes simbólicos de la alta cultura y de la cultura popular (desde la literatura o las bellas artes) en la vanguardia brasileña (Cap. V), así como en los discursos calibánicos contracoloniales y de la Revolución cubana (Cap. VI), vimos cómo se privilegió, de una manera u otra, una forma de producción cultural letrada; lo que García-Canclini llama sin exagerar una “política cultural gutembergiana: libros, revistas, panfletos” (*Consumidores* 22). Esa política cultural funcionó verticalmente desde lo que Ángel Rama llamó la *ciudad letrada* al tiempo que la *ciudad real*, problemática y anárquica, encontraba sus propios ritos y formas de participación en la modernidad, permeando a veces los anillos de la *ciudad letrada*<sup>50</sup>.

La ampliación de la base letrada, la llegada de los medios masivos como la radio y el cine y, luego, la televisión, abren nuevos espacios de participación ciudadana y de experiencia de la modernidad. En esa amplia esfera se refundan y también se quiebran los nacionalismos. Con la irrupción de los medios masivos, la “esfera pública plebeya”<sup>51</sup> reclama centralidad, disputándosela a la esfera pública de la democracia liberal burguesa (*Consumidores* 22). A este cambio sustancial del espacio “legítimo” de la cultura y de la representación de identidades corresponden las teorías culturales sobre el consumo ya vistas. Canclini se apoya en los estudios pioneros sobre comunicación y medios masivos de Jesús Martín

<sup>50</sup> Como, por ejemplo, en el caso del teatro o la novela “popular”. Desde finales del siglo XIX y durante principios del siglo XX, se empieza a formar un público consumidor de cultura –con minúsculas– que incluye el teatro y la música popular (tango, guaracha, cumbia, habanera, bolero), abriendo un “apetitoso” mercado y un público consumidor.

<sup>51</sup> “Unos pocos intelectuales y políticos (por ejemplo, Mijail Bajtin, Antonio Gramsci, Raymond Williams y Richard Hoggat) fueron admitiendo la existencia paralela de culturas populares que constituían ‘una esfera pública plebeya’, informal, organizada por medio de comunicaciones orales y visuales más que escritas” (*Consumidores* 22).



Barbero, que reparan en la capacidad creativa del consumo y la importancia de los *mass-media* como espacio para las mediaciones sociales.

Uno de los presupuestos del modelo teórico de identidad que Canclini propone es la disolución de la construcción moderna esencialista de lo nacional y latinoamericano. Las definiciones (arielistas) del carácter nacional ofrecían un parámetro para lo propio y lo ajeno que deja de ser posible en virtud del quiebre de las identidades fijas y de la indeterminación de las fronteras nacionales por la globalización. Ante la presencia creciente de un nuevo espacio público, García-Canclini sugiere que la desestabilización identitaria de la vida posmoderna tendría que ver con la pérdida de la relación de fidelidad de los objetos y bienes simbólicos con determinados territorios o con la noción de lo nacional. ¿Qué relación tienen los objetos y su indeterminación de origen con la desestabilización de las identidades de las personas? La respuesta de García-Canclini es que los objetos nos servirían para llenar de significados la vida social: al consumir nos identificamos de una manera u otra con el objeto consumido y, si bien lo reconvertimos de diversas maneras como signo dentro de nuestro universo cultural, ese objeto entra a ser un significante en la semiótica del ser. Es decir que, como en una especie de canibalismo ritual, incorporamos no solamente los objetos que consumimos sino su "espíritu", el cual, en la globalización es inestable y fraccionado. Canclini lo pone en otros términos; pareciera que en su discurso operara una transposición tropológica de los procesos transnacionales de ensamblaje de mercancías y bienes como automóviles. En efecto, García-Canclini habla de un proceso de "ensamblaje" de la identidad: "Los objetos pierden la relación de fidelidad con los territorios originarios. La cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de rasgos que cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar" (16).

En el mismo orden de ideas, García-Canclini, plantea una hipótesis tan interesante como polémica, y que ha sido a menudo usada para caricaturizar sus argumentos: "el consumo sirve para pensar" (41) (éste es, de hecho, el título de su primer capítulo). ¿Qué quiere decir con esto?

*Consumir es hacer más inteligible un mundo* donde lo sólido se evapora. Por eso además de ser útiles para expandir el mercado y reproducir la fuerza de trabajo, para distinguirnos de los demás y comunicarnos con ellos, como afirman Douglas e Isherwood, "las mercancías sirven para pensar" (*Consumidores* 48).

Esta explicación —si se la mira en detalle— contradice la propuesta del título: ¿Es el consumo o son las mercancías lo que "sirve para pensar" y comunicarnos? La teoría sociocultural del consumo como vimos, señalaba que era el consumo, en tanto proceso creativo de formación de sentido y productor de identidades y

mensajes, el que daba lugar a una razón comunicativa. Pero si son las mercancías, entonces hemos agregado leña al fuego del fetichismo que las anima.

Esa confusión es, en mi opinión, el mayor problema conceptual de la proposición de García-Canclini: la confusión frecuente entre los objetos (signos-mercancía) y el consumo. No son los objetos los que en su "virtuosismo semiótico" nos "permiten encontrarnos con las personas" (54), son las personas en sus prácticas cotidianas (que incluyen el consumo) las que se encuentran entre sí y crean relaciones, vínculos, afectos, identidades y conflictos. Consumir puede ser una variación de la definición hegeliana del pensar como proceso de incorporación:

*Pensar es comer. Incorporar y digerir.* En la *Enzyklopädie* de Hegel, encontramos una serie de notas sobre el "sistema oral" y la doble función de la boca. El asunto es el paso del interior para el exterior y del exterior para el interior, la incorporación de la sustancia exterior y la expresión de la sustancia interior (Daniel Birnbaum "Metabolism, Géography: Twenty-six Notes on Digestion and World History" 68).

Cuando se dice que el consumo sirve para pensar, se asume que el pensar ocurre en un "sistema oral" hegeliano redefinido: el consumo reemplaza la razón ilustrada por una racionalidad simbólica<sup>52</sup>. Pero si las mercancías sirven para pensar, entonces, nada se opone a que en verdad ellas nos piensen, como se temía la escuela de Frankfurt. La razón comunicativa de las relaciones sociales, como insiste Martín Barbero, no es ni debe ser equivalente a la razón comercial del circuito de la mercancía.

Este *lapsus* o *parapraxia* (mercancía en lugar de consumo) puede verse como *acto fallido* del discurso que expresa deseos reprimidos relacionados con el nefasto consumismo, el fetichismo de las mercancías y la mercantilización de la vida. Pero interpretemos la confusión con beneficio de inventario, para señalar que García Canclini se refiere al consumo en sus dimensiones económicas y simbólicas (y no a los objetos-mercancía) como la práctica social por excelencia en la que se disputan conflictos y se produce la diferencia y la distinción social (*Consumidores* 44, 45). El consumo no sólo divide, sino que como indicaba Martín Barbero produce vínculos; aglutina, reconfigura sociabilidades: "el consumo se construye en parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad" (*Consumidores* 45). De la antropología, García-Canclini toma la idea de rito

<sup>52</sup> García-Canclini arguye que aunque se tiende a imaginar el consumo como "lugar de lo suntuario y superfluo" y hasta de lo irracional, el consumo es un acto por el cual "definimos lo que consideramos políticamente valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos en la sociedad, en que combinamos lo pragmático con lo disfrutable" (*Consumidores* 19).



para describir esta “comunidad” en el consumo con la que se significa el cuerpo individual y el cuerpo social (47).

el consumo es visto no como la mera posesión individual de objetos aislados sino como la *apropiación colectiva*, en *relaciones de solidaridad* y distinción con otros, de bienes que dan satisfacciones biológicas y simbólicas, que *sirven para enviar y recibir mensajes* (*Consumidores...* 53)

Obviemos la renovación de la confusión, pues como ya dijimos la comunicación la establece el *consumo* y no las *mercancías*; concentrémonos en la definición del consumo como *rito vinculante*<sup>53</sup>. En esta idea del rito resuenan semánticamente –en una singular ironía– las metáforas del rito caníbal de la etnografía en el que se forma el ser social, la metáfora cristiana de la identidad de la Iglesia por la comunión (antropo-teofagia) y la vanguardista de la formación festiva y antropofágica de la cultura nacional. Estamos, o seguimos, en el terreno de los tropos de identidad modelados analógicamente sobre las transacciones digestivas: cuando consumimos e incorporamos en nuestra vida mercancías, imágenes y mensajes, como cuando comemos, definimos quienes somos. No son –discúlpe-se la insistencia– los alimentos, ni las mercancías en sí, sino el comer o el consumir, lo que sirve para pensar(nos).

El *consumo* define la formación identitaria como antes lo hiciera en el discurso cultural latinoamericano el *mestizaje* de Vasconcelos, la *deglutição* de Andrade, el *proceso transculturador* de Ortiz o el *ars combinatorio* de Rama<sup>54</sup>. La metáfora de la incorporación o reconversión de bienes simbólicos (consumo) es una visita posmoderna a las metáforas modernas de la *transculturación* de Rama y a la *antropofagia cultural* brasileña, con la diferencia que en la hibridez hay un notable *desvanecimiento de lo nacional* y se insiste en la capacidad que tiene la llamada “cultura popular”<sup>55</sup> (no sólo la alta cultura) de apropiarse antropofágicamente el capital cultural. El consumo –por supuesto– es una práctica que excede la *ciudad letrada* y funciona en un espacio cultural más amplio, que no tiene

<sup>53</sup> Otro desarrollo de la idea del consumo como rito puede encontrarse en el excelente análisis de Eric Schmidt, *Consumer Rites: the Buying and Selling of American Holidays*. Schmidt explora las interrelaciones entre el comercio, el cristianismo y el consumo, y el proceso histórico que hizo de la piedad religiosa otro tropo del mercado.

<sup>54</sup> La metáfora de la *hibridez* es de alguna manera una visita posmoderna a la *transculturación* de Rama, que como lo señaló Cornejo-Polar puede ser a su vez una “cobertura más sofisticada de la categoría de *mestizaje*” (1997: 341).

<sup>55</sup> La exposición de García-Canclini tiende a un adelgazamiento del concepto de *lo popular*, en cuanto ello ha sido definido históricamente por el folclor, las industrias culturales y el populismo político.

un compromiso simbólico o *lealtad a prueba* con la adscripción nacional o latinoamericana y que reemplaza las formas liberales clásicas de la política y las maneras de ejercicio de la ciudadanía.

