

## El tiempo mercantilizado y la posición del sujeto en la sociedad de consumo en *La prueba* de César Aira y *Mano de obra* de Diamela Eltit

Bruno Nassi Peric  
Universidad del Pacífico

**Resumen:** En las novelas *La prueba* (1992), de César Aira, y *Mano de obra* (2002), de Diamela Eltit, aparecen supermercados que pueden leerse como metáforas de la sociedad de consumo. En la primera, las protagonistas, tres muchachas adolescentes de clase media que no pasan apuros económicos, establecen una resistencia ante la alienación que supone la vida entregada al consumismo a través de un atentado contra un supermercado. En la segunda, a pesar de sufrir una cruel explotación laboral en el supermercado donde trabajan, los personajes no resisten, sino que se conforman e, incluso, reproducen este maltrato entre ellos. Estas reacciones, que a primera vista podrían parecer contradictorias, se deben a que, en *La prueba*, las protagonistas poseen un elemento que, en la sociedad de consumo, según Baudrillard, está mercantilizado y es crucial en la capacidad de agencia de los individuos: el tiempo. Los personajes de *Mano de obra*, en cambio, no pueden adquirirlo; el supermercado lo administra para ellos. De allí que cualquier resistencia sea imposible. En ese sentido, este ensayo analiza cómo la capacidad o incapacidad de poseer tiempo les brinda a los personajes de ambas novelas la posibilidad de enfrentar o no la alienación de la sociedad de consumo.

**Palabras claves:** César Aira; Diamela Eltit; sociedad de consumo; alienación; tiempo mercantilizado

Aunque *La prueba* (1992), de César Aira, y *Mano de obra* (2002), de Diamela Eltit, contienen tramas que se desarrollan en tiempos y en locaciones distintos, se presenta en ambas novelas un mismo establecimiento: el supermercado. En la primera, este es tomado por asalto por tres adolescentes de clase media (Marcia, Mao y Lenin) que aparentemente no tienen mayor relación con el recinto. En la segunda, en cambio, el supermercado es el lugar de trabajo -de explotación, en realidad- de un grupo de jóvenes, pero no sufre ningún atentado. Visto así, parece contradictorio que sea en la obra de Aira en la que se ataque al supermercado y no en la de Eltit. Mi propuesta es que, en realidad, no existe tal paradoja. En las dos novelas, el supermercado es más que un escenario: funge como representación de la sociedad de consumo por ser un espacio de transacción constante de mercancías, y también porque es un ambiente donde funcionan el control y la vigilancia constantes; en ese sentido, se puede afirmar que el supermercado tanto de *La prueba* como de *Mano de obra* es, en verdad, el (súper)mercado.<sup>1</sup> En consecuencia, las protagonistas de *La prueba* que atacan al supermercado, en realidad atacan contra el (súper)mercado y la inexorable alienación<sup>2</sup> hacia la que este conduce. Lo importante aquí es que ellas, a diferencia de los jóvenes de *Mano de obra*, pueden configurar su resistencia ante el (súper)mercado porque poseen un bien que en la sociedad de consumo es muy valioso: el tiempo; y aún más: el tiempo libre. En la novela de Eltit no hay resistencia posible, pues el (súper)mercado es el dueño del tiempo que los personajes, por ser pobres, no pueden comprar.

Mi propósito en este ensayo es examinar cómo la posesión de tiempo permite que en *La prueba* se establezca una resistencia frente a la alienación del (súper)mercado y cómo en *Mano de obra*, en cambio, la no posesión de este supone una condena inevitable de subyugación, que trae graves consecuencias como la imposibilidad de crear una identidad más allá de la que impone el (súper)mercado. Antes de todo esto, propongo dos acápites teóricos con respecto al supermercado y su representación del (súper)mercado, y al tiempo y su calidad de mercancía.

### Del supermercado al (súper)mercado

Tanto *La Prueba* como *Mano de obra* coinciden en describir a los supermercados como espacios de vigilancia.<sup>3</sup> Por ejemplo, en la novela de Aira, cuando las protagonistas entran al supermercado, el narrador dice: "Arriba había una oficina suspendida, una pecera [...] donde obviamente se ubica un guardia mirando toda la toda la extensión del supermercado, que no tenía circuitos cerrados ni nada parecido; la vigilancia se hacía de modo primitivo, tipo mangrullo" (57). En *Mano de obra* la vigilancia es más sofisticada: hay cámaras y supervisores que no dejan pasar ningún detalle por alto. De allí que el narrador en primera persona de la primera mitad de la novela hable de "la mirada absoluta del supervisor o la mirada más que especializada de la cámara" (29). Es tan compleja la vigilancia que incluso en la segunda mitad de la novela se comenta que "el supervisor supuso que Sonia estaba embarazada. Tenía un sistema especial para detectar los embarazos" (97). Queda, pues, bastante claro que existe una estructura de control fortísima.<sup>4</sup> Por ello, Olea llama acertadamente al supermercado "templo panóptico del

1. En este ensayo utilizaré esta grafía cuando sea necesario resaltar la identificación que existe entre el establecimiento del supermercado y el mercado en el sentido económico. Es importante remarcar que esto ya ha sido visto por la crítica. Por ejemplo, en un artículo sobre *La prueba*, Barros afirma que "El supermercado es aquí una metonimia topológica de la sociedad de consumo argentina de los años noventa" (137). Lo es, en efecto, pero no solo de la sociedad de consumo argentina, sino de la sociedad de consumo en general y de su enorme influencia en la vida contemporánea: "it shows to what extent consumption has become a defining element of our times and lives" (Hoyos, ch.3).

2. De acuerdo con Ander-Egg, "alienación" es "una palabra de moda para designar la situación del hombre contemporáneo y para hacer referencia a una categoría sociológica útil como herramienta de análisis y de crítica social" (27); asimismo, en cuanto al significado del vocablo, dice que "se nos aparece como la antítesis de realización humana (renuncia al proyecto humano) y como antítesis de libertad (constreñimiento exterior que impide el propio hacer). En uno y otro caso es una abdicación a ser persona" (39). Esta definición del término "alienación" es apropiada para el caso de la sociedad de consumo, pues, como anota Bauman, en ésta "nadie puede convertirse en sujeto sin antes convertirse en producto, y nadie puede preservar su carácter de sujeto si no se ocupa de resucitar, revivir y realimentar a perpetuidad en sí mismo las cualidades y habilidades que se exigen en todo producto de consumo" (25-26).

3. Uso el término "espacio" adrede, pues se puede considerar al supermercado como un no-lugar en los términos de Augé: "Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar" (44). El supermercado es un espacio de tránsito de personas y de mercancías; por lo tanto, es imposible que se establezcan allí relaciones más allá de la transacción de bienes. Al respecto Martín-Barbero afirma que "En el supermercado usted puede hacer todas sus compras y pasar horas sin hablar con nadie, sin pronunciar una sola palabra, sin ser interpelado por nadie, sin salir del narcisismo especular que lo lleva y lo trae de unos objetos a otros" (225 - 226). Es, pues, un espacio de aislamiento social a través de la alienación consumista.

