



Una máquina del robo atolondrado Los relatos de mercado de Washington Cucurto

Cristian Molina
UNR - CONICET
Argentina

La máquina del robo

Los *relatos de mercado* son textos literarios que tematizan el mercado simbólico, ya sea a través de la presencia de agentes o de bienes que hacen evidente una dualidad económico-simbólica, siempre en tensión, constitutiva de dicho mercado (Bourdieu "The market of symbolic goods", 1984 y *Las reglas del arte* 2005b). De esta manera, permiten la lectura de los significados atribuidos al mercado simbólico, de los estados históricos del mismo, así como de las relaciones entre éstos y las prácticas (poéticas o de circulación) que sus autores realizan en él.

En este sentido, un relato de mercado no sería un tipo de texto al modo de género que, por ejemplo, Bajtín piensa en *Estética de la creación verbal* (1995b), ni tampoco como Adam piensa desde la pragmática discursiva en *Les textes: types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue* (1992). Porque para pensar un relato de mercado en cualquiera de estas direcciones, se



haría necesaria una forma más o menos estereotipada que funcionara como *estructura* común de una familia de textos. Lo que no hay, precisamente, en los relatos de mercado es una forma, una estructura común, apenas si es posible hablar de un corpus que el crítico construye y especula a partir de la aparición en los textos de un tema múltiple; es decir, del mercado simbólico (que en realidad está disperso y que siempre es varios temas). Por lo tanto, también es cierto que no cualquier texto puede pensarse como relato de mercado, si no tiene, por lo menos, alguna huella a partir de la cual el crítico pueda asirse para poder leer las relaciones entre el mercado y la literatura/arte y solo en este sentido es posible pensarlos como un tipo de texto. Digamos, en tanto corpus construido a partir de una tematización infinita y fugaz que ni siquiera debe entenderse como predominante en la totalidad del texto, sino que a veces constituye un momento breve donde una huella, una epifanía tal vez, permite al crítico imaginar y armar una ficción crítica de la relación entre literatura y mercado.

Los relatos de mercado de Washington Cucurto/Santiago Vega deben entenderse dentro de la maquinaria del robo que constituye el realismo atolondrado. Esta idea metapoética aparece con insistencia en el interior de su producción, ya sea en las solapas o en el terreno estrictamente literario o, incluso, en entrevistas, configurando uno de



los núcleos semánticos a partir del cual también se comprenden los vínculos entre praxis literaria y mercado (económico, no sólo editorial). Sin embargo, se trata de un concepto complejo, que admite diversas definiciones. En una entrevista, Cucurto/Vega sostiene que es “una designación que yo le di en joda a los textos” (Cavalli 1). Precisamente por ese carácter de joda, el realismo atolondrado se va definiendo sobre la marcha y varía desde definiciones temático-estilísticas (“es una mezcla de idiomas de la calle, guaraní, portugués, lunfardos, americanismos y de todo un poco, mezclado con muchas aventuras, sexo, cartón y amor” (Cavalli 1)), pasando por otras dos, más procedimentales. La primera, se configura en función de la poética de Dalia Rosetti en la nota de la página web de *Eloísa cartonera*, “¿Por qué hay que leer a Dalia Rosetti?”. Allí, Cucurto/Vega sostiene que la autora –seudónimo de Fernanda Laguna– es: “delirante, fresca, avanza casi sin mirar atrás, pero no por un concepto intelectual, como pensaría Virgilio Piñeira, sino por un *atolondramiento* que se vuelve extraña prepotencia del hacer y del vivir con todo” (1). Lo atolondrado de Rosetti, para Cucurto/Vega, consiste en el poder que la circunstancia adquiere en la estructura narrativa; pero se trata de una circunstancia que parece constantemente suceder ahí, enfrente de nosotros y que se nutre de lo vivido y del hacer. Es una definición vital-formalista, puesto que supone un acercamiento al lector de lo vivido como forma, del poder de la forma para hacernos percibir que



eso se vive en simultáneo con la lectura, a pesar de que haya acontecido en el pasado como materia vital. La segunda noción de realismo atolondrado es literaria y se relaciona con los planteos de Kamenzsain (*La boca del testimonio*) en torno de la idea del choreo. Cucurto/Vega postula la necesidad de “plagiar al plagiario”; o sea, de copiar lo que hacen otros o han hecho otros con la literatura y que son, a su vez, plagiarios –Arlt, Copi, Aira, Rosetti, según el mismo ensayo de la página de la cartonería.

En ese acto de plagiar, están implicados el festejo y la valoración del robo, aunque ya no sólo literario, sino en general, porque es una operación que desestabiliza el control del Mercado y de sus agentes, tal y como aparece en “Asalto a la Gandhi” del libro Zelarayán, que se incluye dentro de *Las aventuras*:

“Estábamos en Corrientes y Paraná
ipleno centro!
Con el charrúa goleador nos metimos
En Gandhi,
Había una mesa llena con los libros
De Juanele.
¡Quién le puso Juanele!
¡Esos rosarinos que no conocen el río!



El enzo se llevó los tomos de *En el aura del
sauce,*

¡Y aúra era corrido por un sauce!

Un vendedor alto, con barba y pelo largo” (56).

El robo es la manera de sacar de sí el control del mercado y de sus agentes. Entonces, comprendido como choreo, el realismo atolondrado de Cucurto/Vega genera puntos de fuga en el control del mercado –y los derechos de copyright (robar a Juan L, esa marca poética, ese autor) serían los principales afectados y, a través de ellos, todo el sistema, ya que, recordemos, según Weber, la propiedad privada es el pilar del capitalismo. De este modo, se produce la afección/afectación del realismo atolondrado por/sobre el mercado. Puesto que también la estética de chorear no sería menos capitalista que el mercado, ya que si bien supone alterar la propiedad privada mediante una ilegalidad a la norma del capital; por el otro, no hace sino consumir y adquirir un producto del capital, una mercancía, en el sentido marxista del término, validando el poder del fetichismo y la lógica del consumo.

El robo que supone el realismo atolondrado es, por un lado, circunstancia a través de la cual lo vivido puede plagiarse de la realidad y meterse (usado y deformado) en la literatura. De ahí los



usos de Cucurto de los lenguajes populares, desde la jerga de inmigrantes que aparece en sus poemas y prosas, hasta ciertos clichés que se roban de lo real y que han llevado a algunos a postular una especie de ambigüedad ideológica en los textos (Ludmer *Aquí América Latina*). Ocurre que el robo mete en la literatura todo el poder de la circunstancia, todo un estilo de la calle y del repositor, del inmigrante, del habitante de Constitución o del Once y ese uso aniquila o reduce al máximo el poder del autor de legislar y marcar ideológicamente su enunciado. Al respecto, Cucurto/Vega es claro en una entrevista: "Yo digo las cosas que la gente dice en la calle" (Cavalli 1). De donde se sigue que no es tanto la ambigüedad del autor lo que se pone en escena, sino una práctica que deviene ambigua porque opera robando de lo real la circunstancia de lo vivido o de lo dicho como estilo para transformarlo en literatura. Se podría pensar el choreo, la máquina del robo atolondrado como una estética de la reproducción y de la copia, tal como Mercedes Bunz lo indica en *La utopía de la copia*. La estética del choreo reproduce la lógica de la "copia idéntica" que generan las tecnologías de la información y de la reproducción digital, incluso la cultura pop; pero a través de una urdimbre en red dentro de la voz discursiva de un narrador que, a su vez, como desarrollaremos más adelante, está con-fundido con el autor (Washington Cucurto, la marca Cucurto, es también Santiago Vega). Sostiene Bunz:



“La copia clásica en tanto reproducción estaba orientada siempre hacia un punto de partida, hacia el original; su forma moderna consistió en la producción de una serie que, aunque ponía el acento en la sucesión, partía siempre, en negativo, de un patrón o, en positivo, de un prototipo. Con la copia idéntica se modifica la calidad de las relaciones establecidas entre original, copia y serie” (17).

