



*Marcin Kołakowski*  
(Uniwersytet Warszawski)

## VISIONES DEL CAPITALISMO EN ALGUNAS NOVELAS POLACAS Y ESPAÑOLAS POSTERIORES A LA TRANSICIÓN HACIA LA DEMOCRACIA

**Fecha de recepción:** 04.03.2019

**Fecha de aceptación:** 02.04.2020

**Resumen:** Aunque el paso al capitalismo se vivió en Polonia un tanto más radicalmente que en España, ambas literaturas parecen habernos dejado un legado de obras que critican de manera similar el sistema económico capitalista. El presente artículo persigue determinar la forma en la que el capitalismo fue codificado en algunas obras narrativas posteriores a la transición hacia la democracia en ambos países. Se analizarán novelas en las que el capitalismo constituye uno de los temas centrales, criticándosele tanto explícita como implícitamente. La investigación abarca cuatro obras: *Małż* (2005) de Marta Dzido, *Blanco nieve, rojo Rusia* (2002) de Dorota Masłowska, *Historias del Kronen* (1994) de José Ángel Mañas y *Lo verdadero es un momento de lo falso* (2010) de Lucía Etxebarria. El texto aquí presente es una reflexión acerca del posible establecimiento de un marco de comparación en términos de correlación entre dicha temática y el uso de recursos literarios específicos a la hora de representarla.

**Palabras clave:** José Ángel Mañas, Lucía Etxebarria, Marta Dzido, Dorota Masłowska, capitalismo

**Title:** The Image of Capitalism in Selected Polish and Spanish Novels Published after the Transition to Democracy

**Abstract:** Although the transition to capitalism in Poland was undoubtedly more radical than in Spain, the two literatures seem to have supplied a series of texts that consider the capitalist economic system from a relatively similar critical perspective. The objective of the present article is to determine how capitalism was codified in narrative works published after the transition to democracy in both countries. The analysis encompasses novels in which capitalism constitutes one of the central themes and is the object of criticism both explicitly and implicitly. The research covers four works: *Małż* (2005) by Marta Dzido, *Snow White and Russian Red* (2002) by Dorota Masłowska, *Historias del Kronen* (1994) by José Ángel Mañas and *Lo verdadero es un momento de lo falso* (2010) by Lucía Etxebarria. The text reflects on the possibility of establishing a comparison framework in terms of correlation between the capitalism theme and the use of specific literary techniques applied to represent it.

**Key words:** José Ángel Mañas, Lucía Etxebarria, Marta Dzido, Dorota Masłowska, capitalism

## INTRODUCCIÓN

La transición<sup>1</sup> hacia la democracia, tanto en Polonia como en España, tuvo una serie de repercusiones económicas que inspiraron producciones artísticas, dejándonos una serie de obras narrativas que abordan ese tema. La literatura comparada, en cuanto a su metodología, puede tomar varias posturas ante la yuxtaposición de textos de culturas diferentes; puede exponer el fondo compartido subyacente de las diversas realizaciones literarias, demostrar los vínculos y estructuras supranacionales existentes y/o revelar las diferencias pertinentes entre las dos culturas estudiadas. Nuestro planteamiento metodológico bebe de las aportaciones principales del célebre comparatista italiano Armando Gnisci, quien propone la búsqueda de “lugares comunes” en el pensamiento de diferentes culturas (2002: 18), así como también se alimenta de las aportaciones de Raymond Trousson sobre la tematología. Para el científico belga, los estudios tematológicos analizan las permutaciones de un tema tomando en consideración varios textos y no solo uno (*cf.* Trousson 1965), diferenciándose con ello de la crítica temática. Es por eso que examinaremos el imaginario relacionado con el sistema económico capitalista y sus manifestaciones culturales más patentes (como son el consumismo, la cultura pop, el neoliberalismo, etc.) en cuatro obras narrativas, polacas y españolas, posteriores a la transición. Aunque el carácter del capitalismo en ambos países tiene sus particularidades históricas, comprobaremos si, a pesar de sus divergencias, las herramientas unificadoras y globalizantes capitalistas se codifican en términos tematológicos y de articulación artística de manera semejante en las obras que lo problematizan.

A diferencia de otras propuestas comparatistas entre la narrativa polaca y española, como pudiera ser aquella de Katarzyna Gutkowska-Ociepa, quien yuxtapuso las estrategias narrativas, prácticas intertextuales, semejanzas estructurales y coincidencias en la plasmación de las historias en obras de ambos países (2016: 42), el presente trabajo versará sobre las similitudes y discrepancias en la codificación de temas relativos al sistema económico capitalista sin obviar las peculiares plasmaciones del lenguaje narrativo que refuerzan esta temática. Como base metodológica unificadora, revisaremos las aportaciones de los investigadores de la crítica sociológica que postularon que el análisis literario no debe obviar la dimensión social de las obras (György Lukács y Lucien Goldmann). Asimismo, seguiremos las premisas de la crítica literaria marxista, puesto que esta perspectiva teórica se interesa por determinar en qué medida una obra literaria constituye una reacción a cierta situación histórica, en qué medida esta reacción resulta de la lógica cultural vigente y cómo respalda o subvierte las ideologías potencialmente opresivas como son el capitalismo o el imperialismo,

---

<sup>1</sup> Nos servimos de las nociones de “transición” y “transformación” relacionadas con los cambios acaecidos en Polonia a partir del año 1989, de acuerdo con las distinciones establecidas por Jan Kieniewicz, quien sostiene que: “La Transición es ante todo la fórmula de cambio político, en la cual lo principal es concordar un equilibrio entre la continuación y la ruptura. En cambio, la Transformación define el proceso de cambio de la estructura de la sociedad, es decir lo que pasa a consecuencia de la pérdida de equilibrio. La Transición en Polonia se desarrolló en un corto periodo de 1989-91, mientras que la Transformación es, por su naturaleza, un proceso a la larga” (1993: 143-144).

categorías clave para el análisis de fenómenos tales como el consumismo y la globalización. Dada la especificidad del origen histórico del capitalismo en Polonia y en España, tomaremos una aproximación diacrónica del asunto: primero analizaremos la codificación literaria del capitalismo en las obras polacas y, a continuación, en las españolas, para luego terminar con una yuxtaposición comparatista de todos los textos.

Para llegar a nuestro fin nos hemos servido de dos novelas polacas y dos españolas: *Małż* de Marta Dzido (2005), *Blanco nieve, rojo Rusia* (2002) de Dorota Masłowska, *Historias del Kronen* (1994) de José Ángel Mañas y *Lo verdadero es un momento de lo falso* (2010) de Lucía Etxebarria. El capitalismo es, en todas ellas, el tema central que determina la totalidad de aspectos del mundo descrito, la trama y la forma de actuar de sus personajes. El anhelo de incluir novelas que codifican el sistema económico capitalista tanto de manera explícita (*Małż* y *Lo verdadero es un momento de lo falso*) como implícita (*Blanco nieve, rojo Rusia* y *Historias del Kronen*) ha motivado nuestra elección. Ni que decir que la arbitrariedad en la selección deriva de la evidente naturaleza subjetiva del estudio comparatista, así como del significado que los aspectos yuxtapuestos tienen para la interpretación de las obras.

## MAŁŻ DE MARTA DZIDO

La novela *Małż* de Marta Dzido es una suerte de relato sobre la búsqueda del Santo Grial en el mundo laboral capitalista varsoviano del año 2005. La obra relata las hazañas de Magda, de 24 años, una joven en busca de empleo, sumamente crítica con la realidad. La narradora protagonista, tras más de veinte intentos infructuosos y frustrantes en diferentes tipos de empresas (agencias de publicidad, revistas, multinacionales, etc.), acaba contentándose con trabajar como modelo para la Academia de Bellas Artes de Varsovia. En el fondo, la novela confirma casi todas las observaciones marxistas sobre el capitalismo: que el trabajo aliena (en las multinacionales en particular) creándonos inseguridades, que fetichizamos las mercancías y que el capitalismo se retroalimenta de la lógica cultural que forma su superestructura en lo referente a, por ejemplo, la concepción de que estar desempleado pueda ser un pecado o que el acumular cosas nos hará felices.