4. Cabe resaltar que, como anota Fornazzari con respecto a *Mano de obra*, la vigilancia tiene también un efecto en la relación entre empleados y clientes: "The supermarket is marked by the camera's omniscient surveillance and hateful piercing gaze, which transform the clients and workers into enemies" (60). Esta es una arista más de la cruel explotación que sufren los empleados.

poder del consumo y de la supervisión del capital” (99). En la misma línea, Oliver comenta que “el almacén no de deja de ser un panóptico. Su arquitectura cerrada, la amplitud de los pasillos, la claridad de los colores, la distribución estratégica de los empleados y las múltiples cámaras de seguridad así lo atestiguan” (78). Estos críticos se refieren al supermercado de *Mano de obra*, pero es una descripción completamente extrapolable al supermercado de *La prueba* y, en general, a todos los recintos de comercio de mercancías.

Es acertado que se califique al supermercado como un “panóptico”, pues, como explica Foucault, esta construcción “is polyvalent in its applications; it serves to reform prisoners, but also to treat patients, to instruct schoolchildren, to confine the insane, to supervise workers, to put beggars and idlers to work” (9). A esta lista de vigilados, se agregan los clientes del supermercado, pues ellos son siempre considerados sospechosos de hurtar mercancías. Por eso existen, como se retrata en *Mano de obra*, guardias encargados de lidiar con los ladrones: “Pedro trabajaba como guardia en el súper. Vigiliaba los robos que se sucedían a cada instante” (113).

Foucault comenta que “Whenever one is dealing with a multiplicity of individuals on whom a task or a particular form of behaviour must be imposed, the panoptic schema may be used” (9). Esto es muy importante, puesto que lo que vigila la estructura panóptica del supermercado no es tanto que no haya ladrones, sino que el consumo sea constante y voraz. Se busca controlar que no haya disidentes, rebeldes, pues en la sociedad de consumo, el consumismo es la única conducta aceptada.<sup>5</sup> “La ‘sociedad de consumidores’ implica un tipo de sociedad que promueve, alienta o refuerza la elección de un estilo de vida consumista, y desaprueba toda opción cultural alternativa” (Bauman 78).

Se puede decir, entonces, que la sociedad de consumo supone una lógica penitenciaria, dado que obliga a sus miembros a permanecer encerrados bajo una única opción cultural, so pena de volverse parias o perder su ciudadanía, que se ejerce a través del consumo.<sup>6</sup> Esto tiene lógica, pues, como explica Moulián, “La instalación de la tendencia adquisitiva es una operación cultural, necesaria para realizar la acumulación en las sociedades capitalistas con gran capacidad productiva, a nivel interno o a nivel del sistema” (20).

Así, el supermercado, con sus sistemas de vigilancia, se configura en las dos novelas como el (súper)mercado, pues representa a la sociedad de consumo y al control que esta ejerce sobre sus miembros.

### El tiempo como mercancía onerosa

En la sociedad de consumo, el tiempo es muy importante:

Tal como claramente lo demuestra el uso lingüístico de expresiones como “tener tiempo”, “no tener tiempo”, “perder tiempo” y “ganar tiempo”, el grado de intensidad y celo que se invierte en las acciones individuales para igualar la velocidad y el ritmo del tiempo se ha convertido en nuestra preocupación más frecuente, desgastante y perturbadora. (Bauman 130)

Es evidente que parte de la actitud consumista que deben asumir los miembros de la sociedad de consumo consiste en vivir con la angustia constante de administrar sabiamente el tiempo, pues este puede ganarse o perderse. Baudrillard lo explica claramente:

El tiempo es una mercancía rara, preciosa, sometida a las leyes del valor de intercambio. Esto es cuando se trata del tiempo de trabajo, puesto que se lo vende y se lo compra. Pero cada vez más se da la situación de que el tiempo libre, para poder ser

5. Existe una diferencia importante entre consumo y consumismo: “A diferencia del consumo, que es fundamentalmente un rasgo y una ocupación del individuo humano, el consumismo es un atributo de la sociedad. Para que una sociedad sea merecedora de ese atributo, la capacidad esencialmente individual de querer, desear y anhelar debe ser separada (“alienada”) de los individuos [...] y debe ser reciclada/reificada como fuerza externa capaz de poner en movimiento a la “sociedad de consumidores” y mantener su rumbo en tanto forma específica de la comunidad humana, estableciendo al mismo tiempo los parámetros de estrategias de vida específicas y así manipular de otra manera las probabilidades de elecciones y conductas individuales.” (Bauman 47). Es decir, el consumo es una actividad natural del ser humano, mientras que el consumismo es una conducta social que aliena al individuo.

6. Al respecto, Sarlo explica que “Las ciencias sociales descubren que la ciudadanía también se ejerce en el mercado y que quien no puede realizar allí sus transacciones queda, por así decirlo, fuera del mundo” (24 – 25). Esto claramente va en sintonía con lo que explica Bauman y refuerza la obligatoriedad de consumir que la sociedad de consumo les exige a sus miembros.

consumido, debe comprarse directa o indirectamente (190; mi énfasis).

De esta cita se puede deducir que el tiempo -y, sobre todo, el tiempo libre- es una mercancía cara y, por lo tanto, como sucede con cualquier objeto costoso, solo lo compran quienes tienen suficiente dinero para hacerlo. Esta idea es crucial para mi argumentación, pues la diferencia entre las jóvenes de *La prueba* y los muchachos de *Mano de obra* es que las primeras provienen de una clase social que les permite disponer de ese preciado bien que es el tiempo libre y, a partir de este privilegio, establecer una resistencia contra la alienación del (súper)mercado. En cambio, los personajes retratados en la novela de Eltit no disponen de tiempo, porque es el (súper)mercado quien lo posee y, por supuesto, no les paga lo suficiente para adquirirlo. En consecuencia, no pueden configurar ninguna resistencia.

### ***La prueba*: resistir y atentar contra el (súper)mercado**

*La prueba* se inicia con una de las típicas caminatas que hace el personaje de Marcia entre los barrios de Caballito y Flores, en Buenos Aires. El narrador comenta que es una actividad que realiza “principalmente por hábito” (7). La palabra “hábito” es muy importante, porque mi lectura de la novela es que en ella suceden varios procesos de desfamiliarización<sup>7</sup> que en última instancia conducen al atentado contra el (súper)mercado, que sería un acto violento de desfamiliarización en contra de la alienación que este supone.

Todo esto solo es posible gracias a que la juventud que se retrata aquí pertenece a un estrato social que puede comprar no solo tiempo, sino también tiempo libre. Sin este, Marcia no podría dar sus largas caminatas ni los jóvenes que pululan por las calles de Flores podrían dilapidar su tiempo haciéndose bromas mientras permanecen arremolinados en los escaparates de las tiendas de discos. De hecho, el narrador afirma que su felicidad radica en el consumismo de tiempo: “todos esos chicos estaban perdiendo el tiempo. Era su sistema de ser felices” (9; mi énfasis). Si se considera que el tiempo es un bien preciado, estos jóvenes en particular están realizando un consumo de lujo al que no pueden acceder todos los demás jóvenes.

Con respecto a este punto, también es interesante anotar que el espíritu consumista de la juventud no solo se retrata en su felicidad basada en el consumismo del tiempo, sino que la novela los identifica con el propio “resplandor” que supone el consumo desmedido:

Aquí [en Flores] el fulgor de las perchas de mercurio deslumbraba, quizás por la cantidad de jóvenes que se miraban y conversaban o esperaban o discutían a gritos. En las cuadras anteriores, casi vacías de gente (hacia muchísimo frío, y los que no eran jóvenes con esa necesidad inútil de encontrarse con sus amistades preferían quedarse adentro) parecían brillar menos; es cierto que al pasar por ellas había sido más temprano. La hora parecía volver atrás, desde alguna medianoche, hacia la tarde, hacia el día. (9)

El brillo de las perchas de los comercios se acentúa porque son precisamente los jóvenes quienes les otorgan vitalidad. Esta estrecha relación entre juventud y consumismo no es extraña, pues ambos comparten el mismo mito, la novedad permanente: “La renovación incesante que necesita el mercado capitalista captura el mito de novedad permanente que también impulsa a la juventud” (Sarlo 41). Juventud y consumismo son las dos caras de una misma moneda, de allí que sea difícil separarlos.