Por eso, la estética del choreo genera una maquinaria del robo donde las relaciones entre propietario del enunciado que se plagia de lo real o de la literatura y el enunciador, quedan conflictuadas, suspendidas en una especie de indeterminación.

De ahí que en este caso, el robo pueda entenderse en dos sentidos principales: como un robo literario, mediante el cual Vega-Cucurto plagia los demás escritores, plagiarios que sostuvieron su práctica a partir de la práctica de otros, o, incluso, a sí mismo –como veremos– también porque hay que “plagiar al plagiario” y desestabilizar todo sistema de control, incluso, el de la literatura, y como la indicación de una correspondencia en la cual las circunstancias de la vida y del texto se ponen en relación a partir de estos robos; y aquí el robo incluye y retoma la definición de atolondramiento en Rosseti como poder de la circunstancia narrativa y vital; por ejemplo, como en *Las aventuras del Señor maíz*, donde el trabajo de



Cucurto-Vega como repositor de supermercado en los '90 se vuelve literatura y escenifica toda la intencionalidad estética de la praxis del choreo: usar aquello que pertenece a otro plano a través de su reproducción como copia. Un acto de apropiación pleno y desestabilizador. Pero hay más:

“¡Nace la estética del choreo! Me doy cuenta de que en el plagio, la reinención es fundamental para una literatura del futuro. Entiendo que la diversión, el absurdo son las claves del éxito. (...) Pero es difícil, ya lo dije en *La máquina de hacer paraguayitos*. Para afanar hay que tener clase. El que afana es doblemente diestro que el que inventa. Ser creador es fácil, lo difícil es agarrar un molde y rediseñarlo (*Las aventuras* 44-45).”

La estética del choreo es un arte de rediseñar un molde tomado no sólo de la literatura, sino, al mismo tiempo, de la realidad, mucho más potente que la invención. Por eso es Cucurto y no Vega el que aparece generalmente en los libros, porque el realismo atolondrado es un mecanismo de rediseño e interferencia entre la realidad vivida – y en este caso, de un aspecto de ella en el súper-mercado– y la propia literatura. Una máquina del choreo como reproducción, a través de la



cual se desestabiliza el mercado, porque se le roba sus productos o sus marcas de autor; pero que sólo es posible gracias a él y a su copyright, ya que no hay choreo sin propiedad privada o intelectual cotizada en el mercado. Y ese proceso de atolondramiento es el que hace posible la producción de la literatura por medio de un proceso – recordemos aquí el significado de atolondrado– irreflexivo; o sea, circunstancial; pero siempre económico: la vida en el súper, situación análoga a la de editor cartonero y a la de escritor que se venderá a una multinacional en los relatos posteriores a *Las aventuras*. Así concebido, el realismo atolondrado deviene punto o línea de fuga del mercado –con sus controles al orden y a la propiedad, en el sentido que Deleuze otorga a este concepto en *Deseo y placer*:

“Yo diría, por mi cuenta: una sociedad, un campo social no se contradice, pero lo que está primero, es lo que huye, huye desde el principio de todo y son sus líneas de fuga (aún cuando lo “primero” no sea estrictamente cronológico” [...] “Lo que está primero en la feudalidad, son las líneas de fuga que ella implica; tanto para los siglos X a XII, como para la formación del capitalismo. Las líneas de fuga no son por fuerza “revolucionarias”, lo contrario; pero es allí donde los dispositivos de



poder vienen a completarse" [...] "La estrategia no podrá seguir más que las líneas de fuga, sus conjugaciones, sus orientaciones, sus convergencias o divergencias. Aún allí, yo encuentro la primacía del deseo, ya que el deseo está precisamente, en las líneas de fuga, conjugación y disociación de flujos. Se confunde en ellas." (24-25)

No se trataría, entonces, de una distancia revolucionaria o un afuera del mercado, sino de una fuerza del deseo que genera sus líneas de agenciamiento desde el mismo mercado hacia la literatura y que, también desde ésta, genera sus líneas de fuga hacia el mercado y hacia el devenir de esas fuerzas en correlación. Es decir, el agenciamiento de la praxis de Cucurto a través del choreo desestabiliza –provoca la huída de– las dos series en su devenir.

Los relatos de mercado en Cucurto

Los relatos de mercado centrales de Washington Cucurto son: *El curandero del amor* (2006), "El amor es mucho más que una novela de quinientas páginas" (2008) y *1810. La Revolución de mayo vivida por los negros* (2008). Pero es su producción previa donde ya se



configuran los elementos y tópicos que luego se coagularán con esos relatos en relación con los robos que Cucurto realiza del estado del mercado editorial de fines de los '90 y de la década del 2000 para componer literatura. De ahí que tanto algunos de los poemas de *Zelarayán* (1998) y de *Como un paraguayo ebrio y receloso de su hermana* (2005), pero también las novelas *Cosas de Negro* (2003) y *Las aventuras del Señor Maíz* (2005) pueden considerarse relatos de mercado, si bien la tematización del mercado simbólico-editorial no posee la centralidad que adquiere en los relatos de mercado a partir de la publicación de *El curandero del amor* (2006).

En "Una mañana terrible", de *Zelarayán* aparece el poeta-personaje destruyendo las góndolas del supermercado:

"A las diez
De la mañana
Recitando sus mejores poemas
Asustando a cajeras y viejas
Con su aullido
Ricardo Zelarayán
Era arrastrado de los pelos
Por los guardias de seguridad
...
Por andar como un demonio



Entre las góndolas.” (91)

Lo que el poema *narra* pone en escena una especie de relación conflictiva entre literatura y supermercado. Al punto de que el poder de desestabilización de la literatura en el controlado mundo del súper preocupa a la seguridad del comercio que actúa con una violenta represión sobre el demonio poético. Hay un pasaje de *Las aventuras del Señor maíz* donde el motivo parece repetirse. Es el fragmento narrativo en el que Cucurto-Vega-Tyson garabatea en su mente los poemas de Zelarayán y los guardias de seguridad del super-mercado agarran de los pelos a un chico: “Escucho los gritos de un chico con Síndrome de Down que viene tirando los yogures y los kiwis de las góndolas. Los guardias de seguridad lo agarran de los pelos y lo sacan para afuera” (36). Pero en el caso particular de esta escena, el narrador comenta que lo sensibiliza al punto de que es la que dispara la escritura del primer poema de Zelarayán en una hoja de lechuga que trata de esconder para que nadie se la lleve o para que no se la descubra el supervisor. Es decir, a través de *Las aventuras*, el narrador remite a cómo se origina el poema “Una mañana terrible”: en un cruce entre literatura y realidad o en un robo de la realidad para hacerla literatura. Por un lado, el mundo de la violencia de la literatura de Zelarayán, por el otro, el niño Down que tira los yogures al piso. La máquina de choreo del realismo atolondrado hurta de la literatura y de



la realidad los materiales con los cuales narrar. Pero lo notable es que a partir de esa confesión nos enteramos de que el conflicto entre literatura y supermercado también afecta al narrador en tanto escritor de poemas:

“-¡Buscás esto, larva?