En la novela de Dzido aparecen numerosas diatribas anticonsumistas en las que la narradora critica la irracional tendencia a seguir los patrones que la televisión y la publicidad (2005: 80) marcan, a saber: la convicción de que la compra compulsiva compensa el vacío de la alienación; el materialismo; la creación de deseos y necesidades irracionales por parte de las agencias publicitarias; y el uso de lemas grotescos que anestesian y deshumanizan, que nos hacen olvidar que existen placeres por los que uno no tiene que pagar.

La narradora es la personificación de la contradicción del sistema capitalista: por un lado, goza de beneficios derivados de la cultura consumista, mientras que, por otro, sufre crisis mentales transitorias por no haber sucumbido al sistema del todo. No obstante, al final, supera su crisis al percatarse de que su rendición a las normas consumistas no es garante de la eterna felicidad, ya que la insaciable ansiedad de poseer es endémica del sistema capitalista y el consumo supone solamente una gratificación inmediata y temporal.

La crítica en la novela se efectúa de manera relativamente directa y es notable el compromiso social de Magda. Es por eso que hemos preferido indagar un poco más en la crítica indirecta que el personaje de Mateusz, la expareja de Magda, pone en juego. Es él quien se deja comparar con el Carlos de *Historias del Kronen*, dado que ambos son productos paradigmáticos del capitalismo: son mercancías que mercantilizan a los demás. Mateusz parece haber integrado todas las necesidades y deseos de la lógica cultural capitalista. Al parecer, es un chico impecable, en términos de mercancía: bien pagado, exitoso, *chic*, con casa, coche, etc. En otras palabras, es un partidazo en el mercado sentimental. Sin embargo, no por ello deja de ser un esclavo alienado en un trabajo que no le hace feliz. Mateusz trabaja para una multinacional casi las veinticuatro horas del día, por lo que casi no le queda tiempo para relacionarse fuera de la oficina. Este espacio tiene su importancia dentro de la obra: se nos muestra como un ambiente cerrado, inhóspito, sedentario, en fin, como una especie de prisión con celdas. La oficina es así una metáfora de la exigua intelectualidad y espiritualidad de sus “habitantes”, donde las situaciones más banales cobran la importancia de grandes sucesos existenciales. La oficina también es donde se ejerce el control absoluto a través de la vida hiperregulada de los empleados y donde los empleados van internalizando la violencia disciplinaria. Este espacio confinado, estandarizado y preceptuado en la novela metaforiza al sistema capitalista que adiestra cuerpos tal y como se haría en un cuartel.

La aparente perfección de Mateusz no se debe ni a su espiritualidad, ni a unos sólidos cimientos de ideas o moral: él es un egoísta, le es infiel a su novia y mercantiliza a todos quienes le rodean (es decir, los considera en términos de valor de cambio y signo de prestigio). Mateusz pasa tanto tiempo en la oficina que su vida se ve afectada en distintos planos. En su relación de pareja, se ausenta a menudo del piso que comparte con Magda y la relación se resquebraja (p.ej., se dejan notas en el frigorífico en lugar de hablar directamente).

Son precisamente estas ausencias las que metaforizan el capitalismo alienante, que rompe lazos y se encauza hacia lo externo y material. De este modo, el personaje de Mateusz encarna la paráfrasis famosa de Zygmunt Bauman “compro, luego existo” (2007: 32), y su actitud también concuerda con una de las principales ideas de Karl Marx, quien dice que las necesidades vienen determinadas no solo por las relaciones de producción, sino también por la posición social del individuo (1980: 16). En este sentido, el estado anímico de Mateusz y, por ende, su comportamiento, ponen de manifiesto la gran paradoja del sistema social capitalista: ya se cumplan a rajatabla las prescripciones capitalistas que llevan a la supuesta felicidad (ser trabajador, poseer mucho, etc.), esta no podrá nunca alcanzarse, puesto que el deseo y la necesidad de la lógica interna del capitalismo del consumo extremo son insaciables.

Aunque el objeto de la crítica presente en la novela de Dzido no es totalmente original (se toca la globalización, el consumismo, la “cultura” de multinacionales, etc.), el lenguaje de la obra es contundente en su afán por reprobar ciertas actitudes a través de la reapropiación satírica de los lenguajes del capitalismo: el lenguaje de la publicidad y del marketing (que respaldan el consumismo) y el idiolecto de las multinacionales. Así, observamos el recurso de “polonizar”, de modo burlón y forzado, las palabras y expresiones inglesas transcritas fonéticamente: Outlook es “aftluk”, CV es “si wi”, Paint es “pejnt”, etc. Tal plasmación lingüística remite a la dominación cultural estadounidense en Polonia, de manera parecida a la abundancia de anglicismos de uso humorístico en otras novelas polacas de la gene-

ración de jóvenes escritores, como ocurre en *Zwał* (2004) de Sławomir Shuty, *Paris London Dachau* (2004) de Agnieszka Drotkiewicz, *Kochanie, zabilam nasze koty* (2012) de Dorota Masłowska o *Balladyny i romanse* (2010) de Ignacy Karpowicz.

El lenguaje de la narradora protagonista en *Malż* se asemeja a un gran reciclaje de discursos que el capitalismo origina y que dominan tanto la esfera pública (anuncios) como la profesional, mezclados con los tradicionalmente asociados con “lo polaco” (el discurso religioso, de martirologio, etc.), p.ej.: “[es] un tío que parece al tío bueno de la canción: de cutis perfecto, agradable, sonriente, tres en uno –padre, hijo y espíritu santo–. ¿Y yo qué? La madre en la lavadora con la fórmula mejorada –madre, esposa y amante– ¿también tres en uno?” (Dzido 2005: 37-38)<sup>2</sup>. En el lenguaje de *Malż* abundan las frases cortas y las extensas enumeraciones que remiten a la omnipresencia de los anuncios en la realidad urbana, intensificada por la presencia de una verborrea de marcas de la voz narrativa, que recuerda al zapeo televisivo, medio idóneo para la transmisión de mensajes consumistas.

La ubicuidad de los anuncios influye tanto en el lenguaje de la protagonista como en su autoestima, dado que los cánones de belleza y paradigmas de felicidad siguen las reglas de venta. El propósito del lenguaje publicitario es la creación de un sentimiento de carencia solo apaciguado a través del consumo. La promoción de la compra insaciable pretende crear una falsa sensación de acercamiento al modelo predefinido del aspecto físico, pero, evidentemente, este nunca es del todo alcanzable. Magda, desbordada por el imaginario publicitario de la perfección física y conductual, comenta este fenómeno con las siguientes palabras:

Y me miran estas putas, estos productos perfectamente blancos de fotoshop. Me miran cuando voy en autobús. Me miran cuando compro mi revista cada lunes por la mañana, me miran desde estas portadas de colores tan vivos, me miran con una sonrisa de mierda desde los carteles publicitarios, con esos dientes tan blancos: “sé guapa, sé guapa, sé guapa”. Sus sueños tan puros, sus pensamientos tan claros, sus gargantas tan ahogadas cuando intentan decir “polla” y no lo consiguen. [...] “¡Sé guapa, sé modosa, sé limpia tanto por dentro como por fuera, sé fun, sé trendy, sonríete, ten tu style, tía!”. (110-111)

Las observaciones de Magda confirman la sospecha de que la mercantilización es un voraz proceso que no parece tener fin: si el valor de un individuo se mide por los objetos y/o personas que posee, mercantilizar significa entonces la constante búsqueda de la gratificación instantánea de las necesidades y deseos prefabricados por la lógica de la economía capitalista, ya que el valor de los objetos y personas poseídos depende del valor que les atribuya la sociedad en un momento dado. En otras palabras, si el otro posee algo que yo no tengo, mi afán de mercantilizarlo se renueva. Como vemos gracias al ejemplo de la protagonista de la novela de Dzido, el voraz deseo de consumo suele conducir a la ira o, en casos menos manifiestos en lo externo, a la inseguridad y la frustración.

<sup>2</sup> Todas las traducciones del polaco al español han sido realizadas por el autor del artículo.