Este es el contexto en el que se mueve Marcia habitualmente y del que

7. Tomo el término del ensayo *Art as Technique* (1916), de Viktor Shklovsky: “If we start to examine the general laws of perception, we see that as perception becomes habitual, it becomes automatic. Thus, for example, all of our habits retreat into the area of the unconsciously automatic” (15). Y el peligro de esto es que “Habitualization [sic] devours work, clothes, furniture, one’s wife, and the fear of war. If the whole complex lives of many people go on unconsciously, then such lives are as if they had never been” (16). Es plausible proponer que la sociedad de consumo trae consigo el peligro de la habituación. De hecho, para que el sistema funcione es necesario que sus miembros estén habituados a consumir constantemente de modo automático: “La mayor parte del tiempo consumimos de hecho, se diría que rutinariamente y sin demasiada planificación y sin pensarlo dos veces” (Bauman 43).

Mao y Lenin la desfamiliarizan. Cabe precisar, sin embargo, que ella es de alguna manera una *outsider*, es decir, es parte de esa juventud vinculada íntimamente con el mercado, pero a la vez mantiene cierta distancia: “Marcia lo captaba [el sistema de la felicidad de los jóvenes], aunque no podía participar” (9). No se explica por qué Marcia no participa completamente, pero sí se dice que los jóvenes que la ven pasar notan que ella es diferente y, por eso, se volvía “más y más el centro vacío de todas las miradas y conversaciones” (11).

El encuentro de Marcia con Mao y Lenin supone la primera desfamiliarización. Marcia se encuentra en su habitual caminata cuando escucha que Mao le pregunta: “¿Quieres coger?” (7). Se sorprende, pero rápidamente se da cuenta de que una expresión así “no estaba tan fuera de lugar, y quizás no podía esperarse otra cosa, en ese laberinto de voces y miradas” (7). Sin embargo, no pasa mucho tiempo para que Marcia considere que “No parecía una broma, no eran conocidas [Mao y Lenin], o por lo menos no podría reconocerlas con esos disfraces” (12). Este no reconocimiento inicial es muy importante, puesto que distancia a Mao y a Lenin del resto de jóvenes que se exhiben junto a las vitrinas de los comercios y será el motivo esencial por el cual Marcia finalmente acepta conversar con ellas.

Tras pensar inicialmente que la pregunta es una broma y luego considerar que no lo es, Marcia decide alejarse. Pero la pregunta y, sobre todo, lo particulares que le resultan quienes se la hacen, le generan un efecto desfamiliarizador: “En efecto, todo había cambiado. Marcia estaba trémula por el shock ligeramente demorado. El corazón se le salía por la boca. Estaba muda del asombro” (13). Marcia trata de convencerse de que es una sorpresa momentánea; no obstante, rápidamente se da cuenta de que lo familiar ha dejado de serlo, tanto es así que “en este momento un terremoto o una inundación sería el modo más seguro de mantener las cosas en su lugar, de preservar los valores” (14).

Parte de la sorpresa de Marcia es que la pregunta de Mao no sea una broma. Podría sugerirse, entonces, que lo lógico es que con mayor razón siga caminando y se aleje de ellas. Sin embargo, ocurre lo contrario: Marcia finalmente acepta conversar bajo la excusa de que “Siempre quise conocer algún punk, pero nunca se había dado la oportunidad” (20). Se puede sugerir que, dado el contexto consumista que retrata la novela, esta dirección de la trama es la más lógica: Marcia, a pesar de mantener su distancia con respecto a los jóvenes alienados por el consumismo, sigue siendo parte de esa cultura. Es decir, continúa en la paradoja de que el sujeto, para serlo, necesita ser y comportarse como un objeto. En ese sentido, Mao y Lenin le resultan objetos distintos a esos otros producidos en serie que son los jóvenes que ve diariamente en sus caminatas y, por lo tanto, atractivos.

Es importante recordar aquí que, en la sociedad de consumo, “la ‘verdad’ del objeto contemporáneo ya no es servir para algo, sino significar; es ser manipulado no ya como instrumento, sino como signo” (Baudrillard 139). Se trata, por su puesto, de un signo de distinción, de allí que las clases altas, por ejemplo, busquen “signos restringidos en número” (129) para diferenciarse de las clases emergentes que consumen lo *kitsch*, que “en esta lógica de la distinción, nunca innova” (129). Así, alejados de su dimensión de utensilio, los objetos se convierten en elementos que le brindan identidad a su poseedor.

En *La prueba*, juntarse con Mao y Lenin significa para Marcia obtener distinción: “No pudo evitar la pueril satisfacción de pensar que la envidiaban por estar con ellas [Mao y Lenin], por tener acceso a un modo de ser y pensar, tan esotérico” (22). Es evidente que Marcia se siente privilegiada por haber obtenido un objeto de lujo, un “signo restringido en número”. Pero, obviamente, no basta con tener el objeto fastuoso: es necesario exhibirlo para que adquiera valor. Por eso, se preocupa de que la vean con Mao y Lenin, esto es, de consumirlas: “Apuré el paso para

8. Barros comenta que la relación de consumo no solo existe entre el individuo y los objetos, sino “también con sus otros: consumimos otros. Se podría hablar así de un efecto de comunidad cuyo modelo se da desde la mercancía” (140). Es justamente esta comunidad la que retrata la novela y de la cual solo la violencia extrema parece ser la salida.

ponerse a la altura de las otras [Mao y Lenin], no fuera que alguien se confundiera y creyera que solo por casualidad habían entrado juntas” (22).

El problema de que Mao y Lenin configuren un objeto exclusivo supone que la comunicación entre las tres sea complicada, puesto que el único lenguaje que Marcia conoce es el del consumismo. Trata, por ejemplo, de abrir un diálogo contando un chiste del cómico argentino Jorge Porcel, pero la referencia no funciona:

-¿Quién es Porcel? -preguntó Lenin.  
-¿No conocen al gordo Porcel? (24)

Y aunque Mao sí sabe quién es el humorista, es un signo que no funciona para establecer un punto de comunicación efectivo. Marcia entonces se ve obligada a endilgarles una etiqueta y a partir de ella tratar de que sean las mismas Mao y Lenin las que se expliquen, pero eso tampoco funciona:

-En términos abstractos, me gustaría saber qué piensan los punks, por qué se hacen punks, todo eso.

(...)

No -la interrumpió Mao con una risita sarcástica sin ningún humor-. Estás completamente equivocada. Sos mucho más boluda de lo que vos misma creés. Nosotras no somos “punks”. (29 – 30)

Depetris comenta que “Repetidamente, Marcia intenta categorizar a Mao y Lenin en términos del consumo” (78). Por su parte, Barros dice que “Marcia intenta especificar y consumir a Mao y Lenin, hacerlas caber en uno o más estereotipos” (138). En efecto, Mao y Lenin resultan objetos exclusivos para Marcia, pero al mismo tiempo le urge categorizarlas para poder consumirlas, es decir, para terminar de apropiarse de ese objeto raro, no producido en serie.

