

IDENTIDADES JUVENILES EN
MALA ONDA DE ALBERTO FUGUET:
LA COLONIZACIÓN DEL IMAGINARIO POLÍTICO
POR EL CONSUMO.
CHILE, 1980-1990

YOUTH IDENTITIES IN *MALA ONDA* BY ALBERTO
FUGUET: THE COLONIZATION OF POLITICAL
IMAGINARY BY CONSUMPTION.
CHILE, 1980-1990

LORENA UBILLA ESPINOZA

Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad de Chile
Ignacio Carrera Pinto 1025, Ñuñoa, Santiago de Chile
loreniffi@ug.uchile.cl

RESUMEN

El presente texto aborda la configuración de las identidades juveniles en la novela *Mala Onda* de Alberto Fuguet a partir de la sistematización de algunas ideas respecto al consumo, la publicidad y los medios de comunicación. En el marco de los profundos cambios generados por la dictadura en los años 80, buscamos evidenciar que la instalación de una sociedad de consumo impactó decisivamente en las experiencias y sociabilidades de los jóvenes chilenos de la alta clase social. Desde esta perspectiva, daremos cuenta de la representación de una juventud mediatizada que nos

ofrece las imágenes de satisfacción, progreso y bienestar que el régimen militar buscaba instalar. Frente a ello, podremos percibir el claro silenciamiento de otros espacios y de otras experiencias que marcaron la identidad de los jóvenes que resistieron, desde diversos frentes, a la implantación del modelo neoliberal.

Palabras claves: juventud, identidad, consumo, publicidad, imaginario.

ABSTRACT

This article approaches the configuration of youth identities in the novel *Mala Onda* by Alberto Fuguet taking into account ideas about consumption, advertising and mass media. In the context of the deep social changes introduced by the dictatorship in the 80s, we try to demonstrate that the establishment of a consumer society affected, decisively, the experiences and sociability of young Chileans in the upper class. From this perspective, we will focus on the representation of a media-sensitive youth, centered in images of satisfaction, progress and prosperity that the military regime sought to instill. In contrast to that, we will be able to perceive clearly the silencing of other spaces and experiences that shaped the identity of young people who resisted, on several fronts, the introduction of the neoliberal model.

Key words: youth, identity, consumption, advertising, imaginary.

Recibido: 31-03-2010

Aceptado: 07-07-2010

1. PRESENTACIÓN

La historia de la dictadura ha sido objeto de variadas obras dedicadas, sobre todo, al estudio de las profundas transformaciones provocadas en el

plano económico, social y político. Del mismo modo, la resistencia a esta en poblaciones, los militantes y grupos de izquierda que fueron víctimas de la represión y la tortura, las manifestaciones contraculturales y contrahegemónicas erigidas por sujetos populares y marginales, entre otros temas, han sido abordadas en numerosas investigaciones. No obstante, es difícil encontrar estudios que den cuenta de los cambios sufridos en la vida privada y en los imaginarios de las personas que vivieron en la década de los '80 y menos aun cuando estos cambios afectaron a la minoría de la población: la clase alta urbana santiaguina.

Es por ello que en este artículo, a partir del análisis de la novela *Mala Onda*, busco aproximarme a estos temas, a partir de la constatación de que estaría dando cuenta de los profundos cambios en la identidad, la mentalidad y la vida privada de la juventud de clase alta santiaguina. Como veremos, estos cambios se producirían a partir de la relación de los jóvenes con el consumo, los medios de comunicación y la publicidad, elementos que ponen en evidencia una nueva relación entre los pares (la diversión, el entretenimiento, la recreación) establecida en base a nuevos espacios de socialización (el mall, los bares, las discoteques, los caracoles, etc.). Sin duda, estos aspectos configuradores de identidad estarían también cumpliendo la función de diferenciación respecto a esos otros jóvenes que, desde la crítica social, el compromiso político con proyectos de transformación social y el desacomodo, hicieron frente a un sistema económico que los excluía y segregaba.

Como sabemos, la novela fue el blanco de variadas críticas: desde la izquierda se le reprochaba su ambigüedad ideológica-valórica manifestada en la falta de proyecto político y memoria histórica, mientras que las posturas conservadoras cuestionaban la imagen presentada de las clases acomodadas, ante todo, la descomposición de la familia y la pérdida de los valores tradicionales que legitimaban su dominación. Sin duda, este carácter polémico de la novela evidenciaba que los tópicos, los personajes y los escenarios estaban cambiando¹. Este cambio lo podemos apreciar en la presentación a

¹ Rodrigo Cánovas plantea que Alberto Fuguet pertenece a la tercera voz de una nueva generación de la novela chilena, la cual se distingue por su gran visibilidad en los medios de comunicación y por construir un sujeto capaz de competir y sobrevivir (alegremente) en la sociedad de consumo.

la serie de cuentos recopilados en *McOndo*, específicamente, en tres aspectos centrales: la preeminencia de sujetos y experiencias individuales a diferencia de los sujetos colectivos que sustentaban a las novelas de antaño, el carácter globalizado que presentan los espacios en los cuales los personajes se desenvuelven y la hibridez de una sociedad asediada por el consumo y los *mass media* (de ahí el juego con el título). Leamos:

El mundo se empequeñeció y compartimos una cultura bastarda similar, que nos ha hermanado irremediablemente sin buscarlo. Hemos crecido pegados a los mismos programas de televisión, admirado las mismas películas y leído todo lo que se merece leer, en una sincronía digna de considerarse mágica (20).