La imperiosa necesidad de estar contento a la estadounidense u occidental es uno de los temas principales de la novela, que describe varias situaciones laborales en el contexto de las multinacionales. Estas exigen de sus empleados una actitud positiva y entusiasta que, según la narradora, va completamente en contra de lo que es esencialmente polaco; en este sentido, el capitalismo se alza como una amenaza para la identidad nacional o, por lo menos, como un agente extraño, invasor e incompatible con la sensibilidad de los polacos. En una de sus invectivas anticapitalistas, Magda explica el porqué de la dificultad para incorporar ciertos patrones conductuales en el mundo laboral de Polonia:

¡Sonriámonos! En Occidente todo el mundo sonríe. En Occidente todo el mundo es agradable. Nosotros también somos así. Sonríe, te digo, ¡anda, sonríe! Los polacos son algo raros. Se van a Londres a trabajar y no sonríen. Con vosotros no hay “fun”. Cierto, con nosotros no hay “fun”. Desde nuestra más tierna infancia nos atosigan en el colegio con la guerra, con los alemanes, con Auschwitz, con Katyń. Con nosotros no hay manera de divertirse en plan “fun”. Sujeto de la lección: los poemas de Różewicz como ejemplo del martirio polaco. Los niños de diez años con la joroba del martirio, de Dios, de la honra y de la patria, todo a sus espaldas, los ciento veintitrés años de la ocupación, los campos de concentración, las cámaras de gas [...] ¡Hay que sonreír! (123)

Haciendo uso de la ironía, la protagonista critica el modelo prefabricado de la felicidad que se centra en la mera posesión de mercancías y en los cánones de belleza física comúnmente aceptados. Se deja leer el carácter de violento imperativo que alcanza esta clase de felicidad, puesto que tiene lugar en prácticas visibles que, a su vez, hablan de transformaciones en las estructuras mentales: las metas y las fechas límite en lo referente a administrar nuestro desarrollo personal y profesional; la capitalización de oportunidades en lo afectivo; o la inversión en nosotros mismos. Todas formas de ser y relacionarse en y con el mundo que dan cuenta de una especie de capitalismo emocional y cognitivo.

### *BLANCO NIEVE, ROJO RUSIA DE DOROTA MASŁOWSKA*

La novela más emblemática en lo referente a vincular directamente la llegada del capitalismo a Polonia con la perturbación de la identidad nacional es probablemente *Blanco nieve, rojo Rusia* de Dorota Masłowska. La novela relata las aventuras de Fuerte, un joven polaco de diecisiete años que vive en un pueblo del norte. Tras la ruptura con su pareja (posible símbolo del divorcio de Polonia con el sistema socialista), Fuerte, entre otros, rumia sobre su relación, consume drogas, tiene aventuras sentimentales efímeras, analiza la situación sociopolítica del país, focaliza su odio hacia los otros, sufre episodios maniaco-depresivos; periplos que le dan el estatus de personaje-metáfora de la transformación polaca. La dimensión satírica de la obra oscila en torno al concepto de la supuesta guerra cultural entre los rusos y los polacos que tiene lugar en el pueblo de Fuerte (el título polaco original es literalmente “Guerra polaco-rusa bajo la bandera blanquirroja”). En su

afán de oponerse a los invasores, el protagonista junto con sus compatriotas celebran la feria imaginaria de “el día sin rusos”, durante el cual la policía pinta las casas de rojo y blanco (los colores nacionales) y los ciudadanos están obligados a rellenar encuestas para confirmar su “verdadera pertenencia” a la nación polaca.

En este contexto, la identidad nacional que el personaje principal encarna puede considerarse un gran colaje de conceptos relacionados con la europeidad (y lo occidental, en general), la tradición, religión, honra y los resentimientos, entre otros. Este cóctel molotov de contradicciones es metaforizado por Fuerte mediante un inventario de opiniones esquizofrénicas que engloban un sinfín de ideologías: izquierdista, nacionalista, antiglobalista, anarquista y rusófoba. Se trata de una mezcla que, como apunta el famoso estudioso de la literatura polaca contemporánea Przemysław Czapliński, “es una respuesta a la nueva realidad” (2009: 271). El lenguaje de este personaje refleja su actitud disparatada, ya que Fuerte expresa un batiburrillo de coloquialismos, cultismos y terminología sumamente especializada. Observemos un apartado que ejemplifica este mosaico lingüístico, en el que Fuerte percibe a Magda, su exnovia, como alegoría de la Polonia posterior a la transición:

Entra Magda, pero sin Irek. Tiene pinta de haberle ocurrido algo, como si se descompusiera en factores primos, por un lado el pelo, por otro lado el bolso, por un lado el vestido, por el otro, los pendientes. Las medias sucias de barro por otro lado. Por ahí la cara, de sus ojos caen lágrimas negras. Como si hubiese luchado en la guerra polaco-rusa, como si la hubiera pisoteado todo un ejército polaco-ruso mientras pasaba por el parque. Dentro de mi reviven todos los sentimientos. Toda la situación. Social y económica del país. Es toda ella, todo esto es suyo. Está borracha, está hecha polvo. Está colocada, está fumada. Está más fea que nunca. (Masłowska 2005: 13-14)

Como es de observar, el propio lenguaje de Fuerte es justamente “fuerte” (Dunin 2004: 260). Efectivamente, en la novela de Masłowska, el brusco y brutal cambio del sistema económico en Polonia se traduce en una tosquedad lingüística del personaje principal y en patrones conductuales esquizofrénicos, que derrochan tanto sentimentalismo como violencia y escapismo (abuso de estupefacientes y de alcohol). El lenguaje de Fuerte no es simplemente callejero, sino que constituye una amalgama de discursos que la llegada del capitalismo importó. Es un constructo lexical no visto en la literatura polaca hasta la publicación de *Blanco nieve, rojo Rusia* y constituye un híbrido de voces inspiradas en los nuevos medios de comunicación y el lenguaje publicitario, anclado en discursos socio-políticos emergentes, lleno de redundancias, de una sintaxis extraordinaria, y saturado de yuxtaposiciones de lo culto con lo coloquial. Esta riqueza lingüística se sustenta en un estilo a trechos inflamado, siempre depurado hasta alcanzar cotas de exactitud y capacidad de denuncia de lo más sugestivas.

Si bien es cierto que, con el surgimiento del capitalismo, Polonia se encontró repentinamente bajo la influencia y presión de los mercados globales y de la cultura mundial de consumo, no estamos del todo de acuerdo con la tesis de Kinga Dunin, quien afirma que fueron estos factores los que les robaron la voz y la capacidad de razonamiento a los polacos (2004: 238). En otras palabras, no podemos considerar al protago-

nista ni a su idiolecto híbrido (artificioso, literario y toscano a la vez) un producto del silenciamiento o del atontamiento; es más, vemos la posibilidad de que su voz tan particular represente la súbita, caótica y simultánea imposición de discursos capitalistas y anticapitalistas que en tantos países democráticos fueron desarrollados de manera paulatina. Dicha suposición se fundamenta en el hecho de que los demás protagonistas encarnan otros discursos forjados alrededor del sistema capitalista. No obstante, los suyos son “monodiscursos” o, lo que es lo mismo, meras representaciones de una o dos ideologías. Para ejemplificar este hecho, bien podríamos afirmar que el personaje de Ala configura el discurso del *homo sovieticus*, es decir, el reverso del discurso tradicional heroico y combativo. Por este motivo Ala consigue indignar a Fuerte, personaje que representa naturaleza luchadora, rebelde e inconformista. Por otra parte, Andżela representa discursos ecologistas y feministas que a Fuerte le resultan insólitos, aunque también aceptables en su afán de cambio social revolucionario. El hecho de que ni los discursos antiguos ni los modernos sean capaces de deconstruir el nuevo sistema económico y político en Polonia hace que tanto el lenguaje como el comportamiento de Fuerte, integradores de distintos discursos y actitudes vitales, se revelen como los más imponentes e impenitentes, dejando al margen las posiciones más coherentes, pero a la vez más ineficaces o simplemente más “débiles”.