El gerente tenía en la mano la gran planta de lechuga. La estrujó entre sus dedos y la tiró al tacho. Soltó una carcajada y se fue a almorzar.

Vuelvo al conventillo llorando. Pongo sobre la mesa la vieja máquina de escribir *Simon and Shuster* que me regaló mi padre para aprender dactilografía y escribo. Comienza mi venganza, más letal que el mayor impuesto que pueda tener nunca el supermercadismo argentino. Pelo mi libro *Zelarayán*. ¡Cómo me divierto escribiéndolo! Es una burla a la clase media argentina y a sus modos, gustos y costumbres. Ataco y destruyo la buena literatura sin piedad. Juan L. Ortiz, Lamborghini, Copi, Zelarayán, Zurita, Millán, Elvira Hernández, Cisneros, Hinostroza, Maquieira, Desiderio, Edwards, Vallejo, Gelman, Gonzalo Rojas. Antes todos se reían de mí, ahora es mi risa la que asoma en el mundo, entre las góndolas de



un supermercado para vengarse de todo, mi horrible risa que es lo único que tengo y ahora soy el que se ríe de todos sin parar.

Años después, pienso que en esa lista también entraría yo y no veo la hora de destruirme a mí mismo. Quizá ya lo estoy haciendo. Dios quiera.”

(41)

Se trata, entonces, en estas primeras tematizaciones, de señalar las relaciones violentas que se entablan entre los productores del mercado editorial (escritores) y el mundo del supermercado. Una violencia que permea las relaciones y que define, incluso, el modo en que la literatura se produce: como una destrucción que no es sino un robo de la literatura y de la realidad, dentro del mundo de Cucurto, destinado a generar más literatura para reírse de todos. Pero hay, además, en particular en esa escena de *Las aventuras*, la insinuación de un modo de producción precario de literatura que no se detiene y que es posible, incluso, dentro de ese mundo del súper. El poema puede escribirse en la fragilidad de una hoja de lechuga y aún cuando se destruya, se recupera en la intimidad de la casa, donde la risa ante la máquina de escribir trae otra vez al mundo la escritura de la literatura. Lo interesante, entonces, es la positividad que supone la relación entre literatura y supermercado; a pesar de todo, del control



ejercido sobre los cuerpos y sobre las prácticas, en su interior y a partir de las experiencias y materialidades de ese interior, es posible hacer arte.

La fragilidad y la relación asociativa entre literatura y comercio en las primeras tematizaciones del mercado simbólico reenvía a las prácticas que el propio Cucurto-Vega realiza en el mercado editorial y en la literatura argentina (y latinoamericana) a partir de la creación de *Eloísa cartonera*. Desde la crítica literaria se han realizado diversas reflexiones y descripciones de la editorial que resultan pertinentes para comprender lo que se roba de la realidad para hacer literatura en estos primeros relatos de mercado. Julio Prieto ("Realismo, cumbia y el gozo...") ha indicado que:

"Washington Cucurto es también el nombre que rubrica uno de los proyectos editoriales más singulares de los últimos tiempos: la editorial Eloísa Cartonera, fundada en 2003 por Washington Cucurto y los artistas plásticos Javier Barilaro y Fernanda Laguna (quien a su vez es autora de varias obras de ficción publicadas bajo el pseudónimo de Dalia Rosetti). Esta editorial tiene la peculiaridad de que cada uno de sus libros ultrabaratos, hechos a mano por cartoneros de Buenos Aires con el propio cartón que la editorial



les compra (pagándolos hasta cinco veces por encima del precio de mercado) y elaborados a la vista del público, con la colaboración ocasional de autores y artistas plásticos, en un local llamado “No hay cuchillos sin rosas” que funciona a la vez como cartonería, galería de arte y verdulería, constituye una suerte de performance o acción artístico-comunitaria.” (111)

La relación entre comercio y literatura que comienza a configurarse en el poema de *Zelarayán* se vuelve acción performática a partir de 2003 en la fundación de Eloísa Cartonera que, como en ese poema, lleva implícita una relación económica y artística. No sólo funciona como una cartonería que da trabajo a cartoneros –ya sea por la pintura de tapas o por la compra del material–, también porque su local de venta es una verdulería. Y es ahí donde se establece inmediatamente el puente entre los motivos que componen *Las aventuras del Señor Maíz* y Eloísa cartonera. Así como el repositor, Cucurto-Vega trabaja en un local con góndolas de verdura que, además, le permite producir literatura, en todo el sentido que implica el verbo producir: desde la escritura a la edición y su comercialización. Y es esa relación la que imprime las posibilidades de circulación y de hacer literatura en Cucurto-Vega.



En esta dirección, Reinaldo Laddaga en *Espectáculos de realidad*, ha señalado brevemente sobre Cucurto-Vega:

“De modo que por algún tiempo me ha parecido que una manera de describir lo que hace un número creciente de los escritores más jóvenes es decir que sus acciones se proponen obedecer a cierto ‘imperativo categórico’ que se puede formular de la siguiente manera: opera de tal modo que tu ejercicio de las letras pueda articularse explícitamente con prácticas destinadas a incrementar las formas de la solidaridad en espacios locales.

Pienso en un caso como el del argentino Santiago Vega, que nació en 1973, cuyo seudónimo es Washington Cucurto, y que los observadores de la escena argentina coincidirían en que es, en esta escena, una presencia ubicua. Su obra consta de pocas pocas publicaciones, pero quienes hayan asistido a sus lecturas saben que estos textos funcionan mejor cuando son el punto de partida de ejecuciones. Y que, si deben estar impresos, su lugar más adecuado es en las publicaciones de una editorial llamada *Eloísa cartonera*, que Vega fundó



con Fernanda Laguna y Javier Barilaro hace unos pocos años, y que es una empresa peculiar. La empresa está fundada en el siguiente contrato: los directores de la editorial les piden textos inéditos o la concesión de los derechos de textos editados a escritores (Fogwill, Aira, Enrique Lihn, Ricardo Piglia: la lista es ya muy larga); los textos se fotocopian y un grupo pequeño de cartoneros los montan y pintan las cubiertas (hechas, claro, de cartón, a mano), por lo que reciben un sueldo del cual se deduce el precio del libro, que rara vez pasa de unas pocas páginas; los libros en cuestión se venden en un pequeño local, que es el lugar donde se componen, y donde también tienen lugar exposiciones de pintura. Esta ha sido, en los últimos años, una de las prácticas principales de Cucurto.” (17)