Tomando como punto de partida estos trascendentes cambios en los espacios, las experiencias y los sujetos, intentaré dilucidar en estas líneas cómo el imaginario juvenil asociado al consumo lucha por imponerse al imaginario político, en la medida en que es útil para la reproducción acrítica y permanente del sistema capitalista. Desde este análisis, resultará evidente que *Mala Onda* nos presenta la desactivación de proyectos identitarios centrados en la transformación del sistema, a partir de la recreación de modelos juveniles exitosos y felices asociados a la publicidad y los medios de comunicación. Para el tratamiento del problema expuesto, el análisis se centrará en tres ejes temáticos: en primer lugar, realizaremos una breve contextualización de los años 80 para luego enfocarnos en el análisis de la sociedad de consumo representada a partir de los sujetos, los objetos y los espacios. En un segundo eje, haremos una breve teorización de las juventudes para luego estudiar la configuración de la identidad juvenil a partir del consumo y los medios de comunicación. En ambos apartados, trataremos los ocultamientos de esa “otra realidad” no representada en la novela como forma de evidenciar la instalación de un imaginario del orden y el progreso que intenta volverse hegemónico a través del silenciamiento, la censura y la represión dictatorial. Finalmente, daremos cuenta de los cambios en esta juventud a partir de su relación con el consumo y la publicidad y cómo esta relación implica profundas transformaciones al interior de la vida privada.

Por último, cabe mencionar que este análisis se sustenta en la perspectiva de que las representaciones son portadoras de lo simbólico, es decir,

de las construcciones sociales e históricas que son internalizadas en el inconsciente colectivo representadas finalmente como naturales (Chartier). De ahí que hemos utilizado esta novela de Alberto Fuguet bajo el supuesto de que nos muestra una representación —y no necesariamente los hechos tal y como ocurrieron en la “realidad”— de las relaciones, los espacios, las perspectivas y las sensaciones que dieron forma a esta juventud. Desde esta perspectiva, mi interés ha sido justamente validar el espacio de lo imaginario como un espacio con historia y ver en la literatura una puerta hacia una forma distinta del resguardo de la memoria, bajo la cual podemos acceder a una fuente invaluable de imágenes y sentimientos.

2. EL CONSUMO COMO HECHO SOCIOCULTURAL

La novela transcurre en un espacio temporal de 11 días²: el primero de ellos marcado por el regreso de Matías Vicuña —el protagonista— a Santiago, tras haber finalizado su viaje de gira de estudio en Brasil, y el último de ellos, marcado nuevamente por un regreso —esta vez, al hogar paterno— luego de haber escapado de este tras una discusión familiar. La historia está enmarcada en 1980, cuando la ciudadanía debía decidir si aprobaba o rechazaba la constitución que legitimaría el orden neoliberal y autoritario.

Como sabemos, el gobierno dictatorial impuso un nuevo esquema económico abocado a anular la intervención del Estado, bajo el supuesto de que el establecimiento irrestricto de las leyes de mercado generaría un automático ordenamiento de las fuerzas de la economía y, con ello, se impulsaría inmediatamente un crecimiento acelerado y sostenido (Anderson). Paralelo a este proceso económico, podemos hablar del desarrollo de un discurso ideológico que buscaba legitimar el orden de cosas a partir de tres grandes elementos constituyentes: primero, se planteaba que el modelo impuesto

² Nótese la importancia simbólica que tiene para nuestra sociedad chilena este número: el “once” como referencia al Golpe de Estado y el 11 de septiembre de 1980 (que es el marco en el que se desarrolla la novela) fecha en la cual se aprueba la Constitución que sustenta y consolida las reformas neoliberales emprendidas por la dictadura.

era la única forma posible de salir del estancamiento y del subdesarrollo económico; segundo, se aludía a la pretendida científicidad del modelo y de cómo este, “natural y espontáneamente”, ordenaría la economía y la sociedad. Finalmente, se planteaba que la única forma posible de lograr una democracia sólida y estable era consiguiendo una verdadera libertad económica, para lo cual era necesario la consolidación del modelo que se estaba aplicando. Así las cosas, el marco político autoritario era visto como un “sacrificio necesario” pues bajo este contexto se lograría, a mediano plazo, un beneficio que alcanzaría a todos los sectores sociales.

