

Nattie Golubov

Universidad Nacional Autónoma de México nattie.golubov@gmail.com

DEL ANONIMATO A LA CELEBRIDAD LITERARIA: LA FIGURA AUTORIAL EN LA TEORÍA LITERARIA FEMINISTA¹

Resumen: Este trabajo es una reflexión acerca del estatus cambiante que ha tenido la figura autoral femenina en el análisis literario feminista. Desde sus orígenes, la teoría literaria feminista ha basado sus proyectos en el supuesto de que la experiencia de la feminidad, la discriminación, exclusión, marginación o subordinación de alguna manera inciden en el proceso creativo y en la obra misma; por eso, ante el deceso del autor anunciado por Roland Barthes y subsecuentes elaboraciones postestructurales acerca de la relación entre obra y autor, la teoría feminista se ha mostrado ambivalente dado que es precisamente por los discursos culturales y prácticas materiales que las escritoras *en tanto mujeres* históricamente no han sido dueñas de su obra. En este trabajo revisaré el debate teórico entre quienes defienden la necesidad de conservar y problematizar el vínculo entre la experiencia encarnada de la feminidad y la textualidad, y quienes borran el cuerpo de la autora o lo sustituyen con una corporalidad exclusivamente

1 Este artículo es resultado del trabajo realizado en el marco de los siguientes proyectos de investigación: *Horizontes teóricos y críticos en torno a la figura autoral contemporánea* (clave IN405014-3), del Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT), con financiamiento de la DGAPA-UNAM y *¿Corpus auctoris? Análisis teórico-práctico de los procesos de autorización de la obra artístico-literaria como materialización de la figura autoral* (FFI2012-33379) que lleva a cabo el Grupo de Investigación Consolidado Cuerpo y Textualidad (2009 SGR 651) de la Universitat Autònoma de Barcelona.

discursiva. Un debate que debe ser replanteado en el contexto actual en el que muchas autoras gozan de celebridad literaria, y su obra es una mercancía en el mercado cultural global cuya relación con la imagen pública mediática constituye un tema interesante.

Palabras clave: feminismo, celebridad literaria, postestructuralismo, cuerpo.

FROM ANONYMITY TO LITERARY CELEBRITY: THE AUTHOR FIGURE IN FEMINIST LITERARY THEORY

Abstract: This paper reflects upon the changing status that the female author figure has had in the feminist literary area. Since its roots, feminist literary theory has based its projects on the idea of the feminine experience, either the discrimination, the exclusion, the marginalization or the subordination that somehow have an impact on the creative process and in the work itself; for that reason, and in light of the author's desire announced by Roland Barthes and subsequent poststructuralist perspectives about the relationship between a work and its author, feminist theory has shown to be ambivalent because it is precisely by the cultural discourse and material practices that the writers, *because of being women*, have historically been unable to own their own work. In this paper I will go through the historical debate between those who defend the need to preserve and discuss the bond between the embodied experience of femininity and textuality, and those who erase the body of the female author or substitute it with an exclusively discursive corporality. This debate needs to be reconsidered in our current context, in which a lot of female authors are considered literary celebrities, and their works are viewed as merchandise in the cultural global market. This relationship with the public image figure of the author is a very interesting issue to examine.

Key words: Feminism, Literary celebrity, Poststructuralism, Body.

En *Después de la teoría* el crítico marxista Terry Eagleton confiadamente anuncia el fin de la “edad de oro” de la teoría cultural: después de haber revolucionado nuestra reflexión acerca de la literatura con las ideas de dos generaciones de figuras innovadoras como Claude Lévi-Strauss, Pierre Bour-

dieu, Jacques Derrida, Michel Foucault, Roland Barthes, Edward Said y Julia Kristeva, actualmente lo único que hacemos es desarrollar, complementar, criticar y aplicarlas, aportando poco a la reflexión. Estamos viviendo en el pasado, nos dice Eagleton, porque se ha despolitizado nuestro quehacer crítico debido a que las condiciones históricas que dieron pie al marxismo cultural de las décadas de los años setenta y ochenta han desaparecido para ser reemplazadas por el postmodernismo –un momento principalmente cultural y políticamente “catastrófico” (2005: 16)– y el neoliberalismo. Las reflexiones que presento a continuación amplían las discusiones en torno al concepto de autoría que el postestructuralismo dismanteló hace algunas décadas, aunque desde una perspectiva feminista la supuesta muerte del autor es problemática y nuestra reflexión sobre ella se ha complicado aún más en la actualidad porque el contexto histórico de los “años salvajes de la teoría” (Asensi, 2006) y del feminismo de la segunda ola ha sido reemplazado por el neoliberalismo y, específicamente en el ámbito literario, por la consolidación de las grandes empresas editoriales multinacionales con una presencia mundial que, para extender y consolidarse, requieren la compenetración del campo literario con el mundo del poder económico y mediático, vínculo que se visibiliza a través del culto a la celebridad literaria y la transformación del nombre del autor en una marca registrada asociada con una amplia y diversa gama de mercancías, desde libros hasta autógrafos. Las mujeres escritoras no escapan a este fenómeno, incluso se benefician de él; pero veremos que su celebridad es problemática porque constata el convencional vínculo entre lo femenino, las mujeres y la cultura de masas.