Es importante mencionar que gran parte de este intento de Marcia por aprehender a Mao y a Lenin ocurre en un espacio bastante representativo de la sociedad de consumo: un restaurante de la cadena de comida rápida “Pumper Nic”, que estuvo muy de moda en Argentina y Chile en las décadas de los ochentas y noventas. Al principio, resulta sorprendente que sean Mao y Lenin quienes escojan este sitio, pero rápidamente queda claro que lo hacen para mostrar su desprecio por la sociedad de consumo. En primer lugar, se niegan a pedir alguna comida, lo cual es un atentado directo contra la lógica de este tipo de establecimientos: consumir. Luego, cuando se acercan las supervisoras a pedirles que se vayan por no ser clientas, las insultan e incluso a una de ellas la amenaza con un cuchillo. Sin embargo, es cuando aparece el personaje de Liliana -una muchacha coetánea que trabaja en el restaurante- que se nota el transversal desprecio Mao y Lenin sienten por el sistema económico en el que viven:

-¿Cuánto ganás? [le pregunta Lenin a Liliana]  
-El básico.  
-Qué boludas son -dijo Mao-. No entiendo para qué trabajan.  
-Yo trabajo para ayudar a mi familia y además estudio.  
-¿Qué?  
-Medicina.  
-Pero no me hagas reír. Seguí barriendo, doctora -dijo Mao.  
-Tengo que terminar el secundario.  
-Sí, por supuesto. Y la primaria.  
-No, la primaria la terminé. Estoy en tercero. Salgo de aquí y voy al colegio, al nocturno. Yo me sacrifico para salir adelante.  
El problema de este país es que nadie quiere trabajar.

Mao se enderezó en su asiento y miró de frente a Liliana:

-No sabés el asco que me das. Tomátelas, que no quiero pegarte. (32 – 33)

Digo que el desprecio de Mao y Lenin por el sistema económico es transversal porque desprecian el consumismo representado en el “Pumper Nic” y en el supermercado, pero también detestan a quien es víctima de ese sistema y que está alienada por este, pues no se da cuenta de que no es justo que siendo tan joven no es a ella a quien le correspondería “sacrificarse”. Esto, sin embargo, no despierta ninguna solidaridad en Mao ni en Lenin, tanto es así que incluso la primera dice: “A esa clase de gente hay que destruirla” (35).

Esta cita también es importante porque reafirma el privilegio social de Marcia, Mao y Lenin, que se muestra a través del hecho de que ellas tienen tiempo libre para gastarlo sin ningún problema en el “Pumper Nic”, mientras que Liliana está allí trabajando para luego irse a estudiar porque no posee el tiempo necesario para terminar el colegio regularmente, lo cual a la vez hace que en el presente de su vida no tenga tiempo que gastar.

El no poder categorizar efectivamente y, por lo tanto, aprehender a Mao y a Lenin hace que Marcia se decepcione de la experiencia de haber estado con ellas en el “Pumper Nic”: “Era una oportunidad perdida, y con ella se perdía todo lo demás y daba por cerrado el episodio” (49). No obstante, esta decepción pasa pronto. Mao le dice a Marcia que le hablará del amor y en su discurso explica que las mujeres desperdician el tiempo en contemplaciones; no obstante, arguye, “hay un *súbito*, un instante, en que todo el mundo se hace real, sufre la más radical de las transformaciones: *el mundo se vuelve mundo*” (51; mi énfasis). Es muy interesante notar que esta apreciación de Mao se parece mucho al rol que Shklovsky considera que posee el arte dentro del proceso de desfamiliarización: “Art exists that one may recover the sensation of life; it exists to make one feel things, *to make the stone stony*” (16; mi énfasis). Mao, al igual que Shklovsky, infiere que la realidad se ve usualmente opacada por una alienación; el teórico ruso llama a esto habituación, mientras que ella habla de contemplación. Y aunque de modos completamente distintos, ambos quieren acabar con esta sombra. Shklovsky aboga porque el arte lo haga; Mao, en cambio, opta por una acción violenta, prácticamente terrorista: tomar por asalto un supermercado y así a atacar al (súper)mercado.

Antes de comentar el episodio de la irrupción, es importante acotar que el discurso de Mao produce un segundo efecto desfamiliarizador en Marcia no por el contenido de este, sino porque mientras lo pronuncia, ella se da cuenta de la gran belleza de la supuesta punk: “Mao era hermosa [...] Era la chica más hermosa que hubiera visto en su vida [...] Estaba más allá de todos los pensamientos que podían formularse sobre la belleza: era como el sol, como la luz [...] Era objetiva. *Era una belleza real* (51; mi énfasis). En este momento, Mao (y Lenin, quien también se le figura como bella) deja de ser un objeto exclusivo para convertirse en una suerte de energía luminosa lejana al mundo de las mercancías.<sup>9</sup> Esto se enfatiza aún más cuando Marcia contrasta a Mao con sus compañeras de curso: “En comparación con Mao, eran algo así como ilusiones que caían ante lo real” (52). Las muchachas en las que piensa Marcia son dueñas de una belleza producida en serie; en cambio, Mao y Lenin poseen bellezas genuinas, es decir, que no son signos, sino que simplemente son verdaderas.

Digo que Marcia se desfamiliariza nuevamente con este descubrimiento porque su relación con Mao y Lenin deja de ser la de una consumidora que está ante un objeto exclusivo que no termina de comprender y se transforma en una admiración que no está mediada por el consumismo, sino por el deslumbramiento de una legítima belleza. Así, entonces, primero Mao y Lenin desfamiliarizan a Marcia del mundo de la reproducción en serie que son los jóvenes que ve en sus paseos diarios,

9. Utilizo este término en el sentido de Baudrillard: “It is [el simulacro] rather a question of substituting signs of the real for the real itself; that is, an operation to deter every real process by its operational double, a metastable, programmatic, perfect descriptive machine which provides all the signs of the real and short-circuits all its vicissitudes” (366). Si el valor de signo sustituye al valor real, entonces la sociedad de consumo configura un simulacro, pues no se basa en el consumo de lo real (utensilios), sino de sus signos.

con lo cual pasa al ámbito de los objetos exclusivos. Luego, el súbito descubrimiento de la belleza de las muchachas la desfamiliariza otra vez, pero ahora del ámbito del simulacro y la ubica junto a ellas en el ámbito de la realidad. Se trata claramente de un proceso gradual, como ir saliendo a flote poco a poco hasta llegar a un punto donde se puede percibir auténticamente al mundo, sentirlo como tal:

La belleza y lo distinto estallaban en la noche, y la transformación que producían no era, como las anteriores que había creído percibir (ésta las cambiaba de naturaleza), la vuelta de página a una nueva versión del mundo, sino la transformación del mundo en mundo. (53)

Todo esto hace que por fin Marcia entre en sintonía con Mao y Lenin, y, en consecuencia, pueda acompañarlas en su empresa de atacar el (súper)mercado, que significa, por añadidura, arremeter contra el simulacro. Esta es la verdadera prueba, no simplemente entrar y robar algo, como cree Marcia al principio. Ella debe demostrar que su desfamiliarización es verdadera y que realmente puede funcionar en ese mundo que ahora empieza a sentir como mundo. Ciertamente, no participa activamente del asalto, pero tampoco lo impide ni se escapa; fiel a su carácter observador, ve cómo la representación de la alienación consumista se disuelve (se consume) primero por la violencia y luego por las llamas.