Maggie Kilgour decía que canibalismo es una antimetáfora, el agotamiento de la palabra por el mordisco, la disolución de las metáforas de identidad (*From Communion* 18). En la “posmodernidad” y en el nuevo espacio público del mercado, es el *consumo* la antimetáfora que devora las metáforas políticas modernas:

El mercado desacreditó esta actividad [la política tradicional] de una manera curiosa: no sólo luchando contra ella, exhibiéndose más eficaz para organizar las sociedades, sino también *devorándola*, sometiendo la política a las reglas del comercio y la publicidad, del espectáculo y la corrupción (*Consumidores* 18).

El sentido jurídico-político de la ciudadanía estaba encuadrado por el Estado y una definición más o menos esencial sobre la cultura nacional. Hoy, “el mercado establece un régimen convergente para esas formas de participación a través del orden del consumo” (21). En resumen, el nuevo espacio de lo público implica una nueva ciudadanía, la cual está definida por el consumo; un consumo que en lugar de homogeneizar las diferencias (como pretendían los discursos sincretistas nacionales) las atiende con objetos y bienes simbólicos. A diferencia del espacio público de la política tradicional, el mercado se relacionaría bien con la(s) diferencia(s).

Para García-Canclini es posible encontrar los fundamentos de una identidad (pos)nacional en la hibridez o permeabilización producida por la adquisición descentrada de capital cultural y de “ciertos saberes e imágenes internacionales” (*Culturas híbridas* 289). Esta visión del consumo, a diferencia de las de Certeau, Martín Barbero y Fiske, no releva como central la posibilidad de resistencia respecto al disciplinamiento del capital en las tácticas creativas; se trata más bien, de la idea de que el mercado bajo la lógica del capital es un espacio en el que se construyen identidades mediante el consumo de mercancías. En García Canclini el consumo es más *Antropofagia* que *apropiación calibanesca*.

Frente a este modelo surgen muchas preguntas y objeciones; la primera tiene que ver con el acceso a los bienes simbólicos en un espacio que, como el mercado, tiene una lógica guiada por la maximización de la utilidad y no por “relaciones de solidaridad”. Martín-Barbero, señala en el “Prefacio” de la nueva edición de *De los medios a las mediaciones* (1998):

La *comunicación* y la *cultura* constituyen hoy un campo primordial de batalla política: el estratégico escenario que le exige a la política recuperar su dimensión simbólica –su capacidad de representar el vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de pertenencia a una comunidad– para enfrentar la erosión del orden colectivo. Que es



lo que no puede hacer el mercado por más eficaz que sea su simulacro. El mercado no puede sedimentar tradiciones ya que todo lo que produce "se evapora en el aire" dada su tendencia estructural a una obsolescencia acelerada y generalizada [...] El mercado no puede crear vínculos societales, esto es, entre sujetos, pues estos se constituyen en procesos de comunicación de sentido y el mercado opera anónimamente mediante lógicas de valor que implican intercambios puramente formales, asociaciones y promesas evanescentes [...] El mercado no puede engendrar innovación social pues ésta supone diferencias y solidaridades no funcionales, resistencias y disidencias, mientras el mercado trabaja únicamente con rentabilidades (xv-xvi).

El modelo de ciudadanía por el consumo de García Canclini implica la articulación, y no la resistencia, a la lógica del mercado capitalista; funciona con la idea de Baudrillard de identidades-mercancía, "evanescentes", sin referentes materiales. La distancia entre comer (y no comer), consumir y leer signos es política y muy real en Latinoamérica. Gerald Martin criticaba *Culturas híbridas* precisamente por su residencia en el universo de signos-mercancía con los que se habla de la formación de identidades como si se tratara de transacciones comerciales: "It almost seems that for him [García-Canclini], pragmatically, words are just a form of currency to be traded in the cultural market: if you can produce and sell your elected identity and others buy it, then it is real" (154).

En América Latina una importante tradición intelectual que a veces se identifica con los lineamientos de la escuela de Frankfurt hace una crítica de la mercantilización de la cultura, el abaratamiento de la experiencia humana y el control y dominación ideológico que la expansión de la producción masiva y el consumismo causarían. Dentro de esta tradición se ha descrito al sistema neoliberal como "asimétrico y empobrecido" fundado no en el consumo sino en el consumismo, y conducente al "descalabro cultural". En *Escenas de la vida posmoderna* (1994) Beatriz Sarlo se muestra pesimista frente a una identidad que se representa en la secuencia de actos de consumo. El hambre de consumir no puede ser satisfecha: los "objetos se nos escapan: a veces porque no podemos conseguirlos, otras veces porque ya los hemos conseguido, pero se nos escapan siempre [...] Los objetos nos significan" (29).

El neoliberalismo ha capitalizado la crisis de los meta-relatos de forma tal que él mismo ha sobrevivido a esa crisis, instalándose en el lugar de las utopías. De allí que Haroldo de Campos se pregunte si "más que hablarse de 'posmoderno' no debería hablarse de 'post-utópico'" (Ainsa 35). Puede aventurarse la hipótesis de que si esa cancelación ocurre (o parece ocurrir) es porque el capitalismo se ha producido ideológicamente como macrorelato en el que se instalan identidades, diferencias y contradicciones gracias a esta metáfora que algunos discursos teóricos convirtieron en el "abretesésamo" de las identidades posmodernas:

el consumo. El pesimismo en medio del capitalismo triunfante mueve la imaginación (de nuevo) hacia utopías como la de la escritura, refugio en medio del consumismo caníbal:

La escritura como cerco, soledad y margen, como ajenidad en medio de sociedades que construyen su orden a través del consumismo, generando un asimétrico y empobrecido sistema de satisfacción instantánea [...] pienso que la manía inculcada de consumir, consumir, consumir, es una forma de avidez que conduce a un injusto y programático descalabro cultural y ético portando la destrucción de los objetos e incluso de los cuerpos (Diamela Eltit, "Quisiera" 207).

Si el consumo es la llave maestra de la integración social y formación de nuevas formas de participación ciudadana<sup>56</sup>, tenemos que reconocer que, bajo la lógica del capital, ésta es una llave que no está, ni funciona, en todas las manos y que la categoría de clase, abandonada por algunos críticos posmodernos, opera distribuyendo el acceso a esta nueva ciudadanía. En otras palabras, la metáfora de identidad por el consumo implica que la identidad cultural depende en última instancia de la posibilidad de adquirir o apropiarse de capital simbólico para producir un constructo relacional, la marca simbólica del yo y de los otros. Mientras las "ciencias sociales descubren que la ciudadanía también se ejerce en el mercado" se hace evidente que "quien no puede realizar allí sus transacciones queda, por así decirlo, fuera del mundo" (Sarlo, *Escenas* 27). En las condiciones de infra-consumo de las grandes mayorías pobres de Latinoamérica y en un mercado regido por la lógica económica neoliberal, el modelo de la ciudadanía por el consumo renueva e intensifica las exclusiones sociales. Ello no se le escapa a García-Canclini: "el modo en que el mercado organiza la producción y el consumo para obtener mayores ganancias y concentrarlas convierte esas diferencias en desigualdades" (*Consumidores* 18). De allí, su pregunta de si "el estilo neoliberal de globalizarnos es el único, o el más satisfactorio, para efectuar la reestructuración transnacional de las sociedades" (18). Ésta—por supuesto—es una pregunta tautológica y retórica: supone un dilema sobre el que implícitamente se ha aceptado que no hay opción: "la reestructuración transnacional de las sociedades"; dicha *reestructuración transnacional*, hace parte de las consecuencias de la globalización; la cual, no es ajena a las diversas formas de expansión e intensificación del capitalismo desde el siglo XVI hasta el presente.

<sup>56</sup> "[U]na ciudadanía cultural, y también una ciudadanía racial, otra de género, otra ecológica, y [...] la ciudadanía en una multiplicidad infinita de reivindicaciones" (García Canclini, *Consumidores* 21).



## 4. EL CONSUMO ME CONSUME O LA (DIET)ÉTICA DEL CONSUMO

El consumismo anuncia para muchos un desastre ecológico ante el desperdicio de recursos y energía y la producción de desechos y basura<sup>57</sup>. Para otros, la basura preocupante que produce el consumismo es cultural. No han sido extrañas las propuestas de “racionalizar” el consumo para evitar el consumismo, que –repiteamos– es la forma en que aquél se imagina sin límites económicos, éticos; ecológicos o políticos. Son relativamente comunes los programas oficiales y de iniciativa privada para educar a los consumidores/ciudadanos para que pongan límites al consumo y al endeudamiento que a menudo lo acompaña. La idea es “aprender a consumir” para “no enfermar de consumismo, o curarse rápidamente” como rezan los títulos de algunos de estos manuales<sup>58</sup>.

El chileno Tomás Moulián elabora una crítica sobre el consumo que oscila entre el “cúrese Ud”. de los manuales y la especulación teórica del “consumo sirve para pensar” de García-Canclini. En él, el consumo vuelve a rondar su campo semántico del canibalismo y la tuberculosis, y a encontrarse con la *dietética de los placeres*. En *El consumo me consume* (1998), definido por el autor como el “autorretrato de un consumidor obsesivo” (11,12), Moulián busca un punto intermedio entre el goce erótico de esa consumición y la disciplina racionalizadora del gasto. El objetivo expreso del texto es encontrar una visión que evite la condena ascética o puritana así como la celebración hedonista o neoliberal. Para ello, aventura una tercera opción que es el consumo controlado por el individuo, que así racionalizaría el deseo. Propone la posibilidad de una ética-dietética del consumo que ofrezca placer sin abaratar la existencia y sin convertirse en consumismo. Moulián intenta apartarse de la “visión que estigmatiza y critica sin piedad la relación entre consumo y placer o deseo” y que se basa en una condena del consumo cuando quiera que no está justificado por la necesidad (14).

Su premisa inicial es que en “las sociedades modernas podemos encontrar tres figuras estético-culturales arquetípicas: la del asceta, la del hedonista y la del estoico” (16). El *asceta* se niega a sí mismo en la búsqueda de la realización de

<sup>57</sup> Betsy Taylor y David Tilford han convincentemente recogido las preocupaciones de muchos sectores con las implicaciones ecológicas del consumo de energía, recursos y productos, así como de la contaminación y otras consecuencias en la vida humana. Sostienen que con el aumento sostenido de la población y del consumo la sociedad está tomando préstamos que ya están empezando a ser pagados y que otros en el futuro tendrán que pagar a un alto precio (“Why Consumption Matters”). Véase también “Ecology and New Work: Excess Consumption and the Job System” de Frithjof Bergmann.