Aunque en términos generales concuerdo con el diagnóstico de Eagleton, enfatizaría que el feminismo todavía –y lamentablemente– se mantiene vigente como movimiento político y teórico-crítico, aunque ha disminuido la energía creativa y política que lo impulsaba cuando estaba en su fase temprana en el ámbito académico de los estudios literarios. Para Toril Moi el postestructuralismo –al menos en lo que atañe a la crítica literaria– también debilitó el proyecto de la teoría literaria feminista, porque en la

década de los años ochenta los postulados y supuestos de ambos entraron en conflicto directo (Moi, 2008): resultaba imposible aceptar las implicaciones epistemológicas radicales que acompañan la muerte del autor, por ejemplo, con las ambiciones de la “aracnología” feminista, definida entonces como “la posición crítica que lee en contra del tejido de la indiferenciación para descubrir cómo se encarna la subjetividad de género en la escritura; para recuperar dentro de la representación los emblemas de su construcción” (Miller, 1988: 80). En el contexto estadounidense este conflicto se escenificó en el debate llevado a cabo entre Peggy Kamuf y Nancy K. Miller y hasta el día de hoy no se ha resuelto; proliferan las interpretaciones feministas de obras escritas por mujeres que desestiman las implicaciones del postestructuralismo en el análisis, porque suponen de manera al menos implícita que la diferencia sexual significa diferencia textual. A esta situación Moi la describe como “esquizofrenia intelectual”: “mitad del cerebro sigue leyendo a las mujeres escritoras mientras que la otra sigue creyendo que el autor ha muerto, y que la palabra ‘mujer’ es teóricamente sospechosa” (2008: 264).

Cuando Roland Barthes anunció la muerte del autor en su célebre manifiesto de 1967 difícilmente imaginó que unas décadas más tarde (re)nacería la figura de la celebridad literaria cuya imagen pública circula ampliamente en redes sociales y todo tipo de medios viejos y nuevos, partícipe del *glamour* que solemos exigir a las estrellas hollywoodenses. Aunque la figura del autor afamado no es un fenómeno exclusivo de nuestra época (Cawelti, 1977), vale la pena señalar que la celebridad es un estatus diferente a la consagración analizada por Pierre Bourdieu. La fama convencional es atribuida a los individuos y su obra por sus pares en un mismo campo cultural, pero en el contexto actual la celebridad popular y la consagración literaria se funden porque la autonomía del campo literario con relación al campo de poder económico y político es solo una ilusión necesaria (pero ilusión al fin) para conservar el capital simbólico de los distintos actores que en él operan. La percepción de que el campo literario goza de cierta autonomía con relación a los

demás se basa, en parte, en la idea de que los libros son un tipo de producto distinto a otros y que, por lo tanto, deben circular en el mercado con una lógica también distinta de la que rige otras mercancías y bienes de consumo (Moran, 2000: 36). Este tipo de fama deriva de los méritos y logros de los individuos en competencia abierta con sus pares en el ámbito público, que los reconoce por ser individuos singulares con talentos únicos (Rojek, 2001: 18).

La celebridad, en cambio, es abiertamente comercial, el propio autor y no su obra se convierte en fetiche, incluso “el nombre de un autor puede ser utilizado con fines promocionales” dado que se asimila a una imagen “empleada directamente para vender un producto literario en el mercado o como un signo flotante en la cultura contemporánea” (Moran, 2000: 61). En la definición de Graeme Turner, la celebridad es un tipo de representación y un efecto discursivo, una mercancía vendida por promotores, publicistas y las industrias mediáticas que producen estas representaciones y sus efectos, y es una formación cultural que cumple una función social (Turner, 2013: 16). Más adelante veremos cómo la figura de la escritora canadiense Margaret Atwood, por ejemplo, es resultado de las “creaciones intertextuales de la promoción y la publicidad” (Moran, 2000: 66). Además de contar con el reconocimiento de sus pares en el campo literario (premios, títulos honorarios, estudios académicos y agrupaciones dedicados a su obra como la *Margaret Atwood Society*), Atwood ha logrado gran popularidad al diversificar su público incursionando en la nueva medialidad con su historia “The Happy Zombie Sunrise Home”; y, en el mundo de los videojuegos, con “Intestinal Parasites”, el primer juego de una serie basada en su obra futurista *MaddAddam*, novela que, además, fue promocionada por medio de un *trailer*, a la manera de una película o serie de televisión (Bloomsbury, 2013). Además, la canadiense ha escrito tiras cómicas, libretos, guiones para televisión y libros infantiles; y el director Darren Aronofsky está adaptando la trilogía para una serie de HBO, de la cual Atwood es consultora. Esta prolífica y muy diversa obra forma parte de aquello que podría llamarse el “espacio rizomático” (King, 2010: 9) de la celebridad, un