Considerando el complejo sistema polifónico de la novela, no deberíamos olvidarnos de aquellos silenciados, pero omnipresentes: los rusos. Son ellos los que encarnan, no tanto los miedos perceptibles y remediables, sino las ansiedades subyacentes y, hasta cierto punto, inconscientes de los polacos ante el cambio social, político y cultural de la transición. El hecho de que los rusos representen el sistema comunista, provoca que la guerra polaco-rusa se revele como la hipérbole de una sociedad que, aun invadida por los discursos ajenos, lucha para recobrar su identidad. Una sociedad que glorifica la esperada llegada de la libertad de consumo y que, a la vez, se ve amenazada de nuevo por influencias económicas y culturales ajenas. Las observaciones en ocasiones sexistas, racistas y homófobas de Fuerte sugieren que la conceptualización de la Otriedad en la Polonia postcomunista se alimenta de ansiedades traducidas en discursos de odio (más o menos explícito) hacia las mujeres, personas de diferente etnia y pertenecientes a la comunidad LGBTQ+. Este hecho es tanto más significativo si consideramos que Fuerte, personaje que viene a significar la norma orientada a excluir a los otros (un pseudo *Übermensch*), se siente amenazado y discriminado, por lo que dirige (o focaliza) su frustración hacia los menos privilegiados que, a su juicio, son simplemente “débiles”.

## HISTORIAS DEL KRONEN DE JOSÉ ÁNGEL MAÑAS

De tono parecido, pero con un final mucho más trágico, *Historias del Kronen* explora el tema del abuso de poder de un personaje que se siente excluido e incomprendido en un mundo de “débiles”. José Ángel Mañas, siendo uno de los autores asociados a la Generación X más significativos en España (cf. Navarro Martínez 2008), cuenta en su novela más aclamada y en ocasiones relacionada con la corriente del “neorrealismo costumbrista del nuevo cas-

ticismo” (Alonso 2003: 182), la historia de unos estudiantes madrileños de clase media y media alta que en verano dedican su tiempo libre a salir de marcha consumiendo estupefacientes, manteniendo relaciones sexuales efímeras y acudiendo a conciertos de estrellas pop. Carlos, el narrador protagonista, relata sus vacaciones urbanas con el desenlace de la muerte de uno de los miembros de la pandilla. Las novelas de Masłowska y de Miguel Ángel Mañas no parecen compartir demasiado a primera vista, ya que la trama, el ambiente, las clases a las que pertenecen los personajes y sus problemas sociales son bien distintos. No obstante, intentaremos demostrar que es posible considerar que la lógica cultural y práctica capitalista son vehículos narrativos constitutivos en ambas obras.

El individualismo capitalista desmesurado y alienante que alimenta la competición y el deseo de consumir, tema central de *Historias del Kronen*, se relaciona con las cualidades encarnadas por su protagonista Carlos. En este sentido no sorprende que la incomunicación sea uno de los principales problemas de la obra española. Ejemplos de ello son los diálogos a gritos, como si los interlocutores ni se escucharan ni se oyeran en sus ininteligibles verborreas bajo los efectos de drogas o alcohol, o en la omnipresencia de la televisión que sustituye a las interacciones durante las comidas. La incomunicación existe a pesar de que los compañeros de Carlos conforman un grupo supuestamente íntimo, incomunicación que se intensifica por la brecha generacional: a Carlos no le interesan ni las historias ni la sabiduría de su padre o abuelo. El aislamiento, la atomización y la alienación (incluso sin referencia al mundo laboral) se sienten de manera patente (Mañas 1994: 84-85). Los jóvenes, y Carlos en particular, carecen de respeto hacia sus mayores y las leyes. Inconformistas y rebeldes, no obstante, solo de manera superficial, ya que sus actitudes no nacen ni de la observación ni de la reflexión profunda, sino de la imitación y repetición de patrones de comportamiento adquiridos de la cultura popular por medio de alguno de sus productos, como son la música, películas y novelas.

El desdén hacia las normas sociales de Carlos y otros miembros de su generación está inspirado en el protagonista de la novela *American Psycho* (1991), de Bret Easton Ellis. De manera parecida a esta novela, *Historias del Kronen* es una crítica indirecta a un mundo sin valores y de consumo incesante (Mañas 1994: 134). En este sentido, el capitalismo español, aunque presente alguna particularidad, a grandes rasgos parece más bien una réplica del fenómeno global. Llama la atención que nuestro protagonista no acuse recibo de la dimensión crítica de *American Psycho*, tomándose al pie de la letra la historia del asesino neoyorquino; consumidor ideal que no cuestiona nunca nada, una vez más no sabe ver más allá de la superficie<sup>3</sup>. La relación del protagonista con la obra de Ellis remite tanto al consumo irreflexivo en clave hedonista como al consumo carente de actitud crítica en clave bovarista. El equívoco al equiparar ficción y realidad lo confirman las observaciones de Marek Krajewski, quien apunta que los usuarios

---

<sup>3</sup> Como el protagonista comparte algunos rasgos de su ídolo (no siente remordimientos ni culpa ni vergüenza, etc.), podríamos preguntarnos si no se trata de un psicópata (donde la falta de dichas emociones es innata) o sociópata (la falta es adquirida a través del proceso de formación y socialización) (Mora Viquez 2018: 61-62). Parece que Carlos, justamente a través de su exposición a la cultura popular (sus lecturas y su afición a las películas violentas), adquirió dichas deficiencias, hecho que se compaginaría con la dimensión crítica de la obra de Mañas.

de la cultura popular simplemente la usan y la sienten sin involucrar reflexividad alguna, en vez de intentar entender su funcionamiento y racionalizar los comportamientos que esta representa (2003: 9)<sup>4</sup>.

Otro tema central de la novela es la sensación de aburrimiento que padece el protagonista, quien apunta que “cualquier película, por mediocre que sea, es más interesante que la realidad cotidiana. Somos los hijos de la televisión” (Mañas 1994: 42). El aburrimiento proviene claramente de la inactividad de Carlos que, en lugar de cambiar algo para bien, se hunde en el consumo. Los miembros del grupo consumen principalmente drogas, alcohol, música pop, películas y (en pocos casos) literatura. Seguidores de modas pasajeras y en constante cambio, carecen de valores y preferencias estables, de acuerdo con la afirmación de Zygmunt Bauman, quien asegura que “en un mundo en el que las cosas deliberadamente inestables son la materia prima para la construcción de identidades necesariamente inestables, hay que estar en alerta constante” (2003: 92). Efectivamente, los miembros de la pandilla bien podrían ser “los madrileños sin atributos” que aparecen en otra novela de la Generación X, *Beatriz y los cuerpos celestes* (1998) de Lucía Etxebarria. Del aburrimiento deriva el ímpetu de emprender aventuras cada vez más extremas para divertirse, siguiendo así el patrón conductual del protagonista de *American Psycho*, que hasta asesina por aburrimiento. Esta búsqueda incesante de estímulos en *Historias del Kronen* es una manera muy plástica de poner en obra la lógica capitalista de deseos insaciables (para que los productos se vendan). Un buen ejemplo de esta clase de representaciones expresivas es la escena en la que Carlos y Roberto van en dirección contraria por la autovía, arriesgando su vida y la de los demás conductores. El grito de Carlos “¡No frenes! ¡Acelera! ¡Acelera!” (Mañas 1994: 194) metaforiza la necesidad incesante de un consumo en progresivo aumento, como si dijera “Quiero más, más, ¡más!”. La muerte final de uno de los del grupo es un ejemplo extremo de la diversión desbocada que, como observa Eva Navarro Martínez, “supone la ocasión en la que [Carlos] puede soltar todos sus impulsos e instintos agresivos alimentados por el tipo de cine, la música o los libros que consume” (2008: 102).

*Historias del Kronen* nada más que implícitamente incide en que valores tales como la empatía o el sentido de comunidad están en peligro de extinción, en lo que Paul Kennedy denomina como el mundo del capitalismo vampírico (*vampire capitalism*). Para el investigador, se trata de una modalidad del capitalismo consumista descontrolado que conduce al aumento de la segregación social, generacional, étnica y de género. La conducta de Carlos confirma las aportaciones de Kennedy, según las cuales la obsesión capitalista con la autosuperación socava las capacidades de actuar como colectivo ante las amenazas contra la humanidad, como pudiera ser el cambio climático (2017: 199). Efectivamente, en *Historias del Kronen* percibimos un mundo consumido por un egoísmo vestido de supuesto individualismo (otro simulacro). Carlos es desconsiderado y materialista; vive solo concentrado en su propio placer, trata a los demás como si fueran

<sup>4</sup> Además, sería interesante investigar las incorrectas lecturas de Carlos desde la perspectiva del bovarismo y del don quijotismo o desde la óptica de la teoría de la recepción (o sea, cómo los lectores interpretaron *Historias del Kronen* narrada desde el punto de vista del Carlos-narrador/consumidor), pero tal indagación requeriría un estudio aparte.

mercancías (valor de cambio) y herramientas (valor de uso) para satisfacer sus deseos. El egoísmo de Carlos y su tendencia a mercantilizar personas se expone en la conversación con su padre: “Yo no necesito tu comprensión [...] Necesito tu dinero, eso es todo” (Mañas 1994: 67). El hijo que vive a costa de sus padres, a quienes no respeta e ignora, es un ejemplo modelo del capitalista que vive a costa del trabajo de otras personas.