Cuando Mao toma el control de la cabina de seguridad que está suspendida sobre el supermercado, se dirige a los clientes a través del micrófono usado para anunciar las ofertas; les dice: “Este supermercado ha sido tomado por el Comando del Amor. Si colaboran no habrá muchos heridos o muertos. Algunos sí habrá, porque el amor es exigente” (60). Esta declaración, junto con toda la violencia, constituye la tercera desfamiliarización en el texto. Esta vez, sin embargo, ya no es Marcia quien la experimenta; de hecho, por estar sintonizada con la realidad de Mao y Lenin, “A Marcia no le resultaba increíble [el asalto al supermercado]; al contrario, no habría podido creer otra cosa” (58). Esta vez los que se desfamiliarizan son, en primer lugar, los lectores del texto, pues no hay ningún indicio en el desarrollo de la trama que sugiera el ataque al supermercado; a partir de este, además, la narración presenta imágenes que podrían pertenecer a las de una película del género *gore* (hay sangre, disparos, una decapitación, fuego, etc.).

En segundo lugar, los clientes del supermercado también son desfamiliarizados: su actividad habitual de compra se ve transformada en una escena de gran violencia; dejen de ser clientes para convertirse en “espectadores víctimas” (59). Este calificativo es muy importante, puesto que el narrador califica varias veces al asalto al supermercado como un espectáculo. En efecto, Mao y Lenin, con la aprobación silente de Marcia, montan un espectáculo, pero se trata de uno que ataca directamente al espectáculo que supone el consumismo. Debord explica que el mundo en el que se desarrolla la sociedad del espectáculo es aquel en el que la mercancía se encuentra “dominando todo lo vivido” (XXXVII; 21).

Justamente, ese mundo donde reina la mercancía es aquel de los jóvenes que Marcia ve en sus paseos; es ese mundo de los signos, del simulacro, de las contemplaciones; un mundo que no se siente como mundo. En la novela, el supermercado lo representa y, por eso, el atentado se dirige contra él. Y también por ello, el supermercado es “el locus de la transformación más central de la novela: el devenir-sujeto de Marcia” (Barros 148). Ahora ella pertenece al mundo que se siente como mundo en el que están Mao y Lenin. Por eso, la novela finaliza ya no llamándolas a cada una por su nombre, sino hablando de “tres astros huyendo en el gran giro de la noche” (71).

### **Mano de obra: la sujeción a través del tiempo**

Pastén comenta que “si existe un texto donde la colonización de las mentes y del cuerpo por parte del mercado se ejerce de manera despiadada, ese texto es *Mano de obra*” (158). Efectivamente, el bien de mayor valor que posee el (súper)mercado de *Mano de obra* no está en alguno de sus estantes, sino en sus empleados, pues es dueño de sus cuerpos y de sus mentes (y, por ende, de sus identidades).<sup>10</sup> Esto se ve, por ejemplo, en lo que declara un trabajador del supermercado en la primera parte de la novela: “Estoy poseído, lo afirmo, desde la cabeza hasta los pies por un síntoma enteramente laboral, una enfermedad horaria que todavía no está tipificada en los anales médicos” (40). Si hubiera que darle un nombre a su enfermedad, indudablemente sería “consumismo”, pues este no solo supone individuos que compren compulsivamente (“colonizados” por la publicidad), sino también individuos que se encarguen de la logística detrás de las ventas; esta es la otra cara del sistema que, obviamente, no se muestra.

El trabajador sigue con su queja (formulada hacia sí mismo): “Estoy enfermo en un lugar indeterminado de mí mismo, ya lo he dicho, el cansancio, el sopor, transcurren paralelos a mis órganos” (44). Esto no impide, sin embargo, que recuerde una época en la que “todavía era sano y no me habían deteriorado las mercaderías” (45). Se trata, insisto, de la enfermedad consumista. Si para los jóvenes de *La prueba* esta consistía en perderse en la contemplación, para los de *Mano de obra* supone verse disueltos por la explotación. Sin embargo, en el caso de Marcia, Mao y Lenin, su posesión de tiempo les permite resistir utilizando la violencia, que se configura también como un objeto que no todos pueden poseer. De hecho, en la segunda parte de *Mano de obra* es evidente que la violencia para ellos, al igual que el tiempo, es un lujo que, si deciden “comprar”, los dejaría sin comer:

“Me dan ganas de decirles que se metan la cagada de trabajo por la raja” -nos había dicho Gabriel mientras salíamos del súper. Nosotros movimos la cabeza, molestos. Pero interiormente sabíamos que tenía razón. Que cada uno de nosotros queríamos expresar lo mismo: “que se lo metieran por la raja”. Pero no podíamos. No podíamos. Aunque nos habían quitado horas de trabajo, a pesar de que nos habían bajado considerablemente los sueldos, más allá de un cúmulo de atropellos que teníamos que soportar, necesitábamos el salario para sobrevivir. (91)

Tristemente, a pesar de que se trata de un espacio opresivo<sup>11</sup> (largas jornadas laborales, a veces de veinticuatro horas sin pago extra, con la obligación de realizar muchas tareas bajo la vigilancia panóptica del supermercado) el trabajador sufre una suerte de síndrome de Estocolmo con respecto a quien mantiene cautivos su mente y su cuerpo: “Pero cuando estoy fuera del súper, alejado de las miradas que me podrían enjuiciar, me apeno. La verdad es que no soy de fierro y la oscuridad realista de la calle me resulta francamente perturbadora” (31). Perturbador resulta, en realidad, el profundo grado de alienación de este trabajador, cuya identidad no existe, pues el (súper)mercado ha “colonizado” su ser enteramente. No sorprende, por eso, que incluso en los breves momentos de descanso -que no es tiempo libre, sino tiempo para reponer fuerzas que serán nuevamente exprimidas por el supermercado- se cuele el (súper)mercado: “Porque (yo) las noches las dedicaba (cuando refulgía el don de mi salud inquebrantable) a recordar la situación de las mercaderías” (40). En esa misma línea, en la segunda parte de la novela, el tiempo de descanso del personaje de Gabriel, encargado de ordenar las compras de los clientes, está también tomado por el (súper)mercado: “Gabriel, mucho más que iracundo, ensayaba, en las noches, múltiples maneras de envolver” (111). Estos ejemplos sirven también para corroborar que el (súper)mercado es el dueño absoluto del tiempo, con lo cual “a dystopic vision emerges that

10. Jáuregui enfatiza que esta realidad es no solo la de los trabajadores de los supermercados, sino en general la de todos los trabajadores bajo el dominio del (súper)mercado neoliberal: “El trabajo des-regulado y desprotegido convierte el cuerpo del trabajador en mercancía barata objeto del consumo productivo y a merced del capital” (602).

11. Núñez-Méndez sintetiza muy bien el modo en que *Mano de obra* presenta al supermercado: “un ambiente agresivo y controlador donde el hombre se siente enajenado y dominado, sin escapatoria alguna, bajo una agobiante mecánica de supervivencia” (88).

reveals a new regime of domination where the workplace is extended to the point that it encompasses the totality of life" (Fornazzari 61).

Hay un episodio especialmente atroz de mutilación que ilustra la violencia y crueldad con la que el (súper)mercado coloniza a sus empleados. Se trata del accidente que sufre Sonia, quien es trasladada de su puesto de cajera a la carnicería, donde un día se cercena el dedo índice:

La pobre Sonia condenada al fluir de su sangre (impura, humana, inadmisible) que inundaba, con un nuevo espesor, el mesón de la carnicería. Y su dedo, al final de una loca y repugnante carrera, terminaba confundido con los abominables restos de pollo. (123 – 124)

Aquí, el (súper)mercado literalmente se queda con la sangre de la trabajadora y su cuerpo se confunde con su mercancía, por lo que "el lector confronta la imagen de un fragmento de cuerpo mezclado con (y no descifrable de) la mercancía que ella prepara para la venta" (Lazzara 160). Es por esta unión cuerpo-sangre-mercancía que esta escena es la que representa con mayor crudeza la posesión corporal que ejerce el (súper)mercado con respecto al cuerpo de sus trabajadores.