Hay dos cuestiones que Laddaga señala con precisión: que el proyecto de la cartonería es parte de un dispositivo de ejecución –lo cual incluye también la lectura performática– que permite a los textos funcionar mejor y que se articula con un modo de incrementar formas de solidaridad de los espacios locales. Por lo tanto, la articulación entre



economía y literatura está dada por la ejecución de dispositivos de edición y de solidaridad, en una especie de paralelismo con la relación violenta y siempre en tensión entre literatura y arte que se da en el espacio del supermercado. Es decir, mediante la ejecución de un dispositivo paralelo, se propone una relación alternativa entre economía y literatura. Lejos de la expulsión o del poder de control que supone la economía del súper sobre el arte, la cartonería y la verdulería confluyen en un mismo espacio ("Sin cuchillos no hay rosas") que permite el funcionamiento de ambas. Es más, la cartonería permite que la compra-venta del cartón y el trabajo de pintado de las tapas por parte de los cartoneros, también se articule con la conformación de un catálogo latinoamericano de alto nivel, que incluye, además de los mencionados, a escritores latinoamericanos como: Arturo Carrera, Sergio Bizzio, Fabián Casas, Gonzalo Millán, Haroldo de Campos, Mario Bellatín, Douglas Diegues, Frank Baez, Dani Umpi. Por lo tanto, Eloísa Cartonera funciona, por un lado, como un tipo de editorial que, según Vanolli, propicia mecanismos de socialización y micropolíticas que instauran puntos de fuga en la hegemonía del mercado y, por el otro, con un fuerte catálogo de autores de "literatura de calidad", elemento que Astutti-Contreras ("Editoriales independientes, pequeñas...") plantean como criterio para determinar el valor y el peso de una editorial en un medio determinado. Sin embargo, lejos de restringirse a establecer un



vínculo de socialización estrictamente local, la experiencia de la cartonería, como la llama Cucurto-Vega en varias entrevistas y textos, es de índole regional, puesto que se autopublicita como la editorial con “El catálogo más puntiagudo de la literatura latinoamericana” y puesto que tuvo réplicas en experiencias similares de Chile, Perú, Bolivia y Brasil, entre otros países de Latinoamérica.

De todos modos, algo de la conformación de ese catálogo Latinoamericano resuena en *Como un paraguayo ebrio y receloso de su hermana*, aparecido en Vox, otra editorial con una micropolítica editorial en la que Cucurto-Vega ha publicado varios libros de poemas. En ese mismo libro, a través del poema “Los libros del Centro Editor”, el yo discursivo exhorta:

“¡Son lejos lo más lindo de la historia cultural argentina!

¡La fantasía del editor, los coloridos libros del Centro Editor,

son trasmisión absoluta!

Y sus fascículos de Los Grandes poetas con los cuales aprendí a leer!

Centro editor fuiste más importante que mi padre y mi madre y

en mi juventud estuviste a la altura de Boca Juniors!



Hijo, Suni, cuando me muera vendan todo, que
no haya en la casa
las cosas de un muerto, pero a los libros del
Centro Editor
entiérrenlos conmigo!" (24)

El CEAL reaparece como modelo, pero no para construir un tópico sólo literario, sino como modelo editorial que alienta la propia puesta en marcha de *Eloísa cartonera*. Es conocido que el CEAL mantuvo desde 1966 hasta 1995 una política para poner el libro al alcance de todos y que, en su proyecto originario, se buscaba un precio del libro igual o similar al de un kilo de pan. Entonces, desde el punto de vista del proyecto, existía una consigna económico-cultural inclusiva, que pretendía, mediante la práctica editorial, hacer del libro un elemento similar al alimento más popular, puesto que la devaluación de su precio lo ponía a un mismo nivel que el pan. *Eloísa cartonera* también efectúa una intervención económico-cultural. Por un lado, persigue y promociona en las tapas de sus libros o en la página web un catálogo latinoamericano, inscribiéndose en la misma región cultural que el mismo CEAL porta en su nombre. Por el otro, se hace de la cultura un medio económico –volveré sobre esto– que le permite ganarse la vida a los cartoneros –y de un modo cinco veces superior a lo que se paga en el mercado del cartón.



El libro *Como un paraguayo ebrio y receloso de su hermana* aparece en 2005, igual que *Las aventuras del Señor Maíz*, donde vimos que existía una relación entre economía y literatura y en la cual un modo de producción del arte, en materiales frágiles –una hoja de lechuga– se ponía en escena como posibilidad de hacer literatura en medio del súper, del emporio mercantil. El empleo de los materiales frágiles de Eloísa para realizar sus libros; es decir, con hojas fotocopiadas y con tapas de cartón pintadas a mano –lo cual hace de cada ejemplar, un ejemplar único– está en sintonía con esa insistencia que desde el plano de la tematización aparece en estos primeros relatos de mercado de Cucurto. Por otro lado, hasta 2003, la publicación de los textos de Cucurto se había realizado en pequeñas editoriales (Ediciones Del Diego, Siesta), algunas de las cuales poseen una edición que puede considerarse frágil y hecha con materiales reciclados, como por ejemplo, los libros de Vox en los que aparece *Veinte pungas contra un pasajero*.

Algo muy diferente a lo que acontecerá a partir de 2006, cuando aparezca *El curandero del amor* (Emecé-Planeta). Los escenarios editoriales serán, desde entonces, otros, caracterizados, como vemos, por espacios multinacionales o por grandes editoriales que forman parte de Grupos editoriales transnacionales. Esto implica, por ende, un cambio en la tematización, puesto que la máquina del robo reproduce otras circunstancias de lo vivido. A partir de entonces, aparecerán los



agentes multinacionales en los relatos de mercado: “la multinacional que edita mis libros y vende mis contratos a la Universidad Pirelli de Estados Unidos” (*El curandero* 166). En 2008, con la publicación de “El amor es mucho más que una novela de quinientas páginas” (Reservoir Books-Mondadori) reaparece el tópico, sólo que ahora la tematización es la de “la agencia literaria de Perezlindo”, agente literario de las estrellas de la literatura latinoamericana. En *1810. La Revolución de mayo vivida por los negros*, el relato de mercado enmarca la narración en el prólogo, donde el escritor Cucurto cuenta cómo gesta la novela con el editor Santiago Vega que luego reaparece en la novela, tratando de interferir la escritura de Cucurto para generar un “producto”. En todos los casos, como vemos, es definitivamente el mercado editorial el que toma protagonismo, no ya sólo con los escritores que aparecían en una suerte de mundo aparte del editorial en los relatos de mercado previos, sino, ahora, sumergidos en él a partir de las relaciones con las editoriales o con los agentes editoriales transnacionales. Sin embargo, la persistencia es clara: en todos los casos, como en la etapa previa, se trata de establecer una relación entre literatura y economía.

Ya en *Cosas de negros* (2003), apenas arranca la novela, Cucurto comenta: “El comercio del mundo era hermoso y delicado como un tierno gatito en un poema de Penna... El dinero era la lontananza, la juventud y la bondad (65)”. En ese texto, como vemos, aparece una asociación entre el dinero-comercio y los poemas de



Penna, como si el encanto y la belleza del fetichismo del capital fueran, acaso, los mismos de una imagen literaria. Y sobre el final de *El curandero del amor* Cucurto narra:

“Casi todo el mundillo literario de la década del 90 está esperando en la vereda. Críticos, blogueros, poetas, reseñeros, periodistas, profesores universitarios, libreros, editores: todos miraban las montañas brillantes de oro boliviano con el cual estaban impresas las ediciones de mis libros en todos los idiomas imaginables, ediciones en rústica, en papel regalo, ediciones especiales numeradas y firmadas para círculos exclusivos de lectores, ediciones de bolsillo, ediciones populares de 500 mil ejemplares que editaron en sociedad mis amigos Lucho y Huguito Chávez para toda Latinoamérica; incluso había una edición que no conocía, fabricada especialmente por el gobierno boliviano, impresa en papel de coca y con una gran portada donde yo aparezco junto a San Evo.