Además de materialista, el protagonista es altamente irresponsable; por ejemplo, se mofa del bienestar de la comunidad, no se hace la prueba de VIH, tampoco se responsabiliza de las enfermedades venéreas que pueda transmitir y conduce de manera temeraria bajo los efectos del alcohol y las drogas, etc. Su individualismo es otro simulacro, ya que Carlos es un producto de la cultura consumista, como vemos al relacionar las opiniones del protagonista con aquellas de sus compañeros. De este modo, el lector tiene la sensación de que el verdadero protagonista de la novela es más bien colectivo, al describirse un conjunto de jóvenes casi indistinguibles entre sí. Puede que el carácter colectivo de este grupo remita a la formación masiva de las mentes su lógica cultural capitalista en su forma más palpable: la cultura popular. Hasta los enunciados de los miembros del grupo se asemejan a lo que denominamos narrador coral, en el que las voces individuales son indistinguibles y donde es irrelevante quién ha dicho qué. Esta modalidad de narración refuerza la sensación de tener un protagonista compuesto por una multitud de voces particulares, pero muy parecidas, casi iguales, productos masa de la cultura consumista. No obstante, resulta que la unidad y comunidad son nada más que ilusiones, simulacros, como comenta Roberto, uno de los personajes: “me gustaría que nos quedáramos aquí unos pocos juntos, hiciéramos algo de vida en comunidad, nos conociéramos un poco, y no esto, que somos veinte o más, pero como si no fuéramos ninguno” (63). La totalidad del mundo representado está repleta de simulacros y sustitutos que constituyen una dominante conceptual en la obra, en la que se constata la profunda influencia de la cultura popular, siendo su medio preferido la televisión. Efectivamente, dentro de la novela el amor no es más que sexo, las amistades se reducen a la apariencia y la postura anarquista de Carlos es tan solo una copia vacía de actitudes derivadas e imitadas de la cultura popular.

## LO VERDADERO ES UN MOMENTO DE LO FALSO DE LUCÍA ETXEBARRIA

El tema de las apariencias y los simulacros es también un elemento fundamental en la novela *Lo verdadero es un momento de lo falso* de Lucía Etxebarria, otra representante emblemática de la Generación X. El hilo principal de la obra es el misterio que envuelve la muerte violenta de Pumuky y su amistad con Romano y Mario. Alrededor de los tres personajes fluctúan los recuerdos de los personajes secundarios sobre el difunto: los padres de los tres, sus amantes y sus amigos. La narración de los hechos conjuga dos dominantes de composición: primero, la plasmación cuidadosa del tiempo del relato a través de una serie de retrospecciones y, segundo, la polifonía de voces de diferentes ámbitos profesionales. Ambos recursos sirven para retratar, parcialmente a lo costumbrista, la clase media española inmersa en la complacencia social y el consumismo.

Uno de los temas centrales de la novela –las relaciones entre el arte, el comercio y el compromiso social– se encuentra vinculado, tanto implícita como explícitamente, con las conceptualizaciones de Baudrillard sobre los simulacros. Los tres amigos, Mario, Romano y Pumuky, formaron un grupo de música aparentemente inconformista y comprometido con la igualdad social y la lucha contra toda clase de injusticia. En su creación artística, combinaban elementos de la cultura popular y cuestiones sociales para así sensibilizar y agitar al público a través de un repertorio y espectáculo fácilmente digeribles. No obstante, su música, aunque envuelta con un alto atractivo visual (Mario crea efectos visuales espectaculares, Pumuky monta un “show corporal”) y llena de eslóganes de moda (“One man’s terrorist is another man’s freedom fighter”, Etxebarria 2010: 46), no consiguió convertirse en una herramienta de cambio social. El grupo, una vez mercantilizado gracias a la publicidad, ya no podía ser “considerado como tal (como historia, etc.), sino solamente como bien, como objeto” (Baudrillard 1999: 186). Efectivamente, resulta que el producto de los músicos acabó apaciguando a los espectadores y aficionados que limitaban su actividad social a su pasiva participación en los conciertos. En otras palabras, las experiencias sensoriales extáticas sustituían a la actividad en la esfera pública, sedando la conciencia. Así, como apunta Ferguson, el consumo se codifica como el mejor medio de la autoexpresión, el instrumento con el cual el individuo ejerce su poder y, al mismo tiempo, forja señas de identidad inconfundibles (1996: 205). En este sentido se puede afirmar que la imagen del grupo y de sus reivindicaciones suplantó la verdad con un simulacro. Como vamos descubriendo a lo largo de la obra, el compromiso social del grupo no era más que apariencia y funcionaba en realidad en términos de mercancía. Su creación artística se convirtió en lo que podríamos denominar producción (y no creación) artística (en términos marxistas), es decir, adquirió características de una mercancía que respaldaba la pasividad consumista. Esta trayectoria del grupo confirma que en cada esfera de la vida, en cada campo de la actividad humana –música, arte, literatura, estilo de vida, compromiso social o político– los actos o artefactos orientados contra el sistema son absorbidos por el mercado y transformados en productos aptos para su consumo.

Como si fuera poco, los mensajes, teóricamente anticapitalistas y socialistas, de los miembros del grupo no son consecuentes, dada la directa vinculación de su actividad con el capital: su arte es una herramienta publicitaria orientada no solo a mejorar la venta de sus propios discos, sino también a la mercantilización de otra clase de productos. Las estrategias escamoteadoras y disimuladoras del marketing que, a priori, los miembros del grupo desconocen, junto con los beneficios que a posteriori les proporcionan, constituyen un instrumento capaz de minar el sistema de valores de la supuesta resistencia al atractivo del capital. Como observa Romano, el éxito del grupo sirvió a fines sumamente capitalistas como “plataforma para anuncios de móviles y cervezas”, hecho que “no estaba muy en consonancia con [su] ideario político” (Etxebarria 2010: 407). La representación narrativa de la complacencia y resignación con las que los miembros del grupo aceptan su rol pasivo en el inicialmente inspirador proyecto social, tiene dos fines: uno, revelar la facilidad con la que el mercado se apropia de aquellos productos orientados a subvertirlo y, dos, denunciar la incapacidad de la izquierda española para oponerse a tales procedimientos. Este fenómeno, nada excepcional al parecer, lo describe Thomas

Frank analizando el éxito del escarabajo Volkswagen, el cual se anunciaba como producto que subvertiría el orden cultural vigente, y que fue aplaudido como tal por los que se consideraban inconformistas (2011: 129).

A lo largo de toda la novela aparecen personajes que escenifican la ineficacia e hipocresía de la presunta izquierda española. Un buen ejemplo de la contradicción entre las convicciones y acciones de estos personajes es la figura de Leonardo, padre de Mario, que “se autoproclamaba defensor de la República, del laicismo y del Estado de Bienestar, pero exigía viajar en clase business y llevaba siempre zapatos de Hugo Boss” (Etxebarria 2010: 118). El mismo Romano es percibido por Sonia, una barista con la que tiene una aventura, como un izquierdista pretencioso: “Y si tan moderno eres Romano, si tanto crees en la justicia social, ¿por qué no me llevas a vivir contigo, me sacas de este garito de mierda y compartes conmigo tus ganancias y tu suerte?” (326). El adjetivo “moderno” se refiere a la postura de una juventud que alardea de profesar ideas de corte izquierdista, con actitudes sociales progresistas y solidarias, pero que en más de una ocasión no va más allá de simplemente decirlo, como hacen los aficionados de la música del grupo de Romano. El contacto directo entre alguien de una clase acomodada, que se cree moderno y solidario, y una persona realmente necesitada, está abocado a un absoluto fracaso. Este episodio, en el que una relación sentimental se intercala con la política (el imaginario utópico de izquierdas) sugiere que las divisiones sociales siguen siendo constitutivas para esta clase de relaciones y el modelo igualitario del amor no es nada más que un proyecto utópico que está aún por llegar. De forma parecida a los “casamientos desiguales”, la incomunicación e incomprensión entre ambas partes implica que las ideas que la música y el show del grupo difunden sean solo metas imposibles que ni los mismos profetas son capaces de seguir, demostrándose así la imposibilidad de llevar a cabo proyectos sociales y políticos.