espacio antes habitado exclusivamente por actores y roqueros pero ahora compartido también por escritores. En este espacio la obra literaria es solo uno de los nodos de una red de “acumulación personal” (King, 2010: 9) de reconocimiento que deriva también de su visibilidad y del atractivo comercial de su estilo y apariencia, conseguidos por otros medios de representación de la misma obra (lecturas públicas, audiolibros, adaptaciones), de la imagen pública (publicidad, entrevistas) y la auto-figuración (blogs, tweets, ensayos autobiográficos y de opinión). En el contexto del mercado cultural global, los nombres funcionan como marcas que concentran una amplia gama de valores, aspiraciones, productos que impiden la separación entre vida y obra de tal manera que los autores crean un yo “que continuamente se produce a sí mismo para circular competitivamente (...) una mezcla inextricable de lo que el autor/objeto ofrece de hecho, los signos con los que esto podría ser reconocido y el atractivo simbólico que se le da para aumentar las ventajas que pueden obtenerse a raíz de su intercambio” (Wernick, citado en Moran, 2000: 67). La activa colaboración del autor en fabricar su imagen pública es indispensable para lograr la reconciliación entre dos figuras autorales que hasta hace relativamente poco tiempo eran incompatibles: el autor “literario” y la celebridad literaria. No obstante, actualmente es tan predominante la cultura y el poder de la celebridad que incluso cuando se desprecia y rehúye la publicidad (como sería el caso de autores huraños), esta los determina.

Ante fenómenos mediático-literarios como este, ¿cómo podemos reflexionar acerca de la relación entre autor-autoridad-autoría, la intencionalidad autoral y la discriminación que incluso ahora padecen las mujeres en el mercado cultural mundial? Para estas el problema de la celebridad es que confirma la relación que ha existido entre la cultura de masas, las mujeres y lo femenino. Desde el siglo XIX esta feminización de la masa, lo masivo y popular se ha sostenido sobre la diferenciación entre dos campos, el comercial (“subcampo de gran producción”, en palabras de Bourdieu) y el literario (“subcampo de producción restringida”), que presenta un “modelo económico invertido” al campo de poder y orden económico, porque a “quienes

entran en él les interesa ser desinteresados” (Bourdieu, 2011: 320); más (des)interesados en acumular bienes simbólicos que económicos: impera la lógica de “quien pierde gana” –esto es: entre mayor sean la indiferencia y autonomía con respecto al mercado cultural y la lógica que en él impera, mayor será su capital simbólico, materializado en honores, premios y demás beneficios otorgados y valorados en ese campo cultural. En esta configuración del campo literario, las mujeres y lo femenino se asocian con el subcampo de gran producción.

Roland Barthes no discute esta oposición entre lo que, por conveniencia, llamaré el concepto de escritor burgués y el Autor modernista directamente, pero merodea en sus textos sobre la figura autoral. Varios de sus comentarios acerca del autor evidencian el principio de jerarquía fundamental del campo literario entre la alta y baja culturas, entre lectores de textos artísticos y consumidoras de *best-sellers*, entre la exclusividad y la popularidad, un interés por los beneficios económicos y el desdén por el mercado y el éxito comercial, “la oposición entre las obras hechas para el público y las obras que tienen que hacerse su público” (Bourdieu, 2011: 323). En el “Prólogo” a la edición de 1970, Barthes explica que *Mitologías* es una “crítica ideológica dirigida al lenguaje de la llamada cultura de masa” y el “enemigo capital (la Norma burguesa)” (7). Me interesa destacar aquí la diferencia entre la figura del autor del Barthes mitologista y la del autor discutido por el Barthes crítico de “La muerte del autor” y “El placer del texto”, porque estamos ante dos tipos de autor y de público distintos. *Mitologías* es una crítica a la cultura de masas y sus consumidores, mientras que los otros comentarios parecen dirigirse a un público más culto que pertenece plenamente al campo literario: en este mapa cultural dividido, los lectores de *Le bruissement de la langue* no son las lectoras de la revista *Elle*, ni la mujer que lava ropa con detergente *Omo*. En otras palabras, los intelectuales anti-autoritarios a los que se dirige Barthes en “La muerte del autor” están a la vanguardia del desmantelamiento del Sujeto Absoluto, mientras la burguesía y la pequeña burguesía feminizada, en su “antiintelectualismo” (Barthes, 1985: 99) idolatra “la maravillosa

singularidad del escritor” (32). En “El escritor en vacaciones” Barthes se burla del culto al autor que nace del contraste entre el materialismo burgués y la “superhumanidad” asociada con el escritor quien, por haber nacido con una vocación espiritual y cuasi-divina –“se es escritor como Luis XIV era rey” (33)– trasciende los imperativos de la vida cotidiana que encadenan a los trabajadores: el autor, incluso en vacaciones, no puede más que escribir porque su don y genialidad se lo imponen: trabaja siempre, pero no lo vive como trabajo porque su vocación es “natural” y por tanto incontrolable, espontánea y ahistórica, “escapa a los determinismos humanos” (32). Aunque, como sus admiradores, tiene un “cuerpo bien carnal” que gusta del vino seco y el queso *reblochon*, pertenece a “una raza seleccionada”, encarna una nostalgia por

algún tipo de elemento trascendente, anti-económico y creativo en una cultura secular, envilecida, mercantilizada (...) En otras palabras, los impulsos humanos que no pueden ser expresados dentro de las realidades sociales y económicas de una sociedad transformada por el capitalismo son canalizadas a nuestras representaciones de autores y artistas, que cumplen la función de legitimar espiritualmente a nuestra sociedad en virtud de que están apartados de ella (Moran, 2000: 9).