Y esta noche la Multinacional tiraba una edición especial sólo para berazaticueños, del primer tomo



de mis memorias. Le doy las gracias a Merceditas Güiraldes." (174)

El mundillo literario de los '90 se asombra –como en *Cosa de negros* Cucurto– de la operación de enchapado en oro con la cual aparecen sus libros en el mercado literario a través de una multinacional. No es un detalle menor que la tematización en los relatos de mercado de Cucurto de la problemática del mercado editorial multinacional, coincida con la entrada del autor al staf de Planeta, por la cual aparece *El curandero*. El texto roba, de este modo, un aspecto de la realidad para transformarlo en literatura. El mercado editorial deviene tema en la literatura porque ha sido robado de la inmediatez de lo vivido, como los giros coloquiales o las circunstancias de Dalia Rosetti que le sirven a Cucurto para postular el realismo atolondrado o como los modos de producción de Eloísa cartonera en los relatos previos. El mercado editorial se tematiza, entonces, a través de la transmutación, del filtrado por la máquina del robo, de la circulación efectiva de la obra de Vega en la de Cucurto en el texto y, por primera vez, ambas a través de la multinacional Planeta. Este sistema de robos y trasmutaciones se refuerza en *El curandero*, sobre el final, cuando Merceditas le dice a Cucurto: “-Cucu, mi amor, ¿por qué no hacemos de nuevo libros de cartón? ” (211)



Vemos que ahora, la cartonería deviene también tema. No es insinuada a través de motivos asociados como en los relatos previos, sino que su aparición explícita es asociada a una narración nostálgica de Cucurto, a un recuerdo de una etapa previa a la de volverse un escritor consagrado y que Vega, coincidentemente, emprendió en la realidad antes de publicar en Planeta. En un momento anterior del texto, Cucurto agrega que él fabrica “libros cartoneros”. Lo que se instala, entonces, a partir de estos relatos de mercado, es la polarización entre grandes y pequeñas editoriales que atraviesa muchas de las reflexiones sobre el mercado editorial. Se configura, de este modo, un mercado dividido, en principio, en Grandes editoriales –multinacionales– y otras más pequeñas, entre las cuales se incluyen la cartonería –Eloísa cartonera– e Interzona editora que también aparece en *El Curandero*. Lo interesante es que Cucurto logra con lucidez rescatar que antes publicaba en esas editoriales y, ahora, se “vendió a las multinacionales” y llora. Esos cambios y deformaciones entre Cucurto y Vega son efectos de sentido destinados a marcar el contraste entre los dos tipos de editoriales; pero también a señalar dos lógicas diferentes de funcionamiento.

Malena Botto sostiene que en la década del 90 se polariza el mercado editorial argentino entre las grandes editoriales compradas por empresas multinacionales y toda una gama de pequeñas



editoriales independientes que se multiplican. Mientras las primeras, se dedican a la publicación de autores que se han consagrado previamente en el mercado, sin asumir riesgos; las segundas funcionan como verdaderos nichos de mercado que dan a conocer nuevos autores y preparan su consagración en circuitos más restringidos. Laura Ruiz, en *Voces ásperas*, insinúa que, lejos de perjudicar el funcionamiento del mercado, regula el funcionamiento del mismo, aunque a costas de los esfuerzos de las pequeñas editoriales. En este punto, si Cucurto insiste en la dicotomía, señalando la lógica económica que prevalece en los circuitos de las Grandes editoriales, al mismo tiempo, la desafía, publicando en todos los circuitos al mismo tiempo y a partir de señalar una degradación de la imagen precisamente por eso: "Mis amigos de antes miraban mis libros y murmuraban: "Es oro de verdad, ¿cuánto valdrán esas montañas? ¡Cómo se vendió este negro! Pensar que hacía libros de cartón." (176)

El carácter de "vendido" a las grandes ligas, se re-semantiza y se carga de un gesto polémico frente al robo de la realidad. Porque lo que se indica es cómo un escritor, Cucurto-Vega, que ha sostenido toda su producción en canales restringidos y dentro los cuales tiene un proyecto alternativo, de repente, salta a los circuitos editoriales hegemónicos.



Sin embargo, ese gesto es consecuente con las relaciones entre literatura y mercado que los relatos de Cucurto han inscripto hasta el año 2008. *El curandero* termina cuando el escritor consagrado ha acumulado dinero y la multinacional le regala una casa que, por la aparición de un muchacho, él dona para volverla un comedor comunitario. La literatura, por lo tanto, en fuerte contacto con el mercado, deviene recurso para generar dinero. Así, también en “El amor es mucho más que una novela de quinientas páginas”, aparecido en la antología de Grillo Trubba con poco conocidos escritores de los '90, Cucurto insiste en esta situación. En un momento del cuento, Perezlindo, “agente literario de las estrellas de la literatura latinoamericana” lo reconoce en Berlín y le dice:

“Nos conocimos en el teatro del Pueblo. (...) Fue en la época en que fuiste una figura literaria *mundial*. Después me enteré de que caíste en desgracia y hace dos meses te ando buscando...

–¿Para qué?

–Para ofrecerte un trabajo y rescatarte de la miseria. Armar un gran producto. Imaginate: el escritor latinoamericano que regresa del olvido y la



miseria. Cuántos libros podríamos vender.”
(262-263)

La escena es casi idéntica a la que se da en el Prólogo a *1810. La revolución de mayo vivida por los negros*; sólo que aquí, no se trata de un agente, sino del mismo Santiago Vega que le ofrece hacer dinero a Cucurto con la venta de un libro de narrativa histórica de mala calidad que destruya toda la historia y la literatura argentina; pero que se ofrezca con el agregado de unos muñequitos porque:

“¡Qué lectores, gil de goma! ¡El negocio está en el juguete! Vamos a vender más muñequitos que libros. Hay que apuntar a las madres, las madres son las que largan el peso. ¿Alguna vez viste un muñequito de Borges? Ni en pedo, nadie compraría un muñequito de Borges, de Cortázar, David Viñas, vos tenés tinneyers, tickis, grupis que te siguen a morir.” (9)

La literatura, para el editor Vega, es un recurso para generar dinero. Por un lado, esta operación puede leerse como re-escritura de



la tradición arltiana por la fuerte presencia del componente económico en relación a la literatura; sólo que aquí se trata de un Astier triunfante en relación con el dinero –volveré sobre este punto–; por otro, vuelve a generar un auto-robo de las palabras que Vega usa en sus entrevistas. Cuando un periodista le pregunta sobre las críticas por publicar en Emecé, responde:

“Sí, pero son las mismas críticas de siempre, que hago marketing, que soy un invento... Son los mismos prejuicios de antes, ahora aumentados. Pero no fui a buscarlos, ellos me llamaron y no veo por qué no editar un libro ahí. Aparte me parece bien que quieran pagar un libro mío.” (“El personaje hace cosas... 1)

Ese carácter de la literatura como recurso para ganar o generar dinero –Cucurto lo sabe bien– es cuestionado por el campo literario argentino, de fuerte raigambre denegatoria de la relación literatura y mercado. Pero se torna evidente su concepción de posibilidad de la misma como recurso no sólo en el salto que Cucurto da siempre en el interior de sus novelas, sino también de ese pasaje desprejuiciado y polémico a la publicación en una cadena multinacional que, para muchos artistas-intelectuales, podría ser considerado una traición.