Pero aún peor que el accidente de Sonia es acaso la reacción del (súper)mercado a través de los supervisores, de los otros compañeros de trabajo y de los clientes: "Sí, porque Sonia permanecía doblada ("la culiada topre") después de un descuido absurdo que había enfurecido a los carniceros y a los supervisores [...] Ay, Sonia clamaba por su dedo desde el fondo de la carnicería, asustando a los clientes" (124). La deshumanización es total: el accidente de Sonia provoca ira, porque no se le considera una persona, sino una pieza que falla. Lazzara afirma que "los cuerpos se vuelven utilitarios y sumisos; están a la merced del engranaje ideológico del capitalismo neoliberal" (156). Fornazzari, por su parte, plantea que "the service workers form a material part of the supermarket to such a degree that their whole existence is tied to the order of the supermarket products" (57). En efecto, el cuerpo de Sonia y el de todos los trabajadores son considerados por el (súper)mercado como meros productos que, cuando fallan o dejan de ser útiles, se pueden desechar, pues el capitalismo neoliberal en el que les toca vivir los ha despojado completamente de su valor humano. Por eso, desde que son candidatos a trabajar en el (súper)mercado se les clasifica a la intemperie como si fuesen mercancías: "Hileras de mujeres o de hombres (ahora, para controlar mejor el proceso los clasificaban por sexo, por peso, por porte, por salud, por edad, por oficio) parados en medio de un frío inacabable" (111).

Con todos estos ejemplos queda bastante claro que el (súper)mercado es una suerte de vampiro que diariamente succiona los cuerpos y las psiquis de sus trabajadores.<sup>12</sup> Sin embargo, surge una pregunta muy importante: ¿Cómo ejecuta el (súper)mercado esta sujeción, es decir, qué mecanismo utiliza para "colonizar" a sus empleados? La respuesta es bastante obvia: el tiempo.

Como expliqué en el apartado teórico, para Baudrillard el tiempo es una mercancía sujeta a las leyes del mercado. Los personajes de *Mano de obra* reciben un salario bajo que no les permite comprar tiempo y, en consecuencia, disponer de este o administrarlo (mucho menos perderlo, pues no se puede perder lo que no se tiene). Para ellos, el tiempo es un bien que se encuentra en uno de los almacenes del (súper)mercado, pero que no pueden comprar. Entonces, como este lo posee, lo administra a su antojo y a su conveniencia; se vuelve el hilo con el que controla a sus empleados. El siguiente pasaje es bastante demostrativo al respecto:

Porque si pedíamos permiso para hacer un trámite, si salíamos a respirar al jardín, si nos apoyábamos en los estantes, si

12. La metáfora no es gratuita: la asociación vampiro-capitalismo es constantemente repetida. Empezó con Marx: "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" (I; VIII; 279 – 280). Continúa hasta la actualidad con autores como Hakim Bey.

engullíamos un dulce, si nos sentábamos a cagar en el baño, si nos daba hambre y sacábamos un yogur vencido de los refrigeradores, si nos faltaban las fuerzas, nos despedían en el acto. (88)

Esta cita conecta muy bien la sujeción del cuerpo que comentaba al inicio de esta sección con la dominación a través de la posesión del tiempo. Actividades corporales esenciales no pueden ejercerse libremente porque se necesita tiempo, y este le pertenece al (súper)mercado. Para él, que sus empleados lo tomen consistiría un robo equiparable a tomar alguna mercancía de los estantes, lo cual se castiga inmisericordemente con el despido. En consecuencia, en esta dinámica perversa, “Si quiere sobrevivir, el empleado debe aprender a gobernar sus debilidades, a dominar la multiplicidad de estímulos, a ser un asceta” (Rodríguez 293).

Olea afirma que “Eltit construye una narrativa del sujeto disuelto por la brutal penetración del poder en su cuerpo y en su vida” (1). Me parece importante que esta crítica comente que la posesión o colonización del trabajador por parte del (súper)mercado ocurra también en su vida, pues, en efecto, el no poseer tiempo hace que la subyugación suceda no solamente dentro del espacio físico del supermercado, sino también en todos los ámbitos vitales, lo cual trae una serie de consecuencias que conviene revisar. Pero antes de hacerlo, se debe también que notar que los trabajadores son conscientes de su desposesión de tiempo; ellos saben que el (súper)mercado lo controla y que la consecuencia de esta situación es que sea usado en su contra: “Pero todos nosotros ya estábamos afectados por el tiempo que nos apuntaba con su dedo inflexible y prácticamente no teníamos maneras de resistir” (134). Como el tiempo le pertenece al (súper)mercado y no es posible comprárselo, se vuelve un arma peligrosa e invencible.

Asimismo, Tompkins señala que “Aunque en *Mano de obra* no se brinde una noción de cuánto tiempo transcurre, es obvio que es suficiente como para que los personajes avejenten, se enfermen, se vuelvan adictos” (123). Esta observación es muy interesante, porque, en efecto, no existen dentro de la trama marcas temporales concretas que permitan determinar si lo narrado transcurre durante días, meses, o años. Me parece lógico que así sea, puesto que los narradores de la primera y segunda mitad son trabajadores del (súper)mercado y al narrar sin huellas temporales enfatizan su desposesión de tiempo.

Una primera consecuencia de la colonización del cuerpo y de la vida en general de los trabajadores es la imposibilidad de construir una identidad. En *La prueba*, Marcia, Mao y Lenin, gracias a su posesión de tiempo libre, pueden resistir a la identidad que les ofrece el mercado encarnada en sus coetáneos. Ellas pueden atacar al (súper)mercado porque este no las controla a través del tiempo. En *Mano de obra* la situación es diametralmente opuesta, lo que le permite al (súper)mercado endilgarles a sus trabajadores la identidad que mejor le convenga para sus fines lucrativos. Ellos, por supuesto, lo saben: “Círculo y me desplazo como una correcta pieza de servicio.<sup>13</sup> ¿Quién soy?, me pregunto de manera necia. Y me respondo: ‘una correcta pieza de servicio’. No me respondo nada” (58; mi énfasis). La pregunta, en efecto, es necia porque la respuesta es evidente; se trata de un cuestionamiento que no tiene sentido formular porque no hay posibilidad de elaborar una contestación que se escape a los dictámenes del (súper)mercado. Y como reconoce el trabajador, en realidad él no se responde nada (no puede hacerlo), quien verdaderamente lo hace es el (súper)mercado.