El autor célebre de *Mitologías* no ha muerto, pero el de sus ensayos teóricos sí, ese propietario/origen de la obra que restringe su interpretación e impone coordenadas para su lectura: “Como institución el autor está muerto: su persona civil, pasional, biográfica, ha desaparecido” (Barthes, 1993: 46). Acerca de esta cita Burke comenta que evidentemente la *institución* del autor no ha muerto (2008: 28), ni han desaparecido su persona civil y biográfica. Por el contrario, parecería que su persona se ha diversificado, pero la dicotomía implícita en la obra de Barthes perdura y es problemática para la crítica literaria feminista porque convencionalmente a las mujeres se les ha asociado con la cultura de masas y con la modernidad específicamente; ellas están ubicadas del lado del consumo y no de la producción (la creación) artística, las *masas* de la cultura popular son femeninas porque son pasivas, mudas, sin forma: la descripción de

Jean Baudrillard en “A la sombra de las mayorías silenciosas” (1987) deja claro el género de las masas sin lugar a dudas. Andreas Huyssen ha explorado el histórico vínculo entre la feminidad y la cultura masiva establecido en el siglo XIX que permitió la definición de los contornos y valores estéticos de la alta cultura modernista. En este debate, que gira en torno al “subtexto” del modernismo –la cultura de masas–, la mujer “aparece definida como lectora de una literatura inferior –subjetiva, emocional y pasiva– en tanto el hombre (...) emerge como escritor de una literatura genuina y auténtica, objetiva, irónica y con pleno control de sus medios estéticos” (Huyssen, 2006: 92). Según Huyssen, la cultura de masas como femenina, “inferior”, es todo aquello que no es la obra de arte modernista: autónoma con respecto al dominio de la vida cotidiana y la cultura de masas, auto-referencial, autoconsciente, irónica, experimental, expresión de una conciencia individual más que del *Zeigeist* o de un estado de conciencia colectivo, rechazo de los sistemas clásicos de representación, exploración del lenguaje, rechazo a las formas convencionales de representación (2006: 105). Entonces, cumple la función de delimitar el proyecto modernista y marcarlo sutil o explícitamente como masculino (o machista en el caso de Marinetti o Céline, por ejemplo). El punto aquí no es que los modernistas hayan sido misóginos sino señalar que la matriz modernista, la autonomía del arte y su pureza dependen de una “supresión” (resistencia a la seducción de la cultura de masas) de lo femenino: “En este sentido, la tentación de la cultura de masas se ha descrito tradicionalmente como la amenaza a extraviarse en sueños e ilusiones y, en consecuencia, de consumir en lugar de producir” (2006: 108).

Huyssen indica que la situación hoy en día ha cambiado no porque el posmodernismo haya desdibujado las fronteras entre la alta/baja culturas, sino como resultado de que el feminismo ha insistido en que “las nociones masculinas de percepción y subjetividad (o la carencia de éstas) no resultan válidas para ellas” (2006: 119). Aunque “las masas” muy posiblemente no sean tan amenazantes como en el siglo XIX, el argumento de que la mayor visibilidad de las mujeres ha debilitado la asociación

entre la cultura de masas y lo femenino (Huyssen, 2006: 114) me parece precipitado incluso ante figuras consagradas, ganadoras del Nobel, como Doris Lessing, Toni Morrison, Nadine Gordimer, Wislawa Szymborska, Herta Müller, Alice Munro o escritoras célebres por su destacado desempeño en un género literario particular como Nora Roberts o de otros géneros populares como *Los juegos del hambre* o *Mujeres que corren con lobos*, para mencionar algunas. En algunos casos la crítica desprecia la obra y a su autora porque, pese a su éxito comercial entre un público predominantemente femenino, es literatura femenina, “basura” como *50 sombras de Grey* o *Crepúsculo*. En otras ocasiones se desprecia porque tiene los rasgos de lo grotesco, como veremos más adelante. Todas estas autoras gozan de celebridad literaria y no son excepciones (como lo fueran en su momento Aphra Behn, Jane Austen, Virginia Woolf o Simone de Beauvoir), pero su celebridad es problemática por el uso que se la ha dado al cuerpo femenino en los medios, objeto del deseo masculino, usado a voluntad de este por su pasiva materialidad: la escritora siempre tiene cuerpo, en cambio el escritor “acaba por [perder] toda identidad, comenzando por la propia identidad del cuerpo que escribe” (Barthes, 1987: 65). La imagen de la celebridad literaria es una herramienta ideológica muy efectiva para la industria editorial porque logra cimentar a su alrededor toda la información dispersa disponible públicamente sobre ella: es un signo intertextual porque su identidad se construye a partir de fuentes muy diversas como revistas, secciones culturales de los diarios, presentaciones, entrevistas, entradas de Facebook y blogs, etc. En este sentido, su obra es una mercancía, una más entre otros productos mercadológicos y mediáticos.