En *Lo verdadero es un momento de lo falso*, la mayoría de los personajes tienen, supuestamente, una formación y actitud liberal, de recias convicciones. No obstante, estos personajes se van adaptando de manera oportunista a las diferentes circunstancias vitales que se dan, obviando los valores que profesan y permitiendo que su realidad se rija según la lógica de las ganancias. En este sentido, la mercantilización afecta su sistema de valores, produciendo en ellos un cambio de lo más sintomático: el abandono de sus ideales a favor de un estilo de vida acomodado. Aparte de los miembros del grupo y de Leonardo, en esta categoría de personajes mercantilizados cabe también mencionar al padre de Mario (Víctor), quien, de una manera más plástica, ejemplifica este proceso. En una de las analepsis averiguamos que Víctor editaba libros en una empresa familiar que se especializaba en textos de índole científica, cuyos miembros consideraban imprescindibles para fomentar ciertas posturas sociales y conductuales. Una vez en apuros financieros, Víctor convirtió la empresa en un negocio orientado a la venta de libros populares de fácil recepción (principalmente, de autoayuda) y así triplicó las ganancias. A pesar de lograr estabilidad económica, nunca volvió (como deseaba) a editar libros “de calidad” (de Herbert Marcuse, Wilhelm Reich, los postestructuralistas, etc.). Así, perdió la honra ante los ojos de Marié, su primera esposa, quien pensaba que estos eran libros de fácil consumo, y debido a este cambio (hacia la mercantilización) rompió su matrimonio.

De modo parecido, la carrera de Lola, segunda esposa de Víctor, ejemplifica la reorientación que sufren los individuos conscientes y capaces de provocar cambios sociales en seguidores que buscan la máxima compensación material a cambio de su esfuerzo laboral. El oportunismo rapaz de este personaje sin escrúpulos (incitó la ruptura del matrimonio de Víctor solo para alcanzar fines socioeconómicos) remite en cierta forma al capitalismo vampírico, es decir, un capitalismo que refleja el condicionamiento cultural (emana directa e inherentemente de la lógica capitalista) que glorifica los méritos personales, anesthesiando y desconectando a los individuos de su sentido de responsabilidad y solidaridad (Kennedy 2017: 29-30).

La desconexión (o incluso alienación) en el mundo capitalista viene también plasmada en el tema ya explorado en la novela de Marta Dzido: el culto a la belleza. El malestar de las mujeres con la apariencia de su propio cuerpo, de acuerdo con el apartado dedicado a Valeria (la novia de Romano), no solo se debe a la publicidad, sino que también es intensificado por la normativa de las instituciones, las familias y el círculo social. Los regímenes de la protagonista, que al parecer representan una categoría simbólicamente opuesta al consumismo, se revelan como enfermizos. De esta manera, también simbólicamente, remiten por una parte a la bulimia consumista entendida como el rechazo al exceso de productos consumidos y, por otra, a la anorexia, que equivale al pavor que se siente cuando se piensa en consumir, un miedo fomentado por la constante invitación a hacerlo. En este sentido, los trastornos alimentarios en la obra se vinculan con una de las estrategias de venta que, para Bauman, pretende “satisfacer cada necesidad/deseo/apetito de modo tal que sólo puedan dar a luz nuevas necesidades/deseos/apetitos. Lo que comienza como un esfuerzo por cubrir una necesidad debe conducir a la compulsión o la adicción” (2007: 71). Desde luego no sorprende la multitud de adicciones que la narradora proyecta en personajes alcohólicos, drogadictos o *shopohólicos*, y a la que también remite el nombre del grupo musical que conforman los personajes principales: *Sex amp: Love Addicts*.

Gracias a la tematización de la obsesión con la belleza física, la obra alude a la superficie consumista de la imagen prefabricada que los medios de comunicación exponen y mercantilizan. En la parte final de la obra, Romano los denuncia como un “sistema de control” que no invita ni a la reflexión ni a la crítica de los mensajes emitidos, y que destruye la capacidad de pensar de manera abstracta y tranquila (Etxebarria 2010: 384). En este contexto no podemos negar que, a pesar del alto nivel de autoconsciencia de Valeria (a quien le fastidia su vida vacía de celebridad y que se siente abusada por el narcisismo de Pumuky, quien la presenta como su propiedad), la chica es incapaz de romper ese círculo vicioso, por lo que mantiene una postura pasiva. Este hecho demuestra la fuerza con la que operan los discursos del capitalismo consumista que celebran la superficialidad, la atención ajena y el egoísmo. Discursos que sirven para fomentar las necesidades artificialmente creadas y que conducen al consumo irracional. Desde esta perspectiva, el capitalismo entendido como un sistema que asegura la libertad de decidir sobre la propiedad privada (Wozniński 2017: 20) resulta no ser más que otro simulacro, dado que dicha libertad está continuamente circunscrita a la lógica del consumo y, como subraya Baudrillard, “el goce que procuran la televisión o una residencia secundaria se vive como libertad verdadera. Nadie lo vive como una alienación” (2009: 73).

## CONCLUSIONES

Como hemos visto, todas las novelas analizadas critican el capitalismo y sus pilares principales, y, dependiendo del momento, lo hacen de una manera más o menos explícita. Mientras que la novela de Dzido tematiza las cuestiones relacionadas con la imposición del nuevo sistema económico en Polonia con recursos explícitos (plasmación de la trama en torno a la inseguridad laboral, monólogos anticapitalistas tajantes, etc.), la narración en la obra de Masłowska opta por lo implícito, expresándose principalmente en la dimensión polifónica de la obra, la cual convierte los discursos intercalados en una “seña de identidad” sin fundamentos solventes. *Historias del Kronen* y *Lo verdadero es un momento de lo falso*, consiguen sus fines a través de una singular plasmación de la trama: los protagonistas son puestos en situaciones existenciales que exigen la toma de decisiones éticas que van más allá del condicionamiento ideológico capitalista y que los hacen fracasar.

En las obras de Dzido, Mañas y Etxebarria, el sistema económico vigente es representado, principalmente, a través de la imagen de la sociedad de consumo. Las tres demuestran que los principios capitalistas no son hechos sino juicios de valor sustentados por los medios que apoyan el consumismo. Revelan asimismo que el sistema capitalista tiende a presentar estas ideas como evidentes y que el capitalismo vampírico transforma a sus personajes en individuos ansiosos, competitivos, conformistas y políticamente complacientes, como lo demuestra la creación novelesca de, por ejemplo, Mateusz, Carlos y Romano. Además, podríamos afirmar, siguiendo las pautas de Adorno, que la industria de la cultura los distrae y les impide entender sus propias necesidades y aspiraciones en vez de servir como herramienta gnoseológica.

La inestabilidad en la identidad de Mateusz y Carlos, quienes parecen desconocer sus necesidades esenciales, les obliga a copiar los patrones conductuales de sus ídolos o mimetizar cualquier comportamiento que, según ellos, es digno de ser mimetizado. Son instigados al consumo de X productos, que provoca en ellos un deseo infinito e insaciable. Esto, por ende, conduce a la frustración, que en el caso de Carlos se expresa en auto-destrucción y violencia, mientras que Mateusz se ve empujado a ser infiel (de modo parecido a Romano, en la novela de Etxebarria). Estos personajes, debido al consumismo, se ven obligados a romper lazos con los más próximos, menoscabando sustancialmente sus vidas íntimas y románticas y convirtiéndolas en emulaciones; el sexo sustituye a las relaciones íntimas, el consumo suplanta las inquietudes espirituales, etc. A pesar de que existen novelas polacas que demuestran ciertas modificaciones en el seno del concepto de la familia tras la transición (*Nic* de Dawid Bieńkowski o *Zwał* de Sławomir Shuty), las dos novelas analizadas en el presente trabajo tienden a escenificar lazos familiares no del todo reconceptualizados a consecuencia del cambio económico. Por el contrario, en las novelas españolas comentadas, queda codificado el desmantelamiento de las relaciones familiares presentes hasta la Transición, fenómeno al parecer sintomático. Muchas otras novelas españolas que tratan temas y ambientes similares (como las obras de Juan José Millás, Lucía Etxebarria, Antonio Orejudo o Belén Gopegui, por ejemplo) plasman la descomposición social ocasionada por el materialismo que aleja y aliena a sus personajes.