<sup>58</sup> Me refiero a textos como *Didáctica del consumo: aprender a consumir* (1995), coordinado por María Francisca Calleja González y *ABC del consumidor: casi todo lo que hay que saber para no enfermar de consumismo, o curarse rápidamente y hacer que su dinero le rinda más* (1980) de Luis Lorenzano.

objetivos trascendentales no necesariamente religiosos. Tiene un talante heroico, como el personaje de *La peste* de Camus o el Che Guevara. Los ascetas exigen “la máxima coherencia entre el discurso y la acción para sí y para los otros” y están “entregados en cuerpo y alma a una causa devoradora” (17). En la matriz ascética cabrían –según Moulián– las ideologías católico progresistas, nacional populista, socialista-marxista y del humanismo laico.

El *hedonista* por su parte, corre a satisfacer inmediatamente el deseo “sólo responde al llamado de los placeres. [...] se tranquiliza [...] en la voracidad” (17); “abomina del deseo (sic), puesto que está totalmente volcado al goce [...] a la saciedad. Es [...] totalmente poseído de los objetos (bienes o personas) en quienes encuentra satisfacción” (18). La matriz hedonista se funda en el despilfarro<sup>59</sup> y en ella se instalarían la ideología neoliberal con todas sus variantes (25).

Por último, la figura del *estoico* permite ver el consumo no como “el eje o el motivo central de un proyecto existencial”, sino como medio del deseo (18). Moulián reivindica al estoico como figura intermedia para quien “el deseo está en el centro del existir. El arte de vivir consiste en la economía y administración de ese deseo en función de la realización del yo a través del vínculo social” (18).

En su ensayo, Moulián eclécticamente sostendrá que el consumo genera vínculos sociales, pero no ciudadanía plena, sin decidirse entre la posición frankfurtiana del consumo de Adorno y Horkheimer, y las teorías antropofágicas y/o calibánicas del consumo de De Certeau, Martín Barbero, Fiske y García-Canclini. Por ejemplo, entiende la propaganda como imaginación de un mundo de compradores felices y apuestos que incitan el deseo de los consumidores, como en la tesis de los mensajes subliminales de Vance Oakley Packard. Asimismo, dice que las telenovelas “vehiculan” presentaciones de un mundo cuyos conflictos son de amor y no de lucha de clases y que los “televidentes exorcizan la dureza de sus labores y el agobio [...] a través de la identificación con los héroes” (24). Lo que ha descrito como manipulación, escapismo y falsa conciencia es calificado empero, como conectividad social. El consumidor realiza una “actividad que, aun siendo pasiva, es conectiva” (24).

Moulián se refiere a tres tipos de relación con los objetos a) “la relación *instrumental* que es la de utilidad y uso” (19), que se ve afectada por condiciones extrínsecas al objeto cuando ocurre la pérdida relativa del valor de uso por la moda y el avance técnico<sup>60</sup>; b) “la relación *simbólica*”, en la cual los objetos sir-

<sup>59</sup> Despilfarro que puede darse a su vez por: 1. sobre oferta, 2. sobre-consumo (que produce desigualdades e imposibilidad de consumo de otros y perpetúa las condiciones de división del trabajo) (27-28).

<sup>60</sup> El diseño y la tecnología actúan según Moulián de manera inversamente proporcional a la vida de los objetos, produciendo una “necesidad” bulímica de renovación (30, 31).



ven como marca de estatus y prestigio en los tipos del exhibicionista de alto consumo y del arribista que copia el alto consumo (una forma plebeya del exhibicionismo) (19); y c) una tercera relación con los objetos es la relación *estética* “en la cual los objetos son amados por su belleza” (20).

La realización de estas relaciones ocurre mediante el expediente de la *adquisición*. El objeto y, con mayor razón, los servicios, según el autor, no pueden ser poseídos porque la “posesión tiene que ver con el control del alma, del interior [...]”. El deseo que motiva el consumo es otro: se trata de adquisición” (19). Moulián está optando por una definición sexual de posesión —coherente por otra parte con su dietética del consumo— que desconoce que el primer modo de adquisición, el modo precapitalista por excelencia, es la posesión de los objetos (en el caso de los no consumibles, como un caballo o un pedazo de tierra) o el uso (en el caso de los consumibles como la comida), y que el concepto de adquisición, más que con el consumo, tiene que ver con la ritualidad, con el título que justifica la posesión exclusiva y obliga a los otros a *no perturbar* la posesión “legítima”.

El autor presenta la cultura del consumismo bajo dos caracteres básicos: la velocidad del sistema y la promoción del goce instantáneo, facilitados por el *mall* (centro comercial), las grandes tiendas y el sistema de crédito. Por ejemplo ve en el *mall* un espacio de simulacros<sup>61</sup>, en el dinero la constitución de un fetiche<sup>62</sup> y en el crédito una serie de prácticas estimuladoras del consumo y de vigilancia y disciplina para los consumidores<sup>63</sup>. Pero en estas críticas nuevamente entran a funcionar los “arquetipos”: el hedonismo (que promueve el gasto), el ascetismo (que promueve el ahorro) (32) y su tercera opción que es la del “estoicismo” o administración (contención) voluntaria del deseo, que lo prolonga. En lo tocante al crédito afirma que es una práctica imperfecta de participación: “el acceso al consumo puede ser vivenciado como participación”, pero no es una forma de

<sup>61</sup> El *mall* es, según el autor, la catedral del consumo, espacio privado con aspecto de espacio público, incitador del deseo bajo la apariencia de la variedad (y la práctica de la repetición); el *mall* pertenece al orden de los simulacros, escenifica obscenamente una abundancia mentirosa ignorando la miseria de millones; es un lugar de olvido (55-59).

<sup>62</sup> El dinero como medio de adquisición (medio de realización del poder, de la identidad, de la felicidad) se vuelve objeto del deseo, se fetichiza y exhibe sexualmente. La fetichización empobrece la experiencia (Moulián).

<sup>63</sup> Moulián señala los mecanismos de vigilancia y castigo que se hacen efectivos mediante el sistema de crédito: una vigilancia superespecializada que no sólo garantiza los intereses del prestamista sino que clasifica los individuos en el mercado por riesgos y hace sus apuestas excluyendo a los pobres. El sistema masivo de crédito transformó el préstamo de un acto personal de confianza en un cálculo impersonal. El crédito no se relaciona con la credibilidad sino con el ingreso. El sistema además, usa y abusa de su capacidad de castigo (empresas de cobranza, listas negras que niegan el acceso al mercado, etc.).

“ciudadanía” (37). El crédito sería la respuesta al hecho de que el dinero es la llave de entrada al mercado y que grandes sectores no disponen de suficiente circulante como la velocidad del mercado requiere. Moulián acepta la premisa según la cual las oportunidades crediticias propician una democratización por el consumo que, aunque no es real, facilita la integración social y “aminora la rigidez de la distribución del ingreso” (37). Ahora bien; esta hipótesis sobre el crédito entregando la llave del consumo no convence ni al propio Moulián, quien inmediatamente después de describir estas condiciones ideales mira a Chile y no ve al trabajador posindustrial sino la desvalorización del trabajo y la limitación del crédito<sup>64</sup>. La libre circulación de la mercancía-trabajo produce una libertad formal y un sometimiento real. En estas condiciones —dice el autor— no hay movimientos de resistencia, sino que la frustración se canaliza en “la construcción hedonista del mundo” (54).

La presentación del consumo hedonista como alienante que hace Moulián, no es una condena de las relaciones de los modos de producción bajo el neoliberalismo, ni de la lógica del capitalismo, ni de la colonialidad que devora al trabajador —como en el *Caliban* de Marcos Azevedo—, sino una ética dietética del consumo racional: “Lo que debe criticarse es el consumo hedonista, el que se conecta con el síndrome del individualismo” (64). La propuesta del ensayo es al final de cuentas, una forma de *consumo estoico* que supuestamente no produciría la esclavitud del consumidor, ni su despolitización. “Esa modalidad de consumir implica deseo y búsqueda del placer pero con autocontrol, sin perderse” (65), “el autocontrol, no sería más que un *cálculo maximizador del placer*” (72); en otras palabras, una especie de contención del orgasmo para disfrutar del *entretanto* del deseo.

Sabemos que el mismo sistema capitalista frecuentemente promueve el consumo racional mediante la educación y el disciplinamiento del consumidor, y que el desorden hedonista puede ser mucho más radical que el discurso de Moulián, porque señala el punto frágil del sistema. El hedonismo y el consumo desbocado fundado en el crédito son los lugares en los que se anuncia la crisis del sistema de acceso al mercado. Moulián aboga por el equilibrio y la reforma del

<sup>64</sup> La participación en el consumo como consecuencia de una política de crédito reproduce las limitaciones socioeconómicas del mercado y está relacionada con “La desvalorización del trabajo”, pero ya no a causa de los sistemas industriales de cadena o fordistas (Moulián 38-50). Mientras en muchas partes del mundo el “trabajador industrial es cada vez menos un agente mecánico [...] el trabajo recupera una cierta valorización como tipo de acción humana” (51), en Chile el proceso ha sido contrario: el de la desvalorización mediante la inestabilidad laboral o flexibilización del mercado de las fuerzas de trabajo (trabajos temporales, disminución de la protección legal, restricciones a la libertad sindical, y disminución de la organización obrera) (52).



sistema. Una de las frases más elocuentes del libro es aquella que afirma que “es bueno que la cadena crediticia facilite las posibilidades de acceso [...] Si ello produce integración, *lima las contradicciones* del sistema” (67-8).

El consumidor ideal de Moulián es un esclavo de un tipo muy diferente a Calibán: “Confieso ser un consumidor obsesivo y vicioso” no de ropa ni automóviles: “me obsesionan –dice– los libros, la gastronomía y los viajes [...] comer platos sofisticados y beber esos vinos que no se encuentran en los supermercados [...]. Hablo de una esclavitud que conozco” (11). Mientras el *Caliban* de Azevedo busca un espacio de identificación solidaria con el dolor del trabajador nordestino que come basura o con el oscuro excluido que mora en las favelas, y recupera el trabajo como categoría política, Moulián, como muchos otros intelectuales dedicados a la política cultural en Latinoamérica, proyecta el deseo consumista para formular que es devorado por un caníbal que se llama *consumo*. Mientras Azevedo proyecta el tropo caníbal como fantasía anticipatoria del fin de la colonialidad, Moulián dice que el consumo lo consume y que ¡él es un esclavo!... Un esclavo que no quiere liberarse sino disfrutar y prolongar la agonía del deseo en la fantasía masoquista de la fetichización de la mercancía.