Para la crítica literaria feminista, la propuesta barthesiana ha tenido consecuencias ambivalentes que incluyen la ya mencionada “esquizofrenia intelectual”. Incluso cuando la autora no es más que una ficción de la lectora o una huella espectral, una ilusión textual o un avatar virtual, las mujeres que escriben nunca escapan a un cuerpo cuya materialidad es ineludible en la “práctica de la lectura y la escritura” (Miller, 1985: 291). Pero

la propuesta de Barthes es radical también porque el autor es un significante trascendental, ese “ser unificado, sin costuras –a la vez individual y colectivo– que comúnmente denominamos ‘hombre’” (Moi, 1988: 22), el sujeto político, epistemológico, jurídico de la modernidad que por muy ilusoria que sea su solidez goza de gran poder discursivo, simbólico y cultural. Para las mujeres muy probablemente no sea deseable ocupar ese lugar masculino de enunciación y posición-sujeto en el orden simbólico dominante que las ubica “al margen”: basta con escuchar el discurso de Jelinek para confirmar que aunque sea una autora consagrada no se siente dueña del lenguaje (2004). Como ha señalado Nancy Miller,

la decisión posmoderna de que el Autor ha Muerto junto con el sujeto no necesariamente es válida para las mujeres y para éstas prematuramente clausura la cuestión de la agencia. Dado que las mujeres no han tenido la misma relación histórica entre la identidad y el origen, la institución y la producción que han tenido los hombres, pienso que (colectivamente) no se han sentido lastradas con demasiado yo, Ego, Cogito, etc. Como el sujeto femenino jurídicamente ha sido excluido de la polis, por ende descentrado, “sin origen”, desinstitucionalizado, etc., su relación con la integridad y la textualidad, el deseo y la autoridad estructuralmente muestra diferencias importantes con respecto a esa posición universal (1988: 106).

Dado que, además, “mujer” ha sido un signo particularmente polivalente, en algún sentido entonces más pleno y más vacío que “hombre”, la imagen mitificada de una mujer escritora es un “repositorio de todo tipo de significados y valores culturales” que en el contexto del capitalismo tardío se emplea como estímulo mercantil, representación de tipo ideal, foco de deseos y anhelos del público, etc. (Moran, 2000: 60). Muchas escritoras célebres son un nodo de la industria cultural global, imágenes-cosa, marcadas por el género. Así como el nombre o la firma imponen homogeneidad a la dispersión y la heterogeneidad, el cuerpo concentra sentidos y reduce la polivalencia.

Creo firmemente que, porque las escritoras que son mujeres suelen ser interpeladas como mujeres, están obligadas a res-

ponder como mujeres, a “convertirse en eso que ya se ha declarado que son” (Moi, 2001: 13), y están obligadas a contribuir a la continua fabricación de su imagen pública incluso cuando rehúyen la publicidad; este fue el caso del vídeo que proyectó Elfried Jelinek durante la ceremonia de aceptación del premio Nobel (Mayer, 2013). Ante esta corporalidad ineludible, el anonimato sigue siendo una estrategia efectiva. La teoría literaria ha anunciado la muerte de la figura autoral indiscriminadamente, indiferenciadamente, una vez más absorbiendo a las mujeres en una tendencia universal masculina pese a que incluso ahora las mujeres cotidianamente pierden su nombre, sus firmas desaparecen al cuerpo porque este es un obstáculo. Pensemos en casos célebres como J. K. Rowling. Esta autora, millonaria dueña de la franquicia de *Harry Potter*, se ocultó primero detrás del neutro “J. K. Rowling” y más recientemente recurrió al nombre de Robert Galbraith, autor de novelas detectivescas (género literario marcado como masculino), porque el pseudónimo masculino le sirve para evadir a la autora de libros infantiles, género literario femenino. En entrevista ella misma aclara que quería “alejar su persona escritural lo más lejos de mí como fuera posible”. Y fue una estrategia efectiva, porque el editor David Shelley, quien leyó la novela sin saber que era de Rowling, dice: “Jamás pensé que fuese escrita por una mujer” (Bury, 2013). Rowling, como tantas otras autoras cuyo nombre e imagen son significantes complejos que concentran todo tipo de significados, ha adquirido el estatuto de marca registrada. Su personalidad mediática borra el complejo entramado de relaciones sociales y económicas que la han producido: la revista *Forbes*, que no discrimina entre la alta y baja culturas, describe a Toni Morrison, Joyce Carol Oates, Jhumpa Lahiri, Alice Walker y Danielle Steele como “escritoras poderosas” por sus ventas y capital simbólico (David, 2011). Al parecer, como ha señalado Toril Moi, aunque “los/las agentes sociales siempre tienen género (de eso no hay duda) no se puede asumir que el género sea el factor más relevante en juego en una situación social dada” (2001: 13). En el caso de estas autoras, no obstante, el género es todo menos irrelevante en el campo