Se puede constatar que las novelas analizadas critican la cultura consumista poniendo de relieve los efectos debilitantes de la lógica cultural capitalista, incluso en aquellos que son sus productos mejor conseguidos (Carlos, Mateusz). Este hecho revela, como quiere Lukács, las contradicciones subyacentes al orden social en obras literarias (cf. 1980: 374-378), dado que la mayoría de los protagonistas están contruidos como figuras de rebeldes (Magda, Silny) o falsos rebeldes (Carlos, Romano). El afán de rebelarse deriva de la imaginaria o real humillación que los protagonistas sufrieron y que les llevaría al materialismo, a la estandarización de su existencia y el moldeado de sus identidades a la voluntad del sistema. A fin de comprender mejor el impacto de la ideología vigente sobre el sistema de valores sociales que las novelas comentadas presentan, cabe remitir a las observaciones de Lucien Goldmann sobre las clases sociales en cuanto infraestructura de las visiones del mundo:

En la sociedad actual [...] la naturaleza del conjunto de relaciones entre los individuos y el resto de la realidad social es tal que continuamente se constituye una cierta estructura psíquica, común en gran medida a individuos que forman una misma clase social; estructura psíquica que tiende hacia una cierta perspectiva coherente, un cierto máximo conocimiento de sí y del universo, pero que también implica límites, más o menos rigurosos, en el conocimiento y en la comprensión de sí mismo, del mundo social y del universo. (1984: 107)

Las cuatro obras analizadas, a través del desarrollo de los personajes (o su falta), codifican los límites epistemológicos de los que Goldmann habla. Magda (*Małż*), Fuerte (*Blanco nieve, rojo Rusia*), Carlos (*Historias del Kronen*) y Romano (*Lo verdadero es un momento de lo falso*) inicialmente representan las cosmovisiones de sus respectivas clases sociales: media (Magda), media baja (Fuerte) y media alta (Carlos y Romano). Cada uno de ellos llega justamente a estos límites al enfrentarse con una realidad social impregnada de competitividad, alienación, insaciabilidad y voluntad política amputada, respectivamente. Así, las relaciones de estos personajes con su contexto social van por vías dialécticas dobles (la de la integración y la del enfrentamiento), que remiten a conceptos clásicamente marxistas.

Asimismo, aunque en la plasmación lingüística de todas las novelas analizadas el campo semántico de la enfermedad no es sumamente perceptible, en todas ellas son varios los fenómenos vinculados con la realidad capitalista que originan trastornos mentales; estos incluyen formas más o menos leves de depresión, esquizofrenia, hiperactividad, impulsividad, narcisismo (con su forma extrema de psicopatía), bulimia y anorexia, entre otros. La violencia en la que algunos de estos trastornos desembocan (Fuerte, Carlos), parecen corroborar las observaciones de Agnieszka Nachin: “el capitalismo genera una ira privada, marcada por la culpa, autodestructiva y estéril” (2019: 139). En lo referente a las relaciones sentimentales que se alimentan de estos trastornos (Magda, Romano), se confirman las observaciones de Katarzyna Moszczyńska-Dürst quien apunta que “la lógica cultural de capitalismo tardío genera una avalancha de depresivos-narcisistas, privados de su espacio psíquico y del respaldo materno y paterno, que sueñan con un amor que podría cubrir todas sus carencias afectivas y que, sin embargo, nunca llega, ya que nadie sería capaz de suplirlas” (2017: 209). La enfermedad conside-

rada de manera implícita funciona también como configurador de lazos interpersonales: la superficialidad de relaciones sociales presente en todas las obras remite a la mercantilización, dado que la mayoría de los personajes fetichiza a los demás y los convierte en mercancías en función de su valor de signo y cambio. Esta superficialidad capitalista se traduce no solo a fenómenos tan perceptibles como el llamado *lookism* (variante contemporánea de cacofobia con implicaciones laborales) o lo que Arlie R. Hochschild denomina como “la mercantilización de la vida íntima” (cf. 2008: 25-48), sino que también significa una suerte de vaciamiento espiritual. Este se codifica a través de la obsesión por los bienes materiales (Mateusz), las actitudes discriminatorias (Fuerte), el consumo irreflexivo de productos culturales y el hedonismo (Carlos), así como las simulaciones de compromiso social (Romano). En este sentido, tanto el progreso material como la frustración del estancamiento económico llevan a suprimir ciertas actividades sociales y espirituales y no recurrir a compromisos e inversiones de carácter ético.

La plasmación lingüística en tres obras comentadas (*Małż, Blanco nieve, rojo Rusia e Historias del Kronen*) juega el papel esencial en la representación del surgimiento de la sociedad de consumo en ambos países. En *Małż*, gracias a la yuxtaposición de blasfemias leves hacia lo que se suele considerar fundamentos de la identidad polaca (la fe católica, el mito romántico y el martirio nacional, por ejemplo) con el lenguaje publicitario, en el seno de la narración se introduce una tensión irónica entre el *sacrum* polaco invadido por el *profanum* capitalista, ajeno tanto al *homo sovieticus* como al buen cristiano. En la novela de Dorota Masłowska la lucha de discursos resultante de esta tensión adquiere el estatus de tema central, como hemos visto. La plasmación particular del lenguaje en ambas obras polacas se asemeja a lo que se suele denominar como “terrorismo lingüístico” de la narrativa de la “Generación X” en España (Navarro Martínez 2008: 43-49), fenómeno que se da de manera particularmente palpable en *Historias del Kronen*. La anarquía verbal en los tres textos deriva de cierto intento de defender y restaurar la oralidad de los textos literarios, y representar los cambios iniciados por la paulatina comercialización de la vida social dentro del sistema capitalista. Consiste en el rechazo de los “preciosismos” (adjetivación exuberante, sintaxis compleja, etc.) y la introducción del lenguaje coloquial, lenguaje marcado por los medios de la comunicación audiovisual, anglicismos, palabras malsonantes, vocablos propios, nombres de marcas, incorrecciones y el argot. Se puede observar que el cuestionamiento de las (así consideradas, hieráticas y arcaicas) normas lingüísticas sirve principalmente a tres clases de fines: renovar el lenguaje literario y marcar la brecha generacional (*Historias del Kronen*), codificar el estado naciente de identidades híbridas originadas por la transición (*Nieve blanco, rojo Rusia*) y demostrar que el lenguaje evoluciona y se adecua a las circunstancias culturales marcadas por la dominación cultural anglosajona y estadounidense en particular (*Małż*)<sup>5</sup>. Asimismo, observemos que cualquiera que fuere su función dominante, su origen se encuentra en el surgimiento de sociedades consumistas, mercantiles e impregnadas de individualismo capitalista.

A pesar de que las novelas de ambos países guardan ciertas similitudes, las obras españolas tienden a ofrecer una imagen más universal y menos circunstancial de lo que nos

<sup>5</sup> Entre paréntesis se colocan los títulos de las obras donde un fin dado adquiere función primordial, entre otras funciones que allí desempeña.

ofrecen las polacas en lo que concierne a la transformación de la identidad en función de parámetros neoliberales). Como hemos visto, *Blanco nieve, rojo Rusia* toma en consideración la idiosincrasia y especificidad del capitalismo en Polonia y lo presenta en términos de una irónica amenaza a la identidad nacional. También *Malż*, a pesar de su universalidad en cuanto a la representación del consumismo, de la alienación y de la globalización, ofrece, no obstante, algunos diagnósticos sobre las particularidades locales del capitalismo en Polonia y su incompatibilidad con lo específicamente polaco. Más obras contemporáneas de autores jóvenes como Ignacy Karpowicz, Agnieszka Drotkiewicz, Sławomir Shuty, Sylwia Chutnik o Daria Porębiak, entre otros, podrían ubicarse dentro de esta categoría. Por otra parte, *Historias del Kronen* y *Lo verdadero es un momento de lo falso* parecen posicionarse dentro de la línea de narrativa que busca un marco conceptual relativamente más global, apto para desenmascarar las insuficiencias y peligros del sistema capitalista en general.