##### 5. FANTASÍAS GÓTICAS DEL CONSUMO Y LA DESPOSESIÓN DEL CUERPO EN AMÉRICA LATINA

La teoría cultural nos dice que el consumo de bienes materiales y simbólicos organiza signos de pertenencia e inscripción social del individuo y opera en el orden de la traducción *fágica* de artefactos culturales; el consumo implicaría actos de lealtad páfida –de re-acentuación de lo consumido– y, a veces, tácticas de resistencia de la vida cotidiana. No se puede olvidar, sin embargo, que la lógica del consumo de nuestro tiempo es la del mercado capitalista y que éste –como señala Martín Barbero– no puede crear vínculos comunitarios solidarios entre sujetos, pues, el mercado “opera anónimamente mediante lógicas de valor que implican intercambios puramente formales, asociaciones y promesas evanescentes” (*De los medios* xvi). Merced a estas *lógicas de valor*, el consumo es frecuentemente menos inscripción social que distinción clasista y exclusión; menos resistencia creativa que compulsión consumista; antes que crear vínculos con el *Otro*, convierte al *Otro* en mercancía; y en lugar de servir para pensar(se) constituye un dispositivo de imaginación de la infinitud y eterna renovación vampírica del capital. Los valores del mercado desvirtúan, en fin, la comunión social del consumo. Frente a las teorías de la ciudadanía y la identidad en el mercado y por el consumo, debemos entonces, sin demonizar lo que es básicamente una práctica económica y comunicacional de la vida cotidiana, cuestionar su lógica pre-

sente (su cosificación del mundo y fetichismo) y preguntarnos como los teólogos de la Contrarreforma sobre el sentido figurado o literal de esa comunión, y sobre si al unirnos así en realidad nos unimos y a qué nos unimos, si a una comunidad solidaria o al neoliberalismo.

El consumidor consumido de Moulián resuelve su “esclavitud” mediante una contención racional maximizadora del placer. Su compatriota Pedro Lemebel expresa el desgarramiento por el hambre consumista que devora los cuerpos (*La esquina es mi corazón* 60). A otros, el consumo los consume de una manera que no puede resolver la (diet)ética de Moulián. Un soldado o guerrillero negro con un fusil cruzado a sus espaldas sostiene un fémur humano en sus manos<sup>65</sup> [il. 33]; puede ser africano o de cualquiera de esas “repúblicas de negros” como Haití, que Theodore Roosevelt “temía que “regresaran” después de los “esfuerzos” coloniales, a la barbarie y el canibalismo del *principio africano* (Cap. VI §1). Un niño colombiano de ocho años con un rostro más allá de la tristeza trabaja en una fábrica de ladrillos entre el humo de los hornos y el polvo de los bloques<sup>66</sup>. Su imagen es una metonimia trágica de millones de niños explotados y hambrientos en Latinoamérica. Estas imágenes hacen parte de una campaña publicitaria de *Benetton*, una conocida marca de ropa que el soldado o el niño jamás vestirán. Ellos no sufren la misma esclavitud de la que habla Moulián; son *consumidos por el consumo* literal y simbólicamente. Son imágenes como las de los caníbales de los grabados de la conquista: sin contexto ni historia, sin voz..., imágenes de la barbarie lejana, históricamente extrañada y naturalizada como mercancía para el consumo en un discurso publicitario (neo)colonial; ellos son imágenes consumidas en tiendas, observadas en museos<sup>67</sup>; son los signos de la cartografía de la alteridad del capitalismo tardío. ¿Quién consume a quién? ¿Qué queda en lugar de la realidad? ¿Es la representación del horror un simulacro en el sentido en el que lo señala Baudrillard (*Simulacra and Simulation* 1994), es decir, que no comporta realidad alguna, y que se vacía completamente de cualquier posibilidad de significado? El mapa del consumo responde; ha consumido la carne de ese niño en la explotación de su trabajo y luego ha hecho de él una mercancía. Deborah Root ha llamado la atención sobre “la lujosa ambivalencia del exotismo” y la continuidad de la estructura (y el deseo) colonial mediante la promesa del placer de la diferencia, su reducción a imágenes y consumo fragmentario (*Cannibal Culture* 43-46). El *Otro* simultánea y contradictoriamente se vuelve el lugar del deseo (el paraíso tropical, los cuerpos del turismo sexual, fru-

<sup>65</sup> “Soldier” en “The Reality of Race” y *The Shock of Reality* (1992).

<sup>66</sup> Fotografía de niños trabajando en las ladrilleras de Bogotá de Jean-Pierre Laffont.

<sup>67</sup> Ver comunicados de prensa de Benetton; por ejemplo “10 Years of Images for United Colors of Benetton in an Exhibition at the Bienal de São Paulo”.



tas extrañas, sociedades supuestamente perdidas en el tiempo, lugares incontaminados, imágenes de la alteridad para el disfrute de la imaginación), y lugar de la pesadilla (enfermedades contagiosas, trabajo infantil, guerras tribales, hambunas que conducen al canibalismo, dolor, suciedad, sangre). El marketing que ha caracterizado las campañas de Benetton, aunque parece original en su invitación al consumo, en verdad reedita y extrema el habitual uso colonial de imágenes de la diferencia.

El debate sobre la identidad por el consumo olvida a menudo no sólo los cuerpos que mediante la explotación del trabajo el capital consume, sino también la mercantilización y consumo de la diferencia y de la otredad; así lo dramatizaba Guillermo Gómez Peña<sup>68</sup> en una *performance* (noviembre, 1994) en el *Dufferin Mall* de Toronto: disfrazado de "azteca", se encierra en una jaula de bambú y simula devorar un corazón humano (hecho de caucho)<sup>69</sup>. Un artista que se ve a sí mismo como signo fronterizo y de la hibridez se hace simulacro de la otredad histórica americana, mediante la *performance* del salvaje caníbal. Pero esta *performance* ocurre en un enorme centro comercial; el caníbal —o su simulacro— está enjaulado, atrapado, incorporado, en el templo de la fetichización de la diferencia y consumo: el *mall*. Gómez Peña dramatiza la mercantilización de la diferencia y expresa la continuidad —en el mercado capitalista— de las metáforas coloniales. Canibalismo y consumo convergen en una *resonancia alegórica* (pos)colonial<sup>70</sup>. La *performance* pone en evidencia la reconfiguración de la mirada colonial de los consumidores en el panóptico del mundo que es el *mall*, el no lugar desde donde el consumidor es el *turista ávido* de lo *exótico*, en un mundo cultural que paradójicamente afirma la inclusividad de todo y la inexistencia de afueras.

La relación entre la representación del consumo y el horror es frecuente en la historia cultural en América Latina. Diversos ejemplos de la producción cul-

<sup>68</sup> Desde su arribo a los Estados Unidos en 1978, Gómez Peña ha estado explorando las relaciones Norte/Sur y el lugar de la identidad hispano-latinoamericana en el contexto cultural del Norte.

<sup>69</sup> Ver descripción de la *performance* en Root (viii).

<sup>70</sup> Jameson supone en la *posmodernidad* un área llamada operativamente "tercer mundo", hermanada por su situación pos-colonial y a la que aún se le sobrepone la modernización y el modo de producción capitalista. La producción cultural del "tercer mundo" debe ser leída como "alegoría nacional" dentro e incluso fuera de la máquina de representación occidental que es la novela (68, 69). Jameson usa dos ejemplos: *Diary of a Madman* (1918) de Lu Xun sobre una experiencia de aislamiento en un mundo hostil que se percibe como poblado por caníbales y el cuento "Medicine" en el que un niño agonizante requiere una medicina que al final resulta siendo un "Chinese steamed roll" empapado en sangre de un criminal recién ejecutado (un militante político), pese a la cual, de cualquier manera, el niño muere. Jameson llama a estos efectos *resonancias alegóricas*: de la pesadilla darwiniana en el primer caso o del costo de sangre de la medicina del futuro agónico en el segundo.

tural latinoamericana (incluyendo el cine, las leyendas urbanas y la literatura) han definido el mercado como un espacio en el que rige la *ley del pez grande y el chico* acudiendo a los tropos del canibalismo, la devoración corporal y el consumo del cuerpo. *La vorágine* (1924) de José E. Rivera (1888-1928) puede ser leída como la historia de la entrada de Adán y Eva al siniestro Edén del capitalismo (neo)colonial; la pareja protagonista se hunde en una geografía antropofágica o selva vorágine en la que impera esa ley brutal que se come a los protagonistas. Miguel Ángel Asturias (1899-1974) en *Hombres de maíz* (1949) propone una poderosa parábola contra el ensueño del enriquecimiento y la lógica de la ganancia que mueve al capitalismo. En un memorable diálogo entre Nicho Aquino y Nana Moncha, en el que se mezclan referencias al cultivo comercial del maíz y a *Quetzalcóatl*, Nicho identifica el maíz con el trabajo y los cuerpos que los humanos ponen en la tierra para producirlo y distingue entre el sacrificio comunitario de la producción del sustento y el negocio: "los que se han entregado a sembrar maíz para hacer negocio, dejan la tierra vacía de huesos, por que son los huesos de los antepasados los que dan el alimento al maíz" (*Hombres de maíz* 179); esta distinción sustenta el símil que Nicho hace entre la producción comercial del maíz y vender a los hijos como carne humana:

a quién se le iba a ocurrir tener hijos para vender la carne, para expender la carne de los hijos, en su carnicería. [...] En apariencia difiere pero en lo que es, es igual: nosotros somos hechos de maíz, y si de lo que estamos hechos, de lo que es nuestra carne hacemos negocio; es lo aparente lo que cambia, pero si hablamos de la substancia, tan carne es un hijo como una milpa. La ley de antes autorizaba al padre a comerse al hijo, en caso de estar sitiados, pero nunca llegó a autorizarlo a matarlo para vender su carne [...] todo acabará pobre y quemado por el sol (180).