literario mientras que para los escritores no siempre lo es. Pensemos en cómo la distinción entre lo público y lo privado tiene género. Aunque en febrero 2009 Umberto Eco fue detenido en compañía de una trabajadora sexual menor de edad, su estatus intelectual no ha sufrido porque el valor estético de su obra ha opacado un acontecimiento que ha quedado sepultado en su vida privada. En contraste, y confirmando que no ha desaparecido el disgusto que provocan los excesos del grotesco cuerpo femenino, Knut Ahnlund abandonó la Academia Sueca tras la nominación de Jelinek al Nobel porque la autora “ha producido una masa de texto sin huella alguna de estructura artística sobre temas pornográficos como el sadismo, el masoquismo, humillaciones y ultrajes” (Torrecillas, 2013). Pensemos también en figuras como Toni Morrison, quien está siempre ya racializada para un público muy heterogéneo desde que apareció en el programa de Oprah Winfrey (Young, 2001).

La imagen mediática de la autora está anclada en el cuerpo. Las escritoras parecen tener una corporalidad incluso más visible y disciplinada que antes, si tomamos en cuenta que además de salir fotografiadas en portadas aparecen en televisión, videos y radio, tienen cuentas de Twitter y Facebook, dan lectura a sus obras en todo el mundo, personalmente autografían libros para sus fans en librerías, ferias de libros y universidades y participan en debates públicos acerca de una amplia gama de asuntos de interés general. Esta amplia circulación de la autora/marca desdibuja la separación entre alta y baja cultura no solo porque es conocida por un público muy numeroso y diverso, sino porque incluso en algunos casos las autoras mismas, que no ejercen absoluto control sobre su imagen pública, no pueden acotar los significados que genera tanto la marca que es su nombre como las interpretaciones de su obra. Sería ingenuo pensar que esta imagen mediática es auténtica y espontánea y no una ficción publicitaria diseñada para vender libros que adquiere solidez precisamente por la relación intertextual entre la obra, la mercadotecnia y el yo mediático, más “habitado por la alteridad” (Sibilia, 2008: 38) que nunca, y tan individualizado y único como el autor romántico supuestamente derrocado por Barthes.

La celebridad no deriva de la obra de la autora sino de una “cadena de atracción” (10) fabricada por intermediarios culturales expertos en administrar la celebridad (agentes, publicistas, promotores, fotógrafos, asistentes personales) (Rojek, 2001: 11). Sobra decir que las escritoras no son dueñas de sí mismas, no solo porque sus rostros públicos solo tienen validez si el público los confirma (Rojek: 2001, 19), sino por los intermediarios culturales. Por ejemplo, la página web oficial de Margaret Atwood es “monitoreada por sus editores”, y la pestaña de contactos de la página incluye los datos de la agencia californiana encargada de tramitar los permisos para televisión y cine, los derechos para traducción y publicación fuera de los EE.UU. y Canadá se negocian con una agencia en Londres, las invitaciones para presentaciones públicas están administradas por una agencia con sucursales en Nueva York y Toronto (que también maneja a la modelo Elle Macpherson, Spike Lee, Patti Smith, el chef Eddie Huang, entre muchas otras celebridades), las preguntas académicas relacionadas con la investigación de su obra se deben dirigir a la Thomas Fisher Rare Book Library de la Universidad de Toronto: “Margaret Atwood” se transforma en un nodo que reúne las figuraciones autorales dispersas en muchos materiales que circulan públicamente.

El caso de Margaret Atwood es paradigmático. Graham Huggan en ningún momento desestima la calidad de la obra de Atwood, es importante señalarlo, pero como en el caso de todo proceso de fetichización, la imagen de Atwood es resultado de un mecanismo de producción que disimula las condiciones materiales de su creación y, dice Huggan, por esta razón, la obra de Atwood, así como su recepción, no pueden entenderse fuera del contexto material de la industria literaria norteamericana y europea tal cual de la maquinaria global productora de imágenes que ha contribuido a que esta autora sea un ícono nacional y una celebridad cultural mundial (210). Según Huggan, el atractivo inusualmente amplio de su obra así como su autofiguración pública fluida y promocionada con mucha habilidad han convertido a Atwood en una superestrella literaria. Huggan reconoce que la posición que Atwood ocupa en el mundo literario canadiense es sin duda

resultado del proceso de consagración más convencional, un estatus al que contribuye de manera activa la propia Atwood, pero su celebridad no es exclusivamente literaria porque rebasa el ámbito nacional.

¿Cómo es que se ha convertido en celebridad? Huggan menciona varios factores: 1) Atwood es una actriz imponente, hecho constatable en sus lecturas públicas y participaciones en programas de entrevistas. La descripción que da una de sus entrevistadoras, Hermione Hoby (2013), describe y replica esta impresión:

La autora Margaret Atwood habla arrastrando las palabras majestuosamente, sugiriendo que nada podría sorprenderla, poco podría impresionarla. Su modo de hablar es tan suave que me inclino sobre la mesa en el café en un esfuerzo por escuchar su palabras. Si ella lo nota opta por ignorarlo, pero Atwood está acostumbrada a que las personas se dobleguen (en mi caso, literalmente) ante cualquier pronunciamiento suyo. En los 49 años que ha publicado, la mujer de 73 años de edad (su prodigiosa bibliografía abarca más de 30 novelas y libros de poesía) se ha convertido en una de las exportaciones canadienses más famosas, una escritora de best-sellers y una figura cultural muy querida. Nos reunimos en Toronto, donde reside, y en el tiempo que platicamos se le acercan no menos de cuatro acólitos. Ser el centro de atención parece ser su condición natural.