Pero, fiel al gesto apolítico y polémico derivado de la lógica reproductiva de la máquina estética, el salto del personaje en la novela genera un robo del que acaba de realizar Vega al publicar las últimas dos novelas en Planeta. Y por medio de este salto, parece insinuarse que, de seguir con ese gesto denegatorio de la relación entre literatura y mercado, se pone en jaque la posibilidad de seguir escribiendo o, al menos, de que la literatura llegue a un público más amplio:

“Sí, puede ser, pero no hay que hacerle caso al marketing, la gente tiene que saber que eso se hace para llamar la atención, *para que se venda, y que es normal*. No se puede juzgar a un escritor por el marketing, los libros están para que se los lea, no para fijarse sólo en la contratapa. *Los escritores no están acostumbrados al marketing, pero a mí me gusta porque desconfío de las cosas serias, y si los escritores siguen manteniendo ese perfil tan serio, no llegan a la gente. Tampoco estoy diciendo que el marketing sea la mejor manera de llegar; es sólo una*. Yo escribo cuentos, poemas, novelas... no soy el Beto Casella de la literatura, como dicen en los blogs.” (1 – subrayado nuestro)



Cucurto no reniega de la operación de marketing y eso, dice, incomoda a algunos, porque los escritores no están acostumbrados. Pero de no hacer esta operación, insiste, la literatura no llega a la gente; lo cual no implica sumirse a la lógica del mercado, sino pensarlo como algo más que actúa en la circulación del libro y a lo cual Cucurto no parece dispuesto a renunciar. Sobre todo porque, como sostiene, los libros no están para ver la solapa o el sello editorial o la contratapa, sino para que se los lea y, en esa operación, es en donde en primera y última instancia se consume la literatura y su valor. De este modo, Cucurto desafía al campo intelectual y artístico argentino; el cual, según dejan entrever sus ficciones, despliega todo un arsenal de prejuicios denegatorios que prejuzgan una obra antes de leerla por el sólo hecho de su vinculación con el mercado. Y de lo que se trata, como veremos, no es únicamente de intervenir en la literatura –para desarmarla– con una operación de marketing, sino también de interferir en el mercado para hacer posible la literatura. Esa es, acaso, la apuesta más política de un escritor que hace de la incorrección política –son palabras de Sandra Contreras– una constante.

La construcción de la imagen: el reality



Esta doble afectación se destaca en la construcción de la figura de autor del narrador, escritor, autor y editor Cucurto-Vega. Porque si algo ha cobrado forma en este análisis, es cómo los filtros por la máquina del robo, generan la confusión –así lo llama Vega en sus entrevistas– entre la vida del narrador-personaje-heterónimo Cucurto y la del propio Santiago Vega. Se trata de un juego de espejos y de deformaciones recíprocas que sufren las imágenes de personaje y de escritor que se interfieren, como si todo el tiempo se tratase de una misma y diferente persona. Esa paradoja, como efecto de sentido, es, como veremos, producto de la relación entre literatura – economía que subyace a toda la producción de Cucurto-Vega. El propio Vega, en sus entrevistas, al tiempo que trata de separar a las dos imágenes de escritor, no hace más que ponerlas en relación, como si ya el hecho de hablar de Cucurto implicase hablar de Vega y viceversa:

“Cucurto hace lo que nunca haría yo.

(...)

No hay que equivocarse; es cierto que hago todo para que se confundan; pero un lector, un crítico no puede caer en esa pavada (Fiera 1).”



En ese juego de distancia y de acercamiento, Vega postula a Cucurto como una especie de alter-ego que realiza sus deseos; pero que no se corresponde con él. En el prólogo a *1810*, Vega aparece figurado como editor de Cucurto y lo que en principio busca poner una distancia en el nivel de la narración es aniquilado por la fuerza con que las tapas superponen las dos imágenes en las fotografías. Allí Cucurto tiene la cara de Vega o, en todo caso, es Vega disfrazado de Cucurto. De este modo, en *Cosas de negro*, en *El curandero* y en este último libro, se ofrece la fusión del rostro y del cuerpo de Vega disfrazado de curandero, de militar de la independencia o de negro cumbiantero que copula en los pastizales, al tiempo que se menciona como autor a Cucurto. Es más, el juego de solapas, por ejemplo, en *Las aventuras del señor maíz* otorga los datos de la vida de Vega a Cucurto. En esa “confusión” se produce, entonces, la imposibilidad –pese a las declaraciones de Vega– de separar a los dos como sujetos diferenciados, puesto que toda la maquinaria narrativa está puesta al servicio del robo que deviene proceso de interferencia de los planos de la realidad y de la literatura por medio de su interconexión e inter-afección.

Lo que me interesa rescatar es, no obstante, una insistencia en la cual se construye la imagen de Cucurto-Vega y las posibles implicancias de esa operación. Porque se trata siempre de la



construcción de un Astier triunfante. Si el personaje de Arlt, en su carrera por el ascenso social, no hacía más que fracasar en sus intentos de inclusión en la estructura productiva de la urbe y –tal vez por lo mismo– termina en el último acto de *El juguete rabioso* en una traición (Massota *Sexo y traición en Roberto Arlt*) o en la expresión máxima de libertad (Capdevila “Para una lectura política de la traición de Astier”), Cucurto triunfa, ya sea como cantante de cumbia, como repositor o, en las últimas producciones, como “estrella de la literatura latinoamericana” y Vega aparece en entrevistas mediáticas que se han multiplicado desde 2008, en las que refiere a viajes a Berlín, New York y Venezuela, así como a la explosión de réplicas de la cartonería en el ámbito internacional, con sucursales en Chile, Bolivia, Perú y Brasil. En el *IX SEMINARIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS DE LITERATURA: LITERATURA E REALIDADES*, llevado a cabo los días 13 y 14 de Octubre de 2008 en la PUC-Rio, Reinaldo Laddaga proponía que el escritor contemporáneo –el autor– busca convertirse o se presenta como “artista”. Nos interesa leer esa categoría en relación con la idea de escritor como estrella, para emplear un término que usó en la década de los '70 Jean Franco (“Narrador, autor, superestrella: La narrativa latinoamericana en la época de cultura de masas”) en referencia a los autores del Boom latinoamericano. Por lo tanto, así comprendido, Vega-Cucurto proyecta una imagen triunfalista y mediática del escritor-narrador-personaje que al tiempo que recupera



la imagen de un Astier que busca ascender socialmente, la desvía por medio de ese triunfalismo en el cual es plasmada la carrera por el mercado literario argentino.

En el blog de *El Curandero*, la exasperación de Vega-Cucurto –porque no sabemos quién habla– se produce cuando su editora le informa que en una semana vendieron 800 ejemplares del libro:

“Apenas una semana y mi editorcita de lujo me dice que el libro ya vendió 800 ejemplares. ¡No puede ser!, le dije. “Sí, Cucu querido, me dijo Merceditas, los gallegos de la madre España ya quieren hablar con vos! ¡Y ni pienses en volver a Interzona!”. En la librería Hernández quieren hacer un show de música con vos para fin de año, me dijo la gerenta de marketing.” (1)

Se puede leer allí, un robo entre el éxito de Cucurto mencionado en el final del *Curandero* y el éxito de ventas del libro que aparece en Planeta y que se suman al otro, el de la construcción de la imagen como estrella, que también aparece en el blog:

“Muchas fans del Norte de nuestro paisito atolondrado y cumbianchero me escriben a mi



casilla de yahoo. Una fans, Justina de la hermana provincia de Catamarca (oh, tú, comechingona del demonio!) me mandó tipiado lo que escribió la Sarlo. Yo no sé si será verdad, en San Fernando del Valle de Catamarca también hay intelectuales que leen la *HYPERLINK* " *HYPERLINK* " *http://bazaramericano.com* " *http://bazaramericano.com/"Punto de Vista*, parece! Esto sí que es genial, yo pensaba que sólo la Pronto y la Paparazi llegaban a todo el país!! "