Dice Gerald Martin sobre el consumo humano capitalista —la ley del mercado— en comparación con el sacrificio antropofágico comunitario de la "ley de antes":

El sacrificio al igual que el ciclo del maíz y el nahualismo es el tema central de la novela. [...] Parece que el sentido implícito [...] es que el sacrificio antes formaba una parte integral y reconocida de la vida comunitaria; hoy en día la sociedad moderna sigue necesitando sus "sacrificios" (efectuados a través de la explotación capitalista centrada en el anónimo mercado), pero se imponen en forma indirecta y enajenante, y todos terminan aislados y sumidos en la soledad (nota 94 en Asturias 377).

La semántica del consumo abarca también, metáforas antiimperialistas. Eduardo Galeano —en ese manifiesto historiográfico militante de la *teoría de la dependencia* que es *Las venas abiertas de América Latina* (1970)— sostiene que hay



una continuidad histórica entre los “europeos del Renacimiento [que] le hundieron los dientes en la garganta” a América (19) y las subsecuentes olas de explotación como la esclavitud, el desangre producido por el imperialismo y el consumo de materias primas y de trabajo por parte del capital internacional:

Es América Latina, la región de las venas abiertas. Desde el descubrimiento hasta nuestros días, todo se ha trasmutado siempre en capital europeo o, más tarde, norteamericano, y como tal se ha acumulado y se acumula en los lejanos centros de poder. Todo: la tierra, sus frutos y sus profundidades ricas en minerales, los hombres y su capacidad de trabajo y de consumo, los recursos naturales y los recursos humanos. El modo de producción y la estructura de clases de cada lugar han sido sucesivamente determinados, desde fuera, por su incorporación al engranaje universal del capitalismo (20)

Galeano –si bien desde el mismo problemático “nosotros” del “Calibán” (1971) de Retamar– denuncia el consumo (neo)colonial mediante los tropos humanistas y marxistas del vampirismo y el canibalismo.<sup>71</sup> Frantz Fanon había usado un tropo similar en *Les damnés de la terre* cuando se refirió a los potentados (enriquecidos con el trabajo y la riqueza colonial) como los “buitres y chacales comedores de carne humana” que se “revuelcan en la sangre de la gente” (191). Estas son variaciones del tropo gótico marxista para el capital:

el capital tiene un solo impulso vital, el impulso de valorizarse, de crear plusvalor, de absorber, con su parte constante, los medios de producción, la mayor masa posible de plustrabajo. El capital es trabajo muerto que sólo se reanima, a la manera de un vampiro, al chupar trabajo vivo, y que vive tanto más cuanto más trabajo vivo chupa. El tiempo durante el cual trabaja el obrero es el tiempo durante el cual el capitalista consume la fuerza de trabajo que ha de adquirir (*Capital I*: 342).

Según Marx el “vampiro no se desprenderá ‘mientras quede por explotar un músculo, un tendón, una gota de sangre’ ” (416). Los cuerpos consumidos dan vida a la muerte (capital) cuya eternidad depende de ellos (Moretti 1982). La película *Cronos* (1992) del director mexicano Guillermo del Toro presenta a un capitalista de la era pos-industrial que, agonizante (como su industria), busca obsesivamente un artefacto mágico “Cronos”: una máquina de oro (construida durante el periodo colonial) en la que mora un insecto sediento de sangre. Este artefacto tiene la facultad de producir inmortalidad, si bien convierte a quien lo usa en un vampiro. Por accidente el objeto cae en manos de Jesús, un bondado-

<sup>71</sup> Galeano –defendiendo la posición de Cuba– decía que el bloqueo multiplica “el canibalismo de un mercado internacional que paga nada y cobra todo” (“A pesar de los pesares” 90).

so anticuario, quien accidentalmente usa el “Cronos” y entra en el círculo vicioso de la juventud y la sed de sangre. Sin embargo, Jesús se sacrifica para vencer al vampiro y salvar a su nieta: destruye el artefacto-monstruo que da origen a la enfermedad de la eternidad y al ansia de sangre y vence al vampiro capitalista. John Kraniuskas, quien ha estudiado la película de del Toro, señala con razón que se trata de “una fantasía sobre el cuerpo contemporáneo, la tecnología y el tiempo en la era acelerada del capitalismo–transnacional–tardío” en la que el concepto de consumo opera en el sentido marxista de la desposesión del cuerpo por el capital, el cual, como un vampiro, busca la inmortalidad (142-157).

El consumo burgués ocupa también el espacio del horror antes asignado al canibalismo en una serie diversa de autores como Julio Cortázar (1914-1984) –que se burla de los apetitos caníbales del consumismo cultural burgués (“Las Ménades” 1956) y que convierte a un público rutinario de un concierto en una horda de caníbales que se comen a los músicos de la orquesta. Crystal Bartolovich llama al consumismo “la lógica del canibalismo tardío”, comparando dos usos contemporáneos del tropo canibal: en la película de Peter Greenaway, *The Cook, the Thief, his Wife and her Lover* (1989), el signo del canibal se refiere a una condena moral del consumo excesivo y acaso a un lamento elitista (del tipo escuela de Frankfurt) frente al consumo masivo. Por otro lado, en el lenguaje técnico y periodístico de los negocios, el canibalismo ha venido a expresar una serie de prácticas empresariales que responden a la crisis o disminución del consumo en un determinado mercado. Según Bartolovich, la acumulación y el consumo ilimitados son dos principios imaginarios consubstanciales que están en el origen del colonialismo así como en la lógica contemporánea del capitalismo (204-237).

La idea de que en el consumo nos consumimos de una manera menos metafórica de lo que podría pensarse ha hecho decir a Carlos Rincón que “la civilización actual es el canibalismo, autodestrucción en progreso que no se detiene” (224). En la XXIV Bienal de São Paulo de 1998 Vik Muniz, de Brasil, presentó varios montajes fotográficos de niños de São Paulo compuestos con basura, proponiendo un contraste entre el canibalismo social del consumo– una reformulación de la metáfora gótica marxista sobre la aidez del capital –y los desperdicios humanos que este consumo produce cuando se imagina sin límites. El consumismo anuncia para Muniz una catástrofe en las renovadas periferias del sistema global: la catástrofe de la humanidad “desechable”, residuo del mercado bajo la intensa lógica y la violencia del capital. Hoy, el capitalismo en su era global se re-encuentra con millones de excluidos que si bien posibilitan la sobreabundancia de trabajo que hace de éste una mercancía barata y abundante, por otro lado son percibidos como un exceso o resto suplementario problemático [il. 34]. Como vimos, para la *ciudad letrada* de las últimas décadas del siglo XIX el males-



tar por la ciudad fue frecuentemente un malestar de lo nacional frente a las muchedumbres democráticas, la plebe, los inmigrantes y la abigarrada heterogeneidad lingüística, étnica y política de la multitud calibánica (Cap. IV). En las últimas décadas del siglo xx, ese imaginario se renueva con las constantes referencias a una ciudad *sucia de humanidad*, asediada e infestada de “elementos indeseables”. Las metáforas deshumanizadoras se multiplican como en el pasado: “ratas”, “peste”, “escoria”, “basura”, “infección”. Finalmente, la lógica cultural del capitalismo tardío y de la sociedad de consumo ha dado con un tropo rotundo: “desechables”. La ciudadanía es una condición política definida por sustracción, por la marca, separación y disposición de la marginalidad social como desecho humano. Propiamente hablando, el “desechable” es el opuesto constitutivo del ciudadano consumidor de García-Canclini. Los “desechables” son identificados con los residuos y, consecuentemente, ubicados más allá de la mirada, en los confines o “tugurios” de la representación y el reconocimiento social. Ese desaparecimiento no solamente ocurre en el imaginario. Los comerciantes sienten esa “polución” en sus niveles de ventas, los políticos prometen “reubicaciones” y pasan bulldozers sobre las casas de cartón borrando, limpiando, aquí y allá. No siempre esa profilaxis es oficial o urbanística, como indican los homicidios de *gamines* (o niños de las calles) y jóvenes desempleados e indigentes balaceados mientras duermen debajo de un puente; de las prostitutas y muchachos que venden su cuerpo; de los drogadictos concentrados en una botella de pegamento; de los dementes sucios y semidesnudos que recorren la ciudad con sus miradas que la ciudad teme. Frecuentes noticias de operaciones de “limpieza social” –un eufemismo para el asesinato de niños de la calle o delinquentes juveniles de las *favelas*, las comunas, los barrios marginales etc.– acompañaron desde mediados de los años 80 la intensificación global del capitalismo en América Latina.

Mientras que los “desechables” no consumen y quedan excluidos de la nueva ciudadanía, la llave de entrada de la misma –como vimos– pareciera residir en la mercancía, fetiche de la política posmoderna que desvanece el horror –de la cosificación, explotación y consumo de cuerpos humanos– en una erótica fetichista (a lo Moulián). *Peletería con piel humana* (1998) de la artista argentina Nicola Constantino utiliza calibánicamente la mercancía para hablar de los estragos socio-económicos del desarrollo capitalista argentino. En la XXIV Bienal de São Paulo Constantino exhibió ante los estupefactos visitantes de la exposición, piezas de ropa hecha con cabello y piel humana (hecha con silicona) [il. 35]. La ropa de Constantino dramatiza de una manera brutal la vida humana que contienen las mercancías, y el consumo de los cuerpos y de las vidas en la sociedad de consumo. El cuerpo abstracto (separado de su humanidad, pensado como cosa intercambiable) es normalmente el cuerpo de los otros; el cuerpo mercancía

que ha sido sometido, en su cosificación, a una muerte prematura o a una experiencia anticipada de la muerte, que es el verdadero dominio del cuerpo abstracto.