Atwood es tan flexible que puede hablar como autoridad sobre muchos temas diferentes; 2) Se ha beneficiado de una imagen mediática múltiple: es escritora, crítica, ensayista, poeta, por supuesto; pero también comentarista sobre Canadá, patriota, ambientalista (en su página web hace publicidad para algunas empresas y organizaciones verdes), feminista, anticapitalista (*Payback: Debt and the Shadow Side of Wealth* (2008) es sobre la deuda). Sobra decir, aclara Huggan, que es irrelevante que estas imágenes sean expresión auténtica de su yo privado ya que lo importante es la eficacia de su circulación y su viabilidad como soporte para la autoridad simbólica y moral; 3) Ha contribuido a ensalzar su estatus como ícono nacional al hablar sobre temas nacionales (es editora de varias antologías de literatura

canadiense y ha escrito sobre ella, incluso ha usado la crítica literaria para diagnosticar “males nacionales” (214); 4) Su imagen de comentarista cultural se ha ampliado por su papel internacional como traductora e intérprete –embajadora incluso– de la cultura canadiense. Juntas estas imágenes han contribuido a la percepción (equivocada, dice Huggan) de que Atwood es una “escritora canadiense representativa” (2001: 214); 5) Esta supuesta representatividad se ha magnificado por la percepción de que Atwood es una de las pocas escritoras canadienses de importancia dentro y fuera del país, percepción que la propia Atwood ha cultivado; 6) Atwood ha sido declarada vocera del feminismo (y la cantidad de tesis, artículos y libros que la analizan como tal es inmensa); 7) Atwood se ha beneficiado de su citabilidad, “desde la cualidad de *soundbite* de sus muchas intervenciones públicas así como también de las epigramáticas humoradas que se encuentran en su escritura” (215) y, por último, Atwood ha establecido un puente entre las percepciones populares y académicas de su obra y de su personalidad.

Vemos que la celebridad de Atwood es resultado de una cuidadosa administración de una proliferación de versiones de sí misma en la que ella misma participa, consciente como está de ser “una mercancía” y de su papel en la industria de la fabricación de imágenes (Huggan, 2001: 215). Pero quizá lo más interesante del comentario de Huggan sobre la “industria Atwood” (227) es que ella es una “establishment subversive” (216), porque genera un tipo de controversia aceptable, inofensiva, que responde a y promueve las modas del momento (feminismo, ambientalismo, antiglobalismo). En su imagen confluyen todos estos fenómenos que la ubican firmemente en la cultura más comercial de una clase social privilegiada de lectores/as liberales. El ejemplo de Atwood, que no es excepcional, sugiere que en el “espacio rizomático” de la celebridad, los textos producen autores tanto como los autores producen textos de tal manera que incluso “cualquier intento por parte de la autora por escribir o hablar acerca de su fama críticamente está condenado a la circularidad: jamás estarán fuera del circuito promocional” (Moran, 2000: 67).

Para la crítica feminista siempre ha sido fundamental entender el lugar de enunciación de las escritoras, porque se ha partido del supuesto de que existe una relación interdependiente entre la obra literaria y la historia; y que, por lo tanto, la biografía es importante. Pero en el contexto actual en el que la figura autoral femenina es una puesta en escena de “la mujer escritora”, parecería que tenemos ante nosotras el nuevo reto de dismantelar a la figura de la “autora célebre” para recuperar a las mujeres que escriben y que aún son presas de su cuerpo. Dado que el sector editorial está dominado por consorcios multinacionales con filiales en todo el mundo que se preocupan más por sus ventas que por los valores estéticos que hasta hace algunos años aseguraban la relativa estabilidad y autonomía relativa del campo literario, un campo que opone los intereses económicos a otros tipos de capital, ¿cómo interpretamos la incorporación de la figura autoral femenina en tanto mercancía a la economía de las industrias culturales transnacionales? Es indudable que las propias escritoras participan activamente del cambio en las estrategias con las que se representa la figura del/la autor/a, una “transición del autor que hace o crea (algo) hacia el autor que es (alguien)”, en palabras de Sibilia (2008: 216). Según esta filósofa, la figura del/la artista crece desvinculada de la obra de tal forma que el valor de su personalidad pública prescinde de la eventual lectura de su obra por parte del espectador (Sibilia, 2008: 217). No pretendo restar importancia a los cambios profundos que ha tenido la posición de las mujeres escritoras en el mundo, pero además de festejarlos es relevante matizar los beneficios que acarrea su mayor visibilidad y autoridad; porque, en el caso particular de las autoras, parece que su mayor legitimidad y poder en ese terreno de lucha que es el campo cultural no necesariamente se traduce en una igualdad de circunstancias con relación a sus pares masculinos, ni en una mayor resistencia feminista o desafío político a las reglas que gobiernan las dinámicas de ese campo. Y si antes podíamos argumentar que las mujeres escritoras jugaban de otra forma en ese mundo o simplemente lo eludían del todo, ahora a cambio de los múltiples beneficios que antes no recibían son cómplices de su propia mercantilización.