(1)

Las seguidoras son fans, no lectoras, y se comunican con Cucurto-Vega por medio de una casilla de e-mails que aparece citada en la tapa de *El curandero* en los siguientes términos: "Insultos, agradecimientos, dedicatorias, mensajes de fans, etc: *HYPERLINK* " *HYPERLINK* "mailto:cucurto@yahoo.com.ar" *mailto:cucurto@yahoo.com.ar*" *HYPERLINK* "mailto:cucurto@yahoo.com.ar" *cucurto@yahoo.com.ar*". La confusión entre narrador-autor es aquí máxima; en una casilla de correo electrónico de la realidad Vega apela a que su fans se comuniquen con Cucurto. Los planos se cruzan, se interpelan y quedan sumergidos en la indiscernibilidad, razón por la cual se afectan constantemente. Por



eso es que Cucurto-Vega, se queja en sus entrevistas de que los críticos y lectores le atribuyen a él las incorrecciones políticas que proliferan en los textos. Porque las capas están superpuestas y no hay posibilidad de separarlas bajo ninguna teoría y con ninguna teoría de muerte del autor o de estructuras narrativas. El narrador y autor quedan interferidos y señalan las limitaciones que esas categorías suponen en la lectura de sus relatos de mercado. Es por este motivo que la noción de “narrador sumergido” de Sarlo, se vuelve inapropiada, porque aún emplea una noción de sujeto del enunciado que es meramente textual y que no posibilita dar cuenta de esa situación paradójica y ambigua de la interferencia.

La fuerza de ese robo que interfiere la imagen del autor-editor-personaje, no obstante, radica en la imagen espectacular con la cual es trazado. Ya sea en las tapas, como en el interior de los relatos, la lógica del espectáculo permea la obra de Cucurto-Vega. El desvío de la imagen del advenedizo arltiano, mediante el exitismo o triunfalismo, pueden pensarse en sintonía con la lógica del show, del reality o del concurso televisivo que consagran con su sola aparición en un medio masivo –y Planeta es una editorial masiva, por otro lado– a personas desconocidas en súper estrellas. Pero hay otra instancia en la cual se compromete la imagen en un show; cuando Cucurto-Vega es editado por Emecé-Planeta, utiliza *El curandero del amor* para



publicitar y referir a su obra aparecida en Interzona o a la que publica en *Eloísa cartonera* a través de señalar la reaparición de personajes y lugares y de enviar al lector a aquélla. La operación parece obvia: se usa un canal masivo, con lectores diferentes a los de los canales más reducidos, para promocionar la obra de un circuito restringido; lo cual da cuenta de cómo la literatura afecta y corroe la lógica de separación y polarización del mercado editorial. Pero –y esto complejiza la operación o, al menos, muestra su carácter publicitario– sería reduccionista o un intento forzado por ubicar la producción de Cucurto en sintonía con la corrección política, sobre todo porque en *1810*, Cucurto-Vega promociona en reiteradas ocasiones a *El curandero*. No se trata sólo de usar un canal masivo para ampliar el mercado de lectores y conducirlo a canales más restringidos, sino también, de publicitar toda la producción, de ampliar los horizontes de lectura y de llegada de la misma como marca registrada que trasciende cualquier indicación editorial y, por lo tanto, que está más allá –pero al mismo tiempo, y paradójicamente, adentro– del mercado editorial en todas sus dimensiones y es, así, destinada a la lectura, a llegar, a generar cosas, como declara en varias entrevistas (y si le pagan y lo publican en una editorial –parafraseo a Vega- Cucurto–, mejor).

Ha sido, en esta dirección, también Reinaldo Laddaga quien insistió en que algunos escritores latinoamericanos centrales han



publicado libros en los que “imaginan”, dice él, “figuras de artistas que son menos los artífices de construcciones densas de lenguaje o los creadores de historias extraordinarias, que productores de “espectáculos de realidad”, empleados a montar escenas en las cuales se exhiben, en condiciones estilizadas, objetos y procesos de los cuales es difícil decir si son naturales o artificiales, simulados o reales (14)”. Lo interesante de esta propuesta es que señala el carácter de interferencia que la configuración de tales espectáculos supone, ya que, al tiempo que son atravesados y estructurados por una lógica de la realidad –mediática– poseen un carácter performático para actuar sobre/en ella. Tamara Kamenzsain ha sostenido que la operación de Cucurto –y otros poetas que estudia en un capítulo de *La boca del testimonio*– consiste en montar un *reality* filmado con la misma cámara de sus protagonistas. Esta idea es interesante, sobre todo porque el reality se caracteriza por la apelación directa a la realidad y al testimonio de los protagonistas para construir un show que se plasma en imagen. En este sentido, Vega-Cucurto hace un uso literario de una técnica propia de los medios masivos pero –y aquí está la diferencia con Kamenzsain– eso no puede hacernos suponer que es sólo una profanación. En efecto, porque a este concepto, lo piensa en relación con los planteos de Giorgio Agamben, como restitución al uso de aquello que ha sido separado de la esfera de lo humano en un plano divino, sacralizado y religioso. Agamben termina su ensayo con una



propuesta que es la consigna política del epígrafe con el cual comienza el ensayo de Kamenzain: “La profanación de lo improfanable es la tarea política de las generaciones que vienen (119)”. Lo improfanable, en esta línea, es la religión o espectáculo del capitalismo instaurado como un absoluto y en la cual, por tanto, todo deviene mercancía destinada al consumo. La operación que realiza Kamenzain es, por momentos, contradictoria con la categoría de profanación a la que parece remitirse, porque olvida precisamente su carácter de improfanable. Kamenzain parece ver sólo profanación donde hay deslizamiento o cruce –y en alguno momentos integración– con la esfera económica y con la del espectáculo a través del reality. Porque, recordemos a Debord, el espectáculo es tanto resultado como proyecto del modo de producción existente (14). Entonces, si la profanación es restituir al uso de los hombres lo que se había separado de él –por la religión o espectáculo del capitalismo, diría Agamben–, ¿cómo es posible ver sólo restitución de la literatura al uso de los hombres –sostiene Kamenzain– por medio de procedimientos de reality y de los procedimientos del reality por medio de la literatura, sin ver, al mismo tiempo, un ingreso y, acaso, una integración de literatura en la esfera del espectáculo y económica y, por lo tanto, una separación del uso de los hombres para el uso del capitalismo en todas las complejas operaciones que Vega hace no sólo para que su literatura sea vendida, sino también leída? La categoría de profanación – así empleada por



Kamenzsain– sólo focaliza un ángulo; acaso el que algunos podrían pensar como el políticamente correcto de un escritor-personaje que, como sabemos, hace de la incorrección política también un espectáculo. Sin embargo, ese uso no permite pensar en la situación paradójica y compleja en la que quedan las operaciones de Cucurto en relación con el mercado y con la sociedad de consumo: profana lo improfanable a través de un robo en el cual se compromete la propia imagen; pero también al mercado y a la literatura.