Fuera de la literatura, el discurso crítico cultural o el museo, otras narrativas sobre el consumo del cuerpo, recorren la vida social. En una escena memorable de la película *Central do Brasil* (1998) de Walter Salles, Dora –la profesora retirada y escritora de cartas para analfabetos– le muestra a Irene, su amiga y vecina, una televisión recién comprada. Irene pregunta por el origen del dinero con que la compró y por Josué, el huérfano que Dora recogió en la estación. Dora compró el televisor con el dinero que le pagaron por Josué a quien, finalmente confiesa, entregó para ser adoptado en el extranjero. Irene escandalizada le dice: “Não acredito que você fez isso. [...] Você não lê o jornal criatura?; Não há adoção nem coisa nenhuma. Eles matam as crianças para vender os órgãos”. La ex-profesora, atormentada por la culpa rescata a Josué de los “mercaderes de órganos” e inicia con el niño un viaje arquetípico en búsqueda del padre de éste. Sin embargo, pese a que en *Central do Brasil* el horror del comercio de órganos humanos desencadena la *peripeteia* de los personajes, esta narrativa opera de manera más o menos implícita; ningún personaje –salvo por la mención de Irene– se refiere al robo de niños o a los traficantes de órganos. El filme no precisa ser explícito, pues apela a un terror que ya está en el texto social de la cultura en la forma de diversos relatos sobre la fragmentación y desposesión del cuerpo. En las décadas de los 80 y 90 circularon innumerables noticias de prensa, reportes, denuncias y rumores, sobre robo y tráfico de órganos humanos<sup>72</sup>. Estas historias presentan variaciones notables como, por ejemplo, las narrativas campesinas de raíces indígenas de los *kharisiri* o *pishtacos*<sup>73</sup> del mundo andino que duermen a sus víctimas y les extraen su grasa o sangre para (las explicaciones varían de la época colonial a la globalización) “hacer remedios o campanas, para lubricar máquinas sofisticadas o, últimamente, para pagar la deuda exter-

<sup>72</sup> Mencionemos, siguiendo el estudio de Champion-Vincent, algunas de las numerosas variaciones modernas y urbanas de este relato en los últimos 20 años: 1) adopciones legales e ilegales (y en ocasiones secuestro) de bebés o niños que son asesinados para la obtención de órganos para trasplantes y para proveer a compañías extranjeras de sustancias necesarias en la fabricación de ciertos productos de alta tecnología; 2) los casos de niños cegados a causa de la extracción de sus corneas; 3) el homicidio de enfermos mentales, indigentes y prostitutas y posterior saqueo de partes de sus cuerpos; 4) casos de médicos que se aprovechaban de los pacientes internos en hospitales para extraer sus órganos, o que dejan morir a pacientes en beneficio de alguien muy adinerado que precisa de un trasplante; 5) saqueo de cadáveres sin el consentimiento de los familiares para proveer el mercado de órganos.

<sup>73</sup> Véase *Gods and Vampires: Return to Chipaya* de Nathan Wachtel y los artículos recogidos en *Pishtacos: de verdugos a sacaños* editado por Juan Ansión, así como el excelente análisis de la economía política de estas “fantasías” hecho por John Kraniuskas en “Cronos and the Political Economy” (150-152).



na" (Juan Ansión 9). Estos relatos expresan, según Ansión, la "desconfianza racial" de grupos sociales colonizados y oprimidos frente al mundo exterior, los extranjeros, el Estado criollo, etc. (9).

Conforme a numerosos rumores, en ciudades como Caracas, Bogotá, México y Lima, y en diversos lugares en Argentina, Guatemala y Brasil, bandas de comerciantes transnacionales —con la complicidad de médicos y autoridades locales— obtenían órganos y diversos tejidos para abastecer el mercado interna-cional de los transplantados, mediante el secuestro y el asesinato de personas des-validas. En Perú, por ejemplo, reaparecieron los *pishtacos* el 30 de noviembre de 1988 en Villa El Salvador: "Se decía que unos gringos habían entrado a un cole-gio, armados con metralletas, raptando a unos niños para sacarles los ojos y venderlos en el extranjero. [...] A las diez de la mañana cientos de miles de madres de familia sacaban con desesperación a sus hijos de los colegios" (Gas-tón Antonio Zapata en Ansión 137). Diversos testimonios hablan de la confabu-lación de personal de los servicios de salud, de los vehículos Mercedes Benz uti-lizados por la banda de traficantes, del uso de la grasa humana en la fabricación de partes de computadoras, etc. Una de las narrativas más dramáticas y comu-nes es —como en *Central do Brasil*— la de las supuestas adopciones y secuestros de niños en Latinoamérica para usar sus órganos. En Guatemala hubo varios ata-ques a extranjeros causados por rumores en este sentido<sup>74</sup>. En México, estas his-torias tienen el estatus de verdad entre grandes sectores de la población, la diputada Hadamira Gastélum, representante del Congreso de Sinaloa en Méxi-co, denunciaba recientemente:

Se presume que los menores traficados pueden estar siendo utilizados para diver-sos fines, entre los que se pueden contar la 'adopción', la explotación laboral, la siem-bra o tráfico de enervantes [estupefacentes], la prostitución o el tráfico de órganos [...] la utilización del cuerpo de la víctima como reservorio de órganos sanos para su venta sobre pedido de urgencia o para experimentar en vivo todo género de inven-ciones, descubrimientos y de procedimientos (73, 75).

En este texto, que propone medidas legislativas contra los traficantes de niños, resuenan los rumores de robo de órganos y una serie de imágenes góticas referidas tanto a la explotación del trabajo (infantil) como a los experimentos

científicos en humanos<sup>75</sup> y la fragmentación del cuerpo (72-75). Pesadillas simi-lares son comunes en Tijuana y Ciudad Juárez y, en general, en las zonas de frontera con los EE.UU. que, además de ser las áreas de las felices hibridaciones de García-Canclini, son frecuentemente espacios de horror.

Estas historias tuvieron amplia repercusión internacional. El 25 de febrero de 1993, el *Comité sobre asuntos del ambiente, salud pública y protección al consumi-dor del Parlamento europeo* produjo un reporte prohibiendo el comercio de órga-nos para transplantados en el que se mencionaban pruebas de la ocurrencia de este tipo de crímenes<sup>76</sup>. Las historias de robos de niños para obtención de órganos han tenido una suerte pendular, de la credulidad inicial y protesta de organ-is-mos internacionales de derechos humanos, a su catalogación como leyendas; producto de "histerias" colectivas.

Es preciso señalar que algunas de estas historias han sido al parecer fabrica-das por la prensa, como sucedió con el documental *Voléurs D'organes* (1993) ("Ladrones de órganos") de Marie Monique Robin y Jihan El Tahri<sup>77</sup>. *Voléurs*

<sup>74</sup> Imágenes similares han surgido en diferentes lugares y períodos históricos contra las prác-ticas médicas expresando por ejemplo, indignación frente a las autopsias, rechazo de vacunas o transfusiones de sangre, desconfianza frente a la farmacéutica moderna, percepciones negativas de los médicos, rechazo a leyes de presunción del consenso para transplantados etc. Las prácticas de saber-poder médico son fácilmente asociadas al mal.

<sup>75</sup> "On February 25, 1993, the European Parliament's Committee on the Environment, Public Health, and Consumer Protection issued a report on prohibiting trade in transplant organs. The report made many valuable suggestions but also included the unsubstantiated claim that there is evidence that fetuses, children, and adults in some developing countries have been mutilated and others murdered with the aim of obtaining transplant organs for export to rich countries" ("Levent-hal "The Baby Parts' Myth").

<sup>76</sup> En 1993 apareció en noticias locales y comunicados de prensa internacionales un caso para-digmático de las historias de robos de corneas: debajo de la foto de un niño ciego tocando una flau-ta llamado Weinis Jeison Cruz Vargas, los medios contaban una historia horrible: la madre de Jei-son lo haría llevado a un hospital para que fuese tratado por diarrea y vómito, y allí le habrían quitado las corneas unos supuestos mercederes de ojos con la complicidad del establecimiento médico. Otra versión indicaba que el niño había entrado al hospital a causa de una pequeña infec-ción en los ojos. La historia tuvo resonancia internacional en 1993 gracias al documental *Voléurs D'organes* ("Ladrones de órganos") de Marie Monique Robin y Jihan El Tahri. El documental obtu-vo varios premios y reconocimiento internacional y una foto del niño colombiano tocando una flauta apareció en *Life Magazine* en octubre de 1993. A la postre, resultó un caso de fabricación de la noticia por parte de Robin, quien pagó a la madre aproximadamente sesenta dólares para que ésta contara esa historia. De acuerdo con la historia clínica del niño, las investigaciones del gobierno colombiano, de la Defensoría de derechos humanos colombiana, del departamento de Oftalmolo-gía del hospital Lorenzita Villegas de Santos y de varias organizaciones de derechos humanos, Jei-son había perdido la visión a causa de varias infecciones y ulceraciones oculares cuando tenía cua-tro meses en 1983. *Voléurs D'organes* presentaba también el caso de un niño argentino con



*D'organes* es, sin embargo, un caso revelador de ciertas condiciones de credibilidad de los relatos góticos de desposesión del cuerpo en América Latina durante los años 90. Las historias de un niño flautista colombiano y otro argentino con problemas mentales, a quienes supuestamente les habían robado las corneas resultaron falsas, pero fueron vendidas bien. Algunos casos tienen mayor credibilidad. Hay, por ejemplo, reportes verosímiles de "saqueo de cadáveres" de los cuales han sido removidos órganos para trasplantes sin permiso expreso de la familia del difunto<sup>78</sup>. Un caso que no ha sido resuelto satisfactoriamente es el del hospital mental Montes de Oca en Argentina, donde entre 1976 y 1991 murieron 1321 pacientes en circunstancias poco claras y 1400 desaparecieron o —de acuerdo con la explicación del hospital— escaparon. Entre algunos cuerpos recuperados y exhumados se notó que habían sido removidos algunos órganos, especialmente corneas (Veronique Champion-Vincent 1-37). Existe la sospecha de que en Montes de Oca se asesinaba a los pacientes para extraer sus órganos o que de cualquier manera se disponía de partes de los cadáveres sin autorización de los parientes. La acusación y los indicios de tráfico de órganos en Montes de Oca fueron tan sólidos como para ser reportados por el *British Medical Journal* en 1992 (Chaudhary 1073-1074). Muchos de estos homicidios o desaparecimientos pueden tener otros motivos: por ejemplo, la eliminación de oponentes políticos declarados dementes en la dictadura o simplemente políticas no oficiales de eugenesia y "limpieza social". Lo que plantea en sí una paradoja: el cuerpo desechable no es desechado. En *Central do Brasil* vemos precisamente uno de estos homicidios:

problemas mentales Pedro Reggi, a quien según el documental de Robin también le habían quitado la cornea y dejado ciego en el hospital Montes de Oca. Investigaciones posteriores demostraron que como en el caso de Jeison, el niño estaba ciego desde 1980 (Fabio Delgado Sánchez; Leventhal "Medical Organ Theft"; Champion-Vincent 1997).