Referencias

- Asensi Pérez, Manuel. *Los años salvajes de la teoría. Tel Quel y la génesis del pensamiento post-estructural francés*. Valencia: Tirant lo Blanch, 2006.
- Barthes, Roland. “La muerte del autor”, en *El susurro del lenguaje*. Barcelona: Paidós, 1987.
- . *Mitologías*. México: Siglo XXI Editores, 1985.
- . *El placer del texto, seguido por Lección inaugural*. México: Siglo XXI editores, 1993.
- Baudrillard, Jean. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós, 1987.
- Bloomsbury Publishing. “MaddAddam tráiler”. Disponible en: *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=a1MGqgOthUM#t=12>, 29 de agosto de 2013 [Última consulta: 13/01/2015].
- Bourdieu, Pierre. *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona: Anagrama, 2011.
- Burke, Seán. *The Death and Return of the Author. Criticism and Subjectivity in Barthes, Foucault and Derrida*. Edimburgo: Edinburgh University Press, 2008.
- Bury, Liz. “J.K. Rowling tells story of alter ego Robert Galbraith”. Disponible en: <http://www.theguardian.com/books/2013/jul/24/jk-rowling-robert-galbraith-harry-potter>, 2013 [Última consulta: 13/01/2015].
- Cawelti, John. “The Writer as a Celebrity: Some Aspects of American Literature as Popular Culture”. *Studies in American Fiction*, 5(1): 161-174, 1977.
- David, Avril. “The 10 Most Powerful Women Authors”. Disponible en: <http://www.forbes.com/sites/avrildavid/2011/06/06/the-10-most-powerful-women-authors/>, 2011 [Última consulta: 13/01/2015].
- Eagleton, Terry. *Después de la teoría*. Barcelona: Random House Mondadori, 2005.
- Hoby, Hermione. “Margaret Atwood. Interview”. Disponible en: <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/10246937/Margaret-Atwood-interview.html>, 2013 [Última consulta: 13/01/2015].
- Huggan, Graham. *The Postcolonial Exotic. Marketing the Margins*. Londres y Nueva York: Routledge, 2001.

- Huyssen, Andreas. *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masa y postmodernismo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora, 2006.
- Jelinek Elfriede, "Al margen". Disponible en: <https://estoespurocuento.wordpress.com/2012/09/24/elfriede-jelinek-al-margen-discurso-de-aceptacion-del-premio-nobel-2004/> [Última consulta: 13/01/2015].
- Kamuf, Peggy. "Escribir como mujer", Marina Fe (coord.). *Otramente: Lectura y escritura feministas*. México, Programa Universitario de Estudios de Género, Facultad de Filosofía y Letras UNAM: Fondo de Cultura Económica, 1999.
- King, Barry. "Stardom, Celebrity, and the Money Form". *The Velvet Light Trap*, 65: 7-19, 2010.
- Mayer, Sandra. "En Nobel ing Literary Celebrity: Authorial Self-Fashioning in the Nobel Lectures of Elfriede Jelinek and Harold Pinter". Disponible en: <http://www.inter-disciplinary.net/critical-issues/ethos/celebrity-exploring-critical-issues/project-archives/conference-programme-papers-and-abstracts/session-3-constructing-celebrity-status/>, 2013 [Última consulta: 13/01/2015].
- Miller, Nancy K. "Rereading as a Woman: The Body in Practice". *Poetics Today*, 6(1): 291-299, 1985.
- . *Subject to Change: Reading Feminist Writing*. Nueva York: Columbia University Press, 1988.
- Moi, Toril. *Teoría literaria feminista*. Madrid: Cátedra, 1988.
- . "Apropiarse de Bourdieu: la teoría feminista y la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu". *Feminaria*, XIV(26/27): 1-20, 2001.
- . "'I am not a woman writer': About women, literature and feminist theory today", *Feminist Theory*, 9(3): 259-271, 2008.
- Moran, Joe. *Star Authors. Literary Celebrity in America*. Londres y Sterling, Virginia: Pluto Press, 2000.
- Rojek, Chris. *Celebrity*. Londres: Reaktion, 2001.
- Sibilia, Paula. *La intimidad como espectáculo*. México: Fondo de Cultura Económica, 2008.
- Torrecilla, Adolfo. "Knut Ahnlund: 'El valor del Nobel ha sido aniquilado'". Disponible en: <http://www.fluvium.org/textos/cultura/cul309.htm>, 14 de abril 2013 [Última consulta: 13/01/2015].

Turner, Graeme. *Understanding Celebrity*. Londres: Sage Publications, 2013.

Young, John. "Toni Morrison, Oprah Winfrey, and Postmodern Popular Audiences". *African American Review*, 35(2): 181-204, 2001.