La segunda mitad de la novela ofrece ejemplos de lo humillante que resulta que el (súper)mercado sea el que otorgue las identidades. Un caso bastante ilustrativo es el de Isabel. Al inicio, se dice que a ella le va bien porque es promotora de tres productos, por lo que recibe tres

13. El siguiente comentario de Martín-Barbero va en sintonía con esta apreciación: “Los sujetos en el supermercado no tienen la más mínima posibilidad de asumir una palabra propia sin quebrar la magia del ambiente y su funcionalidad... Los trabajadores no son más que su rol: administrador, supervisor, vigilante, cobrador o modelo, y cuanto más anónimamente lo ejecute tanto más eficaz.” (226)

En ese mismo sentido, Rodríguez comenta que “en el supermercado de *Mano de obra* el capital no está fijado en las máquinas, sino en el cuerpo de un trabajador que se ha vuelto la caja de herramientas de un trabajo” (290). Lo que comentan ambos críticos es cierto porque para el supermercado y para el (súper)mercado los trabajadores son solamente herramientas que utiliza para mejorar sus dividendos; son, como dice el trabajador, piezas de servicio.

salarios. Sin embargo, para que esto ocurra así tiene que ser, según su propia declaración, una “lameculos”:

Sabíamos que adentro uno de los supervisores les estaba lamiendo el culo. Eso nos dijo ella. ‘Me lame el culo’. Agregó que ella también era una lameculos porque dejaba que ‘ese viejo asqueroso’ (lo dijo despacio) le pasara la lengua por el tresero. (64)

Isabel debe aceptar esta identidad de “lameculos” que le ha impuesto el (súper)mercado para poder trabajar en él y, por lo tanto, poder subsistir. Por eso, cuando entra en una especie de depresión y deja de cuidar su aspecto físico, el narrador comenta que “Resultaba demasiado peligroso lo que le sucedía” (107) y enumera las acciones que debe volver a realizar urgentemente:

Y también necesitábamos con una urgencia impostergable que se levantara más temprano, que sonriera, que caminara como la gente, que se lavara el culo, que limpiara y planchara su vestido para recorrer el súper, bien presentada, como les gustaba a los supervisores más viejos e indecentes, a los guardias y a los que controlaban las cámaras de video. (108)

Todos estos actos son los que configuran la identidad de “lameculos” de Isabel. No realizarlos supone rebelarse contra la identidad que le ha sido impuesta, lo cual el (súper)mercado castiga con el despido. Por todo esto, concuerdo con Olea, quien comenta que “El empleado del supermercado, en la novela, representa la transformación del sujeto moderno en cuerpo de sometimiento, y apunta a la dislocación de las potencialidades humanas” (98). Cualquier talento que pudiera tener Isabel no tiene ninguna relevancia para el (súper)mercado, pues a este solo le importa que cumpla con las acciones que configuran la identidad que le impone.

Otro ejemplo de esto es Gabriel, el acomodador de paquetes. A él, el supermercado no le paga, simplemente vive de las propinas que le dan los clientes. Por eso, él trabaja “Como un artista popular, como un tragafuego, como un músico, como un malabarista, como un payaso, para conseguir, al final, después de toneladas de paquetes, una propina que inevitablemente le resultaba insignificante, despreciable” (85). Todo el potencial artístico que Gabriel podría desarrollar se ve subyugado por la identidad de acomodador que le impone el (súper)mercado. Él se ve obligado a encausar su talento únicamente en el “arte” de acomodar cosas a cambio de una cantidad dinero que ni siquiera constituye un salario digno.

Solorza afirma que “la casa en la que viven los empleados y empleadas del ‘súper’ es un fiel reflejo del orden jerárquico y coactivo en el que trabajan” (167). En efecto, si el dominio del (súper)mercado ocurre sobre la totalidad del individuo, es lógico que otra consecuencia de esta colonización sea la invasión (contaminación) de sus relaciones sociales. De allí que el narrador en la segunda mitad de la novela cuente que, en la casa, “Nosotros no permitíamos cesantes. Ni enfermos” (71). Esta restricción va en el mismo tenor que las prohibiciones del supermercado que, por ejemplo, no quiere trabajadoras embarazadas. En este contexto, la solidaridad es imposible, ya que, como explica Martín-Barbero, “El mercado no puede crear vínculos sociales, esto es, entre sujetos, pues éstos se constituyen en proceso de comunicación de sentido, y el mercado opera anónimamente mediante lógicas de valor” (14). En ese sentido, un cesante o un enfermo están devaluados para los miembros de la casa y, por lo tanto, no son admisibles.

En este ambiente antisolidario obviamente un sindicato es imposible; es más, resulta afrentoso. Por eso, cuando los trabajadores del (súper)mercado descubren que el personaje de Alberto quiere formar

uno, lo empiezan a considerar un individuo “con malas costumbres” (71) y un traidor execrable: “[Isabel] dijo que cómo Alberto podía ser tan mierda, tan chucha de su madre” (72). Finalmente, el personaje Gloria lo acusa con un supervisor quien lo despide. Así zanja el problema de Alberto, pues convertido en un desempleado no hay lugar para él en la casa. Se trata de una dinámica cruel, mimética a la del (súper)mercado y que nuevamente pone en evidencia el profundo grado de alienación de los personajes.

La muestra más dramática de individualismo salvaje la da el personaje de Enrique. A él se le presenta al inicio de la segunda parte de la novela como el líder dentro de la casa al cual todos respetan y admiran. Sin embargo, al final del texto, descubren que “había sido nuestro Enrique (ahora convertido, después de un ascenso inédito, en el nuevo supervisor de turno) quien nos borró de las nóminas y nos empujó hasta una extinción dolorosamente dilatada” (139). En realidad, esta actitud de Enrique no debe sorprender, pues él actúa de acuerdo a las leyes del mercado. En este, no hay espacio para el amor, la solidaridad o la amistad, solo para la competencia despiadada.

Ahora bien, es importante señalar que los trabajadores del (súper)mercado encuentran una manera de esquivar momentáneamente la alienación. El problema es que se trata de otra alienación (la tercera consecuencia de que el (súper)mercado imponga la identidad): las drogas. Es decir, así como cínicamente se puede proponer que la única manera de superar un trauma es con un trauma más grande, aquí opera la lógica de que la única manera de salir de la alienación es con otra alienación. Paradójicamente, los personajes consideran que esta alienación a través de la droga les abre un espacio para la humanidad que el (súper)mercado les niega: “Aspirábamos, sí, sí, para alegrarnos y, por una vez, lograr conversar y reírnos con el afecto, la decencia y la sinceridad que caracteriza a los seres humanos” (134). El problema es que esta humanidad que la droga supuestamente les brinda es artificial, producto de un adormecimiento del cerebro y de la alteración de la consciencia. La moraleja, entonces, es bastante terrible: no hay manera de que puedan recuperar la humanidad que el (súper)mercado les ha quitado a través de la identidad que les impone gracias a que él es dueño del tiempo y ellos no pueden comprárselo.

### Conclusión

Todo el análisis desarrollado en este ensayo corrobora que la opresión que practica la sociedad de consumo -representada en ambas novelas a través del supermercado- sobre los individuos se ejerce gracias a una mercancía: el tiempo. De la posesión (o no) de este depende la posición que se pueda establecer con respecto a esta dominación. Aquellos que lo tienen pueden dilapidarlo o, por el contrario, resistir violentamente como Marcia, Mao y Lenin. Los que no pueden adquirirlo, en cambio, están condenados inexorablemente a la explotación y a la falta de identidad. Es importante destacar esto porque en la crítica que he estudiado sobre las novelas se habla mucho de la poderosa subyugación que ejerce la sociedad de consumo sobre los individuos y su consecuente alienación, pero no se discute el rol fundamental que cumple el tiempo mercantilizado dentro de esta operación.