<sup>78</sup> Por ejemplo, en una carta del 10 de febrero de 1999 dirigida por Sidney Wolfe a Jane Henney Commissioner de la *U.S. Food and Drug Administration* (FDA) se denunciaba que Abbokinase —una droga producida por Laboratorios Abbott y usada para disolver coágulos de sangre en los pulmones y en las arterias— usaba material proveniente de riñones de bebés recién nacidos y fetos abortados en el *Hospital del Valle* en Cali, Colombia, aparentemente sin el consentimiento de los padres y violando leyes norteamericanas de sanidad y aduana. La FDA corroboró poco después dicha acusación en lo que toca a las normas de sanidad (ver comunicado de prensa de la FDA, julio 6, 1999). Como reportó el *Chicago Tribune*, cada día la unidad infantil del Hospital de la Universidad del Valle recibía una llamada de teléfono de la oficina del profesor y médico retirado Álvaro Dueñas para averiguar si algún bebé había muerto. El hospital le entregaba los riñones pensando que los estaba usando en investigaciones médicas. Dueñas procesaba y congelaba los tejidos y los enviaba a los Estados Unidos para la fabricación de Abbokinase, droga con ventas de más de 277 millones de dólares al año (Stephen Hedges "Tissue Imports").

o fuzilamento do menino ladrão lembra o que acontece regularmente no Rio de Janeiro, onde comerciantes mantêm seus esquadrões encarregados de eliminar as crianças abandonadas, é possível que *Central do Brasil* esteja também sugerindo que estes mesmos esquadrões estão por traz das negociações supostamente feitas com mercadores de órgãos das crianças abandonadas. A lei na estação Central do Brasil é a lei do cão (Eva Paulino Bueno 5).

Esta asociación tácita de *Central do Brasil* entre las operaciones de "limpieza social" y el "robo de órganos" no es gratuita. Como dijimos al hablar de los cuadros de Vik Muniz, en la lógica cultural neoliberal el cuerpo de los "desechables" es identificado con la basura y es objeto de prácticas "profilácticas"<sup>79</sup>. Sin embargo, sus cuerpos son una suerte de *res nullius*, objeto de apropiación. En marzo de 1992 fueron encontrados en el interior del anfiteatro de la Universidad Libre de Barranquilla, Colombia, los cuerpos de "once personas muertas a garrotazos y con un tiro de gracia en la cabeza, además de varios baldes con sangre y órganos humanos". Las autoridades descubrieron esta escena gracias a la denuncia de Oscar Hernández, un reciclador de basura, que el 29 de febrero de 1992 había sobrevivido a una paliza y que escapó de las instalaciones de la universidad, donde lo habían dejado por muerto. Los cadáveres encontrados eran de indigentes, recicladores de basura y prostitutas que habían desaparecido y, de acuerdo con el informe policial y la investigación de la *Comisión interamericana de derechos humanos*, "estaban destinados a las prácticas de los estudiantes de medicina y al tráfico de órganos humanos" (Organización de Estados Americanos, OEA. "Casos de genocidio por 'limpieza social'" 1993)<sup>80</sup>. Las "histerias" colectivas no ocurren en el vacío.

Es necesario además considerar que la propia institución médica tiene parte de culpa en el acogimiento popular de los rumores. El trasplante de órganos y tejidos humanos ha sido fuente de incesantes ansiedades culturales provenientes en primer lugar del hecho de que el cuerpo es además de un sistema biológico, un "depósito de generación de significados sociales" (Tauszig *Gigante* 114). Los límites inestables del cuerpo con el mundo, su fragilidad y ruina, proveen el lenguaje para hablar del horror social. Por otra parte, las prácticas mismas de la medicina de trasplantes pese a su retórica de altruismo no están situadas en un lugar fuera del mercado capitalista y, más a menudo de lo que se piensa, repro-

<sup>79</sup> En América Latina el lenguaje de la medicina ha sido apropiado a menudo en la política y ha sido común el uso de metáforas médicas como la limpieza, la extirpación, el saneamiento, la eliminación de elementos contaminantes, el contagio ideológico, la depuración, los cánceres (ideológico, social), etc.

<sup>80</sup> Ver también el informe de la *Comisión Andina de Juristas* de 1992 (2).



ducen muchas de las desigualdades sociales. El área más problemática de este asunto ha sido la fragmentación/mercantilización del cuerpo; si bien gran parte de los discursos de las instituciones que promueven la donación de órganos están centrados en la noción de desinterés, los trasplantes mismos producen utilidades para intermediarios, médicos, funcionarios, compañías farmacéuticas y de transporte, etc. Adicionalmente, la intensa regulación de este mercado (listas de prioridades, prohibiciones, etc.), las dificultades médicas en el uso de cadáveres (en comparación con donantes vivos) y las promesas técnicas de la medicina moderna han creado en países desarrollados una alta demanda de órganos y un constante déficit en la oferta de los mismos. En 1991 la *Organización mundial de la salud* adoptó el principio de que “el cuerpo humano no puede, ni debe ser objeto de ninguna transacción comercial” (Principio rector No. 55, 44ª Asamblea de la OMS, 1991). Normas similares hacen parte de las legislaciones nacionales de muchos países. Sin embargo un nuevo movimiento contractualista insiste en la necesidad de permitir la remuneración económica a los donantes a efecto de suplir la demanda de órganos. Nancy Scheper-Hughes ha mostrado de manera convincente cómo los órganos y tejidos humanos no son simplemente objetos de prácticas médicas sino de prácticas comerciales y cómo ese tráfico se ha intensificado y trans-nacionalizado desde los años 80 en países pobres (“The Global Traffic in Human Organs”). Existe una disimetría colonial y clasista de la medicina de trasplantes que da lugar a una división bastante clásica entre sectores sociales y países proveedores y clases sociales y países receptores de órganos. Por ejemplo, la gran mayoría de los receptores de trasplantes de riñón en el mundo se concentran en los países del llamado *Primer mundo* o entre las elites de los países del tercero. Las prácticas que conforman este tráfico –tanto el legal y disimulado como el ilegal y realizado mediante turismo médico (neo)colonial– se rigen por la lógica del mercado capitalista. *Organ Watch* ha hecho un inventario de la compraventa de órganos en las periferias: en China, en la India, en Brasil, en Las Filipinas, México y Turquía, entre gente necesitada y pobre, cuya libertad contractual (aun aceptando que no hubiera ilicitud jurídica de causa y objeto) estaría viciada por la pobreza, la desinformación y la extrema necesidad. Brasil y la India ocupan un lugar privilegiado en estos bazares gótico-posmodernos de órganos humanos. Es necesario aceptar al menos como probable que los rumores de robo de órganos están si no causados al menos fomentados por estas prácticas médicas de cosificación colonial del cuerpo.

Ahora bien; todos estos casos en su gravedad (del uso ilegal de cadáveres o el homicidio de indigentes para obtención de “cuerpos de práctica” a las operaciones de compraventa “voluntaria” cuasi-legal de órganos en el “Tercer Mundo”) no explican *per se*, ni corresponden a, las mismas historias de robos de órganos supuestamente perpetradas por bandas de comerciantes transnacionales

mediante secuestros, homicidios y falsas adopciones de niños; historias que han sido consistentemente catalogadas como rumores infundados. La ONG *United Network for Organ Sharing* (UNOS) –administradora del *National Organ Procurement and Transplantation Network*– y la *United States Information Agency* (USIA), así como varios académicos, han investigado las acusaciones de robo de órganos develándolas como “leyendas urbanas”<sup>81</sup>. Se ha alegado que los trasplantes de órganos tanto en su extracción como su injerto requieren tecnologías y operaciones que no pueden mantenerse en secreto<sup>82</sup>. Si bien estas instituciones no dejan de representar los intereses de los recipientes de órganos y su mayor preocupación es el perjuicio que causan las leyendas a las campañas de donación, sus investigaciones han sido en general aceptadas por los organismos internacionales de derechos humanos. Desde 1995, por ejemplo, la *Comisión de derechos humanos* de la ONU se ha referido a estos reportes como “alegatos” antes que como hechos o violaciones de derechos humanos (Campion-Vincent).

Las “histerias” culturales de la fragmentación y desposesión del cuerpo tienen dimensiones identitarias y políticas. Debemos suspender por un momento la pregunta positivista de la realidad o verdad de las acusaciones y preguntarnos por el valor simbólico social de estas narrativas; por las funciones que cumplen en el tejido cultural. Detrás del rumor a menudo existen –además de la estructuración (neo)colonial y clasista del mercado de órganos– circunstancias de crisis, tensiones políticas y económicas y periodos de inusitada violencia estatal y para-estatal, operaciones de “limpieza social”, homicidios en serie, adopciones ilegales, desapariciones de oponentes políticos, efectivo robo de niños (como en las dictaduras del Cono Sur), empobrecimiento acelerado, explotación extrema y deshumanización en la frontera, etc. Campion-Vincent ha hecho una productiva distinción entre la verdad como alusión a lo fáctico y la verdad simbólica del “pensamiento emblemático” que mediante estos relatos articula protestas contra las elites y las autoridades médicas, ansiedades frente a la modernización, resistencias a la sobrecodificación estatal de los cuerpos mediante leyes de con-

<sup>81</sup> La USIA se pronunció contra lo que llamó el “mito de las partes de bebés” (“The ‘Baby Parts’ Myth: the Anatomy of a Rumor”) y la UNOS, indicó que estos rumores hacían parte de una campaña de desinformación contra los Estados Unidos y que un “mercado negro de órganos” era imposible en ese país (“Organ Trafficking Perspective from UNOS” abril, 1994). Otro comunicado de prensa de UNOS (feb. 6 de 2002) rechazó específicamente los insistentes rumores de robo y secuestro de niños en México y Centroamérica para trasplantes.