Es evidente que las conclusiones de un estudio tan breve como el presente no son capaces de revelar tendencias generales en la narrativa de un país en concreto, pero nos gustaría plantear algunas cuestiones y preguntas que derivan de él y que podrían servir de inspiración para posteriores investigaciones comparatistas sobre la narrativa española y polaca que ofrecen visiones del capitalismo. Primero, podríamos preguntarnos hasta qué punto la novelística en la España posterior a la Transición tiende a posicionarse de una manera más patente en un contexto global y menos circunstancial que la narrativa polaca. Y segundo, en el caso de que existiera tal tendencia o corriente, ¿en qué periodos de creación se da con más agudeza: directamente después de la Transición, en los años de bonanza económica o quizá después de la crisis de 2008? Si consideramos otras obras de Lucía Etxebarria que denuncian la frivolidad de la clase media (*Beatriz y los cuerpos celestes*, *Cosmofobia*), la narrativa explícitamente inclinada hacia la izquierda política de Belén Gopegui (*La conquista del aire*, *Lo real*), las novelas de Juan José Millás que tematizan la alienación en la sociedad capitalista (*El orden alfabético*, *Desde la sombra*), por dar solo algunos ejemplos, podríamos constatar que existe en España una suerte de narrativa que, en comparación a la polaca, está mucho menos inmersa en el contexto de reformulaciones de la identidad nacional que el cambio político y económico generan. Mi observación coincide con las aportaciones de Teresa Vilarrós en su libro *El mono del desencanto*, donde la investigadora parte de la premisa de que “en España la escritura de la posdictadura debe ser leída desde y contra los escritos literarios y teóricos de finales de los sesenta y principios de los setenta, y desde una perspectiva histórica que tenga en cuenta la progresiva globalización de la economía mundial” (2018: 61). Claramente, existen obras que no del todo caben dentro de esta categoría (*El Pianista* de Vázquez Montalbán, *En la orilla* y *Crematorio* de Rafael Chirbes, *Amado amo* de Rosa Montero, *Desfile de ciervos* de Manuel Vicente, *Los besos en el pan* de Almudena Grandes, por ejemplo) ya que en ellas encontramos reflexiones tanto implícitas como explícitas sobre las modificaciones acerca de lo que es propiamente español y lo que es adulterado, que el cambio económico y político de la Transición provocó. No obstante, sería de sumo interés reflexionar sobre el tema para poder comprobar en qué medida la globalización crea una “conciencia global”, unas identidades determinadas no solo por los factores nacionales sino también por los internacionales, una suerte

de identidades híbridas, tal como sugiere Anthony Giddens (2006: 73-9). Sea acertada o no la hipótesis sobre las tendencias universalistas e idiosincráticas en la narrativa sobre el capitalismo que acabo de plantear, parece justificado decir que un estudio comparatista en el presente ámbito podría revelar ciertos aspectos que la perspectiva nacional a veces obvia.

Para terminar, me gustaría recalcar que las cuatro obras analizadas, a pesar de su aguda crítica antiglobalista y anticonsumista, y a pesar de haber conseguido criticar el capitalismo sin volver a empaquetarlo y mercadearlo, de ninguna manera socavan sus fundamentos: el mercado libre, la propiedad privada, la libertad económica, etc. En otras palabras, lo que postulan no es un mundo sin capital, sino una realidad que prescinda de los efectos negativos de su funcionamiento. El capitalismo representado en los textos comentados se muestra como una manifestación del miedo a la mercantilización de lo humano, a la profanación de la cultura y a la descomposición de los lazos y vínculos sociales. Un miedo que toma su máxima expresión en la imagen de Magda de *Małż*, quien, al final de la novela, vomita la falsa felicidad y así rechaza el modelo consumista por completo.

## BIBLIOGRAFÍA:

- ALONSO, Santos (2003) *La novela española en el fin de siglo*. Madrid, Marenostrium.
- BAUDRILLARD, Jean (1999) *El sistema de los objetos*. Madrid, Siglo XXI.
- (2009) *La sociedad de consumo*. Madrid, Siglo XXI.
- BAUMAN, Zygmunt (2003) *Modernidad líquida*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- (2007) *Vida de consumo*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- CZAPLIŃSKI, Przemysław (2009) *Polska do wymiany*. Warszawa, WAB.
- DUNIN, Kinga (2004) *Czytając Polskę. Literatura polska po roku 1989 wobec dylematów nowoczesności*. Warszawa, WAB.
- DZIDO, Marta (2005) *Małż*. Kraków, Ha!art.
- ETXEBARRIA, Lucía (2010) *Lo verdadero es un momento de lo falso*. Barcelona, Suma de Letras.
- FERGUSON, Harvie (1996) *The Lure of Dreams: Sigmund Freud and the Construction of Modernity*. London, Routledge.
- FRANK, Thomas (2011) *La conquista de lo cool. El negocio de la cultura y la contracultura y el nacimiento del consumismo moderno*. Barcelona, Alpha Decay.
- GIDDENS, Anthony (2006) *Sociología*. Warszawa, PWN.
- GNISCI, Armando (2002) "Prólogo: la literatura comparada". En: Armando Gnisci (ed.) *Introducción a la literatura comparada*. Barcelona, Crítica: 9-21.
- GOLDMANN, Lucien (1984) *Las ciencias humanas y la filosofía*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- GUTKOWSKA-OCIEPŁA, Katarzyna (2016) *Odkodowana bliskość. Powieściopisarstwo Enrique Vili-Matasa, Antonia Muñoz Moliny i Alejandra Cuevasa w kontekście prozy polskiej po 1989 roku*. Katowice, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

- HOCHSCHILD, Arlie R. (2008) *La mercantilizaci3n de la vida íntima. Apuntes de la casa y el trabajo*. Madrid, Katz.
- KENNEDY, Paul (2017) *Vampire Capitalism. Fractured Societies and Alternative Futures*. London, Pelgrave Macmillan.
- KIENIEWICZ, Jan (1993) "Cambios en Polonia: transici3n y transformaci3n". *Cuadernos de Historia Contemporánea*. 15: 129-155.
- KRAJEWSKI, Marek (2005) *Kultury kultury popularnej*. Poznań, Wydawnictwo Naukowe UAM.
- LUCÁCS, György (1980) "Powieść jako mieszczkańska epopeja". En: Andrzej Mencwel (ed.) *W kręgu socjologii literatury. Antologia tekst3w zagranicznych*. T. 2. Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy: 364-399.
- MAÑAS, José Ángel (1994) *Historias del Kronen*. Barcelona, Destino.
- MARX, Karl (1980) *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política* T. 2. Madrid, Siglo XXI.
- MASŁOWSKA, Dorota (2005) *Blanco nieve, rojo Rusia*. Barcelona, Mondadori.
- MORA VÍQUEZ, Cristian (2011) "Psicopatía versus Sociopatía: Superaci3n de paradigma, estereotipos y costumbrismos". *Cúpula*. 1: 59-67.
- MOSZCZYŃSKA-DŰRST, Katarzyna (2017) *De las intimidades congeladas a los marcos de guerra: amor, intimidad y Transici3n en las novelistas españolas*. Sevilla, Pandilla Libros.
- NAVARRO MARTÍNEZ, Eva (2008) *La novela de la generaci3n X*. Granada, Editorial de la Universidad de Granada.
- VILAR3S, Teresa (2018) *El mono del desencanto: Una crítica cultural de la transici3n española (1973-1993)*. Madrid, Siglo XXI.
- TROUSSON, Raymond (1965) *Un problème de littérature comparée: les études de thèmes*. Paris, Lettres modernes.
- WOZIŃSKI, Jakub (2017) *Dzieje kapitalizmu. Nieznana historia imperi3w, bankier3w, wojen i kryzys3w*. Warszawa, Prohibita.