Por otro lado, este espacio de la conclusión me permite reflexionar sobre si realmente es posible escapar de las fronteras de la sociedad de consumo. El análisis de *La prueba* parece responder que sí, a pesar de que la solución que se propone sea bastante radical: la alienación que supone el (súper)mercado solo puede evitarse si este explota. Es decir, la violencia extrema es la única arma posible. Sin embargo, el modo en que esta se plantea en la novela es inverosímil y es por eso mismo que desfamiliariza, pues resulta sorprendente su incorporación. Además, no hay que tener mucha imaginación para suponer que Marcia, Mao y Lenin terminarán en prisión, el supermercado será reconstruido y el

(súper)mercado seguirá operando. Entonces, es posible proponer que, en esta novela, Aira lejos de proponer una solución radical a la alienación consumista, plantea, a través del giro inverosímil, que es imposible escapar. Esto es, solo una operación increíble (e incluso ridícula) como la que pone en marcha “El Comando del Amor” podría salvarnos, pero como algo así no puede ocurrir verdaderamente, entonces estamos condenados.<sup>14</sup> Después de todo, el insumo principal de la rebelión -el tiempo- es una mercancía, es decir, no se escapa de las fronteras del (súper)mercado.

En *Mano de obra* no hay que escarbar demasiado para llegar al mensaje pesimista: el (súper)mercado controla inmisericordemente las vidas de aquellos que funcionan como sus engranajes y también la de quienes lo sostienen con sus compras (los clientes), pues viven alienados por el resplandor de las mercancías. De allí que cualquier oferta que se anuncie por los megáfonos los convierta en fieras en busca de una presa cuando, en realidad, ellos son la presa. Además, el mundo en el que viven no es real, sino un simulacro compuesto por el valor de signo de los objetos; un espectáculo donde reina la mercancía.

---

14. Hoyos comenta que “In *La prueba*, the supermarket is a boundless image of the world, and piercing it entails a radical transformation of the whole. It remains ambiguous whether the totality that Aira is alluding to is the prevailing economic model, a certain worldview, or a specific value system” (ch. 3). Esta lectura sería posible si, en efecto, el atentado fuese viable o, por lo menos, creíble; no obstante, su carácter absurdo, inverosímil, a mi juicio, pone en entredicho que el mensaje final de *La prueba* sea una suerte de propuesta revolucionaria. Por el contrario, pareciera sugerir que una revolución radical es imposible en un contexto real. O, dicho de otra manera, la revolución solo puede realizarse en el contexto humorístico aireano, mas no en uno más serio.

## BIBLIOGRAFÍA

Aira, César. *La prueba*. Era, 2005.

Ander-Egg, Ezequiel. *Formas de alienación en la sociedad burguesa*. Lumen/Humanitas, 1998.

Augé, Marc. *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Trad. Margarita Mizraji. Gedisa, 2000.

Baudrillard, Jean. *La sociedad de consumo. Sus mitos. Sus estructuras*. Trad. Alcira Bixio. Plaza & Janés, 2007.

---. "Simulacra and Simulations". *Literary Theory, an Antology*. Eds. Julie Rivkin & Michael Ryan. Blackwell Publishing Ltd., 2004.

Barrios, César. "Del 'macrocosmos de la hamburguesa' a 'lo real de la realidad': consumo, sujeto y acción en La prueba de César Aira". *Revista Hispánica Moderna*, no. 2, 2012, pp. 135 – 172.

Bauman, Zygmunt. *Vida de consumo*. Trad. Mirta Rosenberg y Jaime Arrambide. Fondo de Cultura Económica, 2007

Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Trad. Colectivo Maldejo. Gegner, 2014.

Depetris, Irene. "La violencia gratuita y el poder de lo falso en César Aira". *Revista Chilena de Literatura*, no. 87, 2014, pp. 69 – 87.

Eltit, Diamela. *Mano de obra*. Seix Barral, 2002.

Fornazzari, Alessandro. *Speculative Fictions: Chilean Culture, Economics, and the Neoliberal Transition*. University of Pittsburgh Press, 2013.

Foucault, Michel. "'Panopticism' from Discipline and Punish: The Birth of the Prison." *Race/Ethnicity: Multidisciplinary Global Contexts*, vol. 2, no. 1, autumn 2008, pp. 1 – 12.

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

Jáuregui, Carlos. *Canibalia: canibalismo, calibalismo, antropofagia cultural y consumo en América Latina*. Iberoamericana/Vervuet, 2008.

Kiyosaki, Robert T. y Sharon L. Lechter. *Padre rico, padre pobre. Qué les enseñan los ricos a sus hijos acerca del dinero, ¡que las clases media y pobre no!* Santillana, 2004.

## BIBLIOGRAFÍA

Lazzara, Michael J. "Estrategias de dominación y resistencia corporales: las biopolíticas del mercado en *Mano de obra*, de Diamela Eltit". *Diamela Eltit: redes locales, redes globales*. Editado por Rubí Carreño Bolívar. Iberoamericana Vervuert, 2009, pp. 155 – 164.

Ludmer, Josefina. *El cuerpo del delito. Un manual*. Libros Perfil S.A., 1999.

Martín-Barbero, Jesús. *Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización y multiculturalidad*. Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana/Universidad de Pittsburgh, 2001.

Marx, Karl. *El Capital. Libro Primero. El proceso de producción de capital I*. Siglo Veintiuno Editores, 2008.

Moulián, Tomás. *El consumo me consume*. LOM Ediciones, 1998.

Núñez-Méndez, Eva. La Diamela Eltit de *Mano de obra*: mística de los trabajadores". *Hispanófila*, vol. 152, enero 2008: 87 – 100.

Ocasio-Rivera, Wanda I. "Cuerpos, órganos y sangre en venta: Diamela Eltit y el cuerpo mercantilizado como representación de la lógica neoliberal". *Metáforas extremas del neoliberalismo en la literatura latinoamericana*. Tesis. University of Illinois at Urbana-Champaign, 2015: 74 – 128. Web

Olea, Raquel. "El deseo de los condenados: constitución y disolución del sujeto popular en dos novelas de Diamela Eltit, *Por la patria* y *Mano de obra*". *Diamela Eltit: redes locales, redes globales*. Editado por Rubí Carreño Bolívar, Iberoamericana Vervuert, 2009, pp. 91 – 102.

---. "Mano de obra. La disolución de lo social, acerca de la novela *Mano de obra* de Diamela Eltit". *Crítica.cl*. <https://critica.cl/literatura-chilena/mano-de-obra-la-disolucion-de-lo-social>

Oliver, Felipe. "Mano de obra. El supermercado por dentro". *La Palabra*, vol. 26, 2015, pp. 75 – 84.

Pastén, Agustín. "Radiografía de un pueblo enfermo: la narrativa de Diamela Eltit". *The Generation of 72'. Latin America's Forced Global Citizens*. Edited by Sophia A. McClennen, Brantley Nicholson, University of North Carolina Press, Editorial A Contracorriente, 2003.

Rodríguez, Fermín. *Señales de vida: Literatura y neoliberalismo*. Eduvim, 2022.

Shklovsky, Viktor. "Art as Technique". *Literary Theory: An Anthology*. Eds. J. Rivkin and M. Ryan. Blackwell Publishing, 2004.

## BIBLIOGRAFÍA

Solorza, Paola Susana. "Necropolíticas del Mercado: cuerpos canibalizados, género y resistencia en *Mano de obra* (2002) e *Impuesto a la carne* (2010), de Diamela Eltit". *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, no. 12, 2017, pp. 161 – 175.

Sarlo, Beatriz. *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Planeta/Seix Barral, 2004.

Tompkins, Cynthia. "La somatización del neoliberalismo en *Mano de obra* de Diamela Eltit". *Hispanérica*, no. 98, 2004, pp. 115 – 124.