<sup>82</sup> “The organ procurement and transplantation process is a highly complex medical procedure that involves many highly trained medical professionals. It is far too technical to take place in a makeshift facility hidden from public inspection. And it would be impossible to hide if it took place in a hospital” (“U.S. Organ Transplant System Statement on the Truth about Organ Trafficking Rumors”).



senso tácito para transplantes; o lo que es lo mismo, este “pensamiento emblemático” puede estar expresando formas de reacción popular frente a la división entre cuerpos relevantes y cuerpos relevados de humanidad. En última instancia, se trata de resistencias no sistémicas a las prácticas deshumanizadoras del capitalismo en su era global. Estas ansiedades ven en el desarrollo de la ciencia médica y su manipulación y poder sobre los cuerpos, una soberanía siniestra, que guarda similitudes con las reacciones mágicas a la soberanía igualmente siniestra del capital. El cuerpo humano ha sido simbólica y materialmente fragmentado en mercancías: riñones, sangre, tejido óseo, córneas, hormonas, corazones, placentas, etc., para el consumo de las industrias farmacéuticas y de los transplantes de órganos y tejidos. La promesa médica de la salud y la vida requiere como en las historias de vampiros y de monstruos góticos de la sangre y la carne de los otros. De manera similar a como el capital se imagina eterno mediante el consumo del trabajo, la medicina promete salud mediante el consumo de los cuerpos de los Otros. El trabajador y el proveedor (o donante) son cosificados y reducidos a pedazos, incluso en su denominación<sup>83</sup>. Los transplantes —como la explotación laboral— funcionan también en una economía política y lingüística que reduce ciertos cuerpos a objetos de consumo, mercancías, cosas sin historia, sin derechos y sin humanidad; cosas colonizadas. El colonialismo —claro— no es cosa del pasado sino del presente en sus formas renovadas de racismo, marginación económica y explotación laboral; sexual y biomédica. Cualquier indagación del imaginario actuante en estas “histerias” tiene que preguntarse por sus dimensiones políticas y éticas:

En el imaginario interrogamos a las varias formas del poder institucional e individual: la devoción del inquisidor, el refinamiento cruel, la malicia; la violencia de la exterminación, el cuerpo de aquellos condenados a la esclavitud, y aquellos condenados al silencio [...] indagar esos extremos en los motivos de la mente, capturar el deseo por la base recíproca de la verdad y la emancipación y posibilidad de la libertad (Iris Zavala en Michelle Cliff 68).

Los rumores sobre fragmentación y consumo del cuerpo están además asociados a los procesos de derogación de la legislación laboral de protección del trabajador, el desmonte del Estado social heredado del populismo y la lógica implacable y deshumanizadora del mercado. El trabajo des-regulado y desprotegido convierte el cuerpo del trabajador en mercancía barata objeto del consumo productivo y a merced del capital. El cuerpo propio queda bajo la amenaza

<sup>83</sup> Los esclavos y luego los trabajadores han sido llamados históricamente “cabezas”, “piezas”, “mano de obra”, “brazos”, “braceros” “músculos”, etc.

de la devoración de fuerzas incomprensibles localizadas en el espacio del mal<sup>84</sup>. Muchas de estas historias funcionan como tropos culturales de la depredación y sirven para dramatizar desde el rumor y el melodrama, la voracidad del “nuevo orden”, el canibalismo siniestro que nos consume, la “baixa antropofagia” que mencionaba Oswaldo de Andrade en su “Manifiesto antropófago” (RA I, 1: 3, 7). Es notable justamente la coincidencia entre las imágenes góticas que expresan las prácticas de dominio y desposesión de los cuerpos para transplantes de órganos y aquellas con las que se expresa la deshumanización de las prácticas de explotación del capitalismo que acumula trabajo ajeno. Recordemos que en los relatos de robos de órganos son precisamente las élites nacionales, las compañías internacionales, los militares y los médicos, los depredadores del cuerpo de los pobres, los sin hogar, los indefensos, los niños y los enfermos, los obreros, etc. Estas (contra)narrativas expresan ansiedades culturales y horror frente a la atrocidad de la desposesión y el consumo capitalista del cuerpo, la mercantilización de la vida y la permeación de las identidades en la globalización, así como frente a la desprotección legal del trabajo y el disciplinamiento estatal de los movimientos sociales contrarios a las medidas neoliberales. Estas pesadillas góticas constituyen “fantasías” contracoloniales sobre las experiencias tangibles de la colonialidad; historias que reactivan los tropos con los que Bartolomé de las Casas condenó el consumo colonial del cuerpo colonizado (Cap. II §3); son, en fin, contra-narrativas por las que el tropo canibal “regresa” en la posmodernidad a reclamar benjaminianamente la justicia en el presente.

## 6. ÑAM ÑAM

Empezábamos este trabajo, hablando de aquel “Calibán” que Antonio de Guevara inventó en su *Relox de príncipes* (1528, 1529) y que va a Roma a quejarse del maltrato, el robo y la deshumanización del colonialismo imperial romano; este capítulo final también trajo a Calibán; un Calibán que reinstala la categoría del trabajo y discute la colonialidad que persiste en la “colonización de la persona”, la explotación y la miseria: lo que Marx concibió como el canibalismo económico por parte del capital.

<sup>84</sup> “[L]os procesos de despojo continúan —visibles, por ejemplo, en el conocido fenómeno de la migración masiva— ‘liberando’ trabajo para el capital, des-diferenciándolo a través de la abstracción real, y que se experimentan hoy como *modernización*, *movilidad social* o *integración nacional*. En Latinoamérica estos procesos han generado una serie de fantasías (basadas en la realidad) sobre el cuerpo violentado, el vampirismo, el canibalismo y la colección y tráfico de órganos y fluidos humanos” (Kraniauskas 150).



De esa visión gótica del consumo, pasamos al consumo creativo o *consumo-lectura* que ha sido (re)definido en las matrices del *calibanismo* y de la *antropofagia cultural* en tanto actos de resignificación y resistencia al disciplinamiento y la imposición de sentidos de la sociedad capitalista; hablamos de un consumo que en su funcionalidad ritual y comunicativa ha sido comparado a un tipo de canibalismo noble: la comunión.

Finalmente, el consumo nos trajo de nuevo al cuerpo, a la erótica fetichista del consumismo y al canibalismo de los cuerpos y de la diferencia. En el lamento en tono menor de la “esclavitud consumista” y en la propuesta de una “racionalización” erótica del consumo, vimos la complacencia del consumidor con los flujos simbólicos y económicos del capitalismo; y en las metáforas de esos mismos flujos, nos (re)encontramos con los relatos de la mercantilización y el consumo del cuerpo.

Hablemos ahora nuevamente de Calibán/canibal, para poner unos puntos suspensivos “finales” a esta ya larga travesía por las diferentes *Canibalias* de la historia cultural latinoamericana. Sé que en tiempos de los medios de comunicación, del pos-esencialismo posmoderno y de la identidad y la ciudadanía por el consumo, parecería que no hay mucho espacio cultural para un *pos-Calibán*. Quisiera, sin embargo, insistir no en la salud de una metáfora, sino en la utilidad del Calibán-canibal como dispositivo anticipatorio de la imaginación política, como una forma de imaginar las otredades indecibles que esperan su hora desde algún lugar oscurecido para el tipo de análisis que hacemos y de la institucionalidad de nuestro trabajo. El Calibán-canibal, en tanto *Otro*—con toda su carga de peligro—no está en la universidad; es exterior al Estado y a las instituciones del saber. Por eso, después de fatigar las cartografías de la *Canibalia*, fatalmente se nos escapa. Lo imagino como un amenazador *ñam ñam* en la exterioridad que la posmodernidad niega, en las resistencias no sistémicas al capitalismo, en las formas de alteridad inasible de las cuales nuestros *personajes conceptuales* son—como los “indios” de sor Juana—pálidos reflejos e ideas vestidas de “metafóricos colores”. El canibal/Calibán que imaginamos es apenas una manera en que nosotros, moscas-Arieles en medio del desencanto, cortejamos el esquivo lugar de la utopía.

## BIBLIOGRAFÍA

- ACEVEDO, EDUARDO. *Atlas de mapas antiguos de Colombia: siglos XVI a XIX*. Bogotá: Litografía Arco, 1986.
- ACOSTA, JOSÉ DE. *Historia natural y moral de las Indias*. Madrid: Historia 16, 1987.
- ADES, DAWN. «The Anthropophagic Dimensions of Dada and Surrealism», en *Bienal de São Paulo: núcleo histórico e historias de canibalismos*. São Paulo: Fundação Bienal de São Paulo: 1998, 241-245.
- ADORNO, ROLENA. «La ciudad letrada y los discursos coloniales», en *Hispanamérica: revista de literatura*, 16 (48): 3-24, [College Park, MD] 1987.
- «The Discursive Encounter of Spain and America: The Authority of Eyewitness Testimony in the Writing of History», en *The William and Mary Quarterly: A Magazine of Early American History and Culture*, 49 (2): 210-228, [Williamsburg, VA] 1992.
- ADORNO, THEODOR y MAX HORKHEIMER. «The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception», en Juliet Schor y Douglas B. Holt (eds.): *The Consumer Society Reader*. New York: New Press, 2000, 4-19.
- AESCHYLUS. «The Suppliants», en *Prometheus and Other Plays*. Baltimore: Penguin, 1966, 54-86.
- AGUILAR, LUIS. «Cuba, 1860-1940», en Leslie Bethell (ed.): *The Cambridge History of Latin America*, vol. 5. Cambridge, England-New York: Cambridge UP, 1985, 229-264.
- AGUSTÍN, SAN. *Sermons*. Brooklyn, NY: New City Press, 1990.
- *The City of God*. Cambridge, New York: Cambridge UP, 1998.
- AILLY, PIERRE D'. *Imago mundi del Cardenal Pedro d'Ailly y Juan Gerson*. Madrid: Testimonio Compañía Editorial, 1990.
- AÍNSA, FERNANDO. «Argiropolis, raíces históricas de una utopía», en *Cuadernos Americanos*, 3 (13): 119-134, [México, D. F.] 1989.
- «La marcha sin fin de las utopías en América Latina: Modernidad y vanguardia en *La marcha de las utopías* de Oswald de Andrade», en *Cuadernos Hispanoamericanos: Revista Mensual de Cultura Hispánica*, (538): 35-44, [Madrid, España] 1995.
- ALAZRAKI, JAIME. «Facundo, de Sarmiento, y la novela hispanoamericana del dictador», en *Casa de las Américas*, 30 (180): 14-28, [La Habana, Cuba] 1990.
- ALENCAR, JOSÉ DE. *O guarani; Iracema; Ubirajara*. Rio de Janeiro: J. Olympio; Brasília: Instituto Nacional do Livro, Ministerio da Educação e Cultura, 1977.
- ALEXANDER, ROBERT JACKSON. *The Bolivian National Revolution*. New Brunswick, N.J., Rutgers UP, 1958.
- ALLEN, ANN TAYLOR. «Feminism, Social Science, and the Meanings of Modernity: The Debate on the Origin of the Family in Europe and the United States, 1860-1914», en *The American Historical Review*, (104: 4): 1085-1113, [Washington, D.C.] 1999.