Este comprometer es una puesta en crisis de la literatura y del mercado a través de robos que afectan las dos lógicas y que se repite en la mayoría de sus textos, definiendo al realismo atolondrado, también como una máquina del robo que rediseña todo desde la tradición de la mala escritura. Y pongo el énfasis en esa idea iterativa de un gesto que es constitutivo de la literatura de Cucurto-Vega y que él ha vinculado con la tradición de Aira-Copi-Arlt en el ensayo *¿Por qué hay que leer a Dalia Rosseti?* La idea de que: “Esta joven autora está inventando toda una nueva tradición. La tradición del escribir mal, de la inmediatez, de la rareza temática, “de la liviandad con peso”, que tanto sostuvo Aira en sus textos. Sabemos que Aira es un buen escritor, en cambio Rosetti es una genial mala escritora (1).” Desmontar la insistencia con la cual Cucurto-Vega atribuye a Rosseti su arrastre a un límite de la tradición de la mala escritura; pero que en



realidad, es también propia, es mucho más complejo de lo que parece. Sobre todo, cuando a lo largo de su obra, una y otra vez vuelve la idea de que “la calidad” ha dejado de ser un valor legítimo a partir del cual se pueda producir literatura –y no cualquier literatura, sino la verdadera literatura, esa que, como la de Rosseti, “invita al hacer todo y como sea sin darle tanta importancia a los resultados” (1). Eso re-aparece, como decíamos, en el prólogo a *1810*, donde Vega le comenta a Cucurto que:

“Cucu –me dijo Santiago, aferrándose a un vaso de cerveza Condorita–, la literatura, la historia, los personajes, no son lo importante en un libro. Cucu, los que hacen eso están perdidos. Usan palabras como calidad, logros, estética, poética, elipsis, simbolismo alemán, parodia, gauchesca. Esas palabras dejaron de existir hace cincuenta años y no tienen ningún valor.” (8)

Los espejos son evidentes. Vega le enseña a Cucurto lo que Dalia Rosetti le ha enseñado a Vega en su editorial por un texto que éste cuelga en la web firmado por Cucurto; o sea, que los valores de la literatura han cambiado y que, por lo tanto, la calidad ya no es un criterio o, al menos, y esto es lo que me interesa problematizar, la calidad como perfección o ejemplo sublime de manejo del lenguaje,



sino esa otra que han instaurado Arlt-Copi-Aira en Argentina: “la de la mala escritura”. Me parece importante hacer hincapié en esta categoría. Mala escritura es una operación-concepto complejo en Vega-Cucurto que Julio Prieto ha vinculado con una tradición que, desde su punto de vista, va desde Macedonio a Aira y que tiene sus continuadores en el presente, dentro de los cuales estaría Cucurto. Por un lado, mala escritura puede hacernos creer que remite a la idea de mal y de malditismo, con el cual Vega-Cucurto asocia la escritura de Rosetti en el texto citado y con el cual la editorial Planeta lo denomina en una operación de Marketing en la solapa: “el hecho maldito de la literatura argentina”. Pero acaso, así entendida, la categoría no sea una manera interesante de leer la literatura de Cucurto, ya que, si bien es cierto que podríamos encontrar una “lengua del mal” –el concepto es de Ludmer– en su producción, al mismo tiempo, ese mal de la lengua se *irrealiza* porque está despojado de carga religiosa; es puro goce y prejuicio o, mejor, exposición del prejuicio social y del goce del cuerpo, no aparición del mal en su relación con la maldad religiosa-metafísica. Aunque sí podría pensarse en un sentido próximo a Bataille, como una escritura de las manifestaciones del mal no necesariamente religioso, sino como mal introducido en el arte a través de un proceso transgresivo de sí mismo y constante que lo vuelve culpable de un crimen o un pecado esgrimido sobre sí. En esta perspectiva, el mal niega y afirma el arte al mismo tiempo, en una



alternancia fundamental (*La literatura y el mal*). De este modo, la mala escritura es la que se produce, parafraseando a Aira, yendo hacia adelante, sin detenerse; pero –y aquí habría una diferencia sustancial con Aira (porque hay que ser un buen escritor antes de poner en marcha el método (Véase Contreras *Las vueltas* 2001 y “Superproducción y devaluación” 2007))– sin importar los errores, gramaticales, incluso, que se produzcan en el camino. En este sentido, en *Las aventuras del Sr. Maíz*, por ejemplo, Cucurto-Vega espectaculariza sus errores de estilo y de ortografía invitando al lector a corregirlo, por medio de un folleto. Como vemos, la mala escritura en Cucurto-Vega remite a la necesidad imperiosa de no frenar y de seguir produciendo literatura, pero no basada en los criterios de la corrección –política, moral y ortográfica– sino en una pura libertad de acción. De este modo, en Cucurto mala escritura se asemeja a “escribir mal” como procedimiento por el cual hacer literatura en el mundo contemporáneo.

Como ha señalado Sandra Contreras (2007) en relación con César Aira, la operación que implica la puesta en marcha de un mecanismo de superproducción y el sostenimiento de una estética de la mala literatura, producen una devaluación del mercado de valores literarios argentinos. Porque si bien es cierto que hay un consenso sobre “la mala escritura” como forma vanguardista, según la cual



“el valor de la escritura –en tensión de la forma– reside en la capacidad de la práctica literaria para resistir críticamente a las formas de poder o a la trivialización de la mercantilización: de este trabajo formal, que requiere tiempo y vigilancia, y que traduce un imperativo (político, ético) de negatividad, la escritura obtiene toda su ganancia (su calidad) estética.” (Contreras 2007: 75)

Por eso, si la escritura de Cucurto, en consonancia con la de Aira, devalúa el mercado a través de la mala escritura de su realismo atolondrado; redobla la apuesta y la provocación. Porque no sólo demuestra que la literatura puede devenir mercancía con su proyecto cartonero y que puede ser un recurso generador de cambios en la sociedad a través de la compra de cartón –del mercado del cartón; a pesar de que declare que él no puede vivir de la literatura–, sino que con su salto a la editorial Planeta, vuelve a poner en evidencia ese carácter –“no está mal que me quieran pagar por eso”, dice Vega-Cucurto en una entrevista–; pero redoblando la apuesta: pasa a una forma de escritura bestsellerística, como indicó Sandra Contreras. Lo que nos interesa rescatar de esa lectura de Contreras es, por un lado, la atribución de una consciencia de la operación que la autora pone en evidencia a partir del folleto con el cual aparece *Cosas de*



negro, donde Cucurto-Vega declara que la literatura, en una especie de camino evolutivo, va siempre a la repetición y a su destrucción, a su conversión en producto. También que esa operación implica la conversión o, al menos, la búsqueda de conversión en best-seller de la propia obra, algo que el prólogo a 1810 pone de manifiesto, proceso que se traduce en una deflación del estilo, desde un estilo barroco a uno más llano, despojado de rasgos poéticos. En esa voluntad de reinventar la literatura argentina desde cero a partir de un bestsellerismo deflacionario, es que Cucurto posibilita y habilita una manera de que la literatura sobreviva en una sociedad de mercado y a pesar de que la misma siga por el camino descendente de devaluación de un concepto de lo que debía o no ser literatura –un verdadero robo de la propuesta de Arlt-Copi-Aira– y de las relaciones de distanciamiento que la misma debía mantener consigo misma y con el mercado: en fuga permanente; por lo tanto, rediseñando al mismo tiempo ese molde robado. Porque al tiempo que la literatura se transforma en recurso, las condiciones del mercado son afectadas con el ingreso como literatura de una fruta podrida, incorrecta políticamente o, como rezan las solapas, mal escrita, incluso, desde el punto de vista gramatical. Algo que en medio de la profusión de manuales de estilo, de corrección o de técnicas para aprender a escribir que pone en venta ese mismo mercado, resulta, cuanto



menos, desafiante.

© **Cristian Molina**