Los tres puntos anteriores se engloban en lo que Tomás Moulian (2002) denomina el “discurso universalista del régimen”. Plantea que, a diferencia del discurso del gobierno de la Unidad Popular, que se presentaba como netamente clasista (gobierno de los trabajadores y de aquellos que habían sido víctimas de ancestrales injusticias), el del régimen no vacila en presentarse como realización de los intereses generales de la nación sin importar que la medida o la política apareciera como muy excluyente. Este discurso universalista, en el cual se encuentran ligados el orden (seguridad) con el mercado (satisfacción, crecimiento económico) se evidencia claramente cuando en la novela se relata el triunfo del SÍ:

El SÍ ganó con un 67,6% . . . La Alameda, por cierto, se llenó de gente que salió a celebrar frente al edificio Diego Portales . . . Demasiada gente, montones de familias con niños y abuelos salieron a las calles a celebrar el futuro, a brindar por la seguridad, por la promesa de que ya nada malo vendrá . . . ahora que la cosa se apaciguó, lo que nos espera es la calma (293).

De esta doble matriz —autoritarismo y mercado— la novela marca, ante todo, su preferencia por mostrar la cara amable de ambos componentes: un país que requiere entrar en el orden luego del caos desatado, para lo cual deberá construir, en la práctica, una sociedad donde las imperfecciones sean borradas (mediante la segregación espacial y la erradicación masiva de poblaciones) y donde el imaginario político de crítica social sea finalmente colonizado por el consumo.

A este respecto, considero pertinente evidenciar la presencia de una discrepancia entre el discurso del narrador y el autor implícito presente en la novela, discrepancia que se puede inferir a través de la ironía autorial. Es

decir, el orden social que finalmente termina aceptando Vicuña (el protagonista) no es lo que acepta el autor implícito, de ahí que la complicidad con el lector permita abrir un espacio para la crítica del sistema instaurado. Podríamos decir que este espacio aparece representado mediante una suerte de murmullo o eco traído por la presencia, afirmaciones y alegatos aislados de algunos personajes como Carmen, la empleada de la casa, o Alejandro Paz “un burgués desclasado”. Lo interesante de ellos es que están conscientes del gran poder que ejercen las imágenes de bienestar que instala la censura de los medios de comunicación, de ahí que sus apariciones estarían demostrando, precisamente, esa lucha entre el imaginario político-crítico y el consumista-acrítico. En una conversación con Matías, Carmen comenta:

—¿Tú crees que va a ganar el NO, Carmen?

—Oye, seré empleada y pobre pero no por eso huevona. Claro que vamos a perder. Pero no por eso se puede alegar y revolverla un poco.

—¿Crees que van a arreglar la votación?

—Como dice mi comadre Iris: este país es tan mierda que los milicos ni siquiera van a tener que hacer trampa. Toda la gallada va a votar que SI y no sólo los ricos. En La Pintana, donde yo vivo, la mayoría apoya al culeado del Pinocho. Les ofreció unas cagadas de casas y los maracos entregan el poto a cambio (243).

Si hablamos de ecos o murmullos es, precisamente, porque la novela nos habla fuertemente de este nuevo modelo de sociedad basado en el consumo y en la segmentación de los consumidores, acrecentado con las novedades tecnológicas introducidas en la producción y en la consolidación de las marcas. Como bien lo expresa Moulian en *El consumo me consume*:

El consumo, especialmente el consumo de ciertos objetos emblemáticos, cumple la función de localizar a los portadores de ellos en la cadena de la estratificación, puesto que operan como signos visibles del dinero que se posee. En ese aspecto, los principales indicadores son la casa . . . y el o los automóviles. Estamos hablando del consumo como simbolización del estatus, generador de una fachada, una apariencia (60).

Esta apariencia y fetichización opera en los imaginarios juveniles presentes en la novela al nivel de la abstracción que plantea Baudrillard³, ya que, como veremos más adelante, la propia configuración de la identidad reposa en el tener. Tal imaginario asocia el consumo a valores como la libertad y la felicidad que se obtiene en la medida en que se posee: objetos y lugares se nos muestran como los espacios en que la clase alta puede hacer ostentación de ellos y de sí mismos. Sin duda, una de las tantas paradojas visibles de este sistema de acumulación que combina el consumo más sofisticado con el hambre, las habitaciones insalubres y las desigualdades:

El tío Sergio se acerca y mira con atención las carnes y jamones y ensaladas y langostas y frutas y alcachofas rellenas. —Después dicen que en Chile no hay qué comer— comenta. El resto de los concurrentes ríe de buena gana ante el humor, la rapidez, del embajador. Yo lo pienso un segundo. Pero no hay nada que pensar, siento. Es lo que debo decir. Y lo digo: —Por qué no se da una vuelta por las poblaciones y deja de hablar huevadas (Fuguet 244).

Si de alguna forma el personaje Matías encuentra fisuras en la matriz dictatorial autoritaria, claramente comparte con el resto de los personajes el gusto, el placer y la distinción ligada al acto de consumir. Es precisamente en este aspecto donde podemos apreciar que el imaginario juvenil comienza a ser colonizado por el consumo: en la medida en que se acepta el silenciamiento y la censura respecto a la situación política que vive el país, estos jóvenes vivencian las imágenes de progreso económico desprovistas de crítica o transformación social. Para Marinas, esta ausencia de crítica en la sociedad actual sería justamente el factor central que respaldaría ideológicamente a la cultura del consumo. Desde esta perspectiva, el autor distingue tres atributos esenciales que impone el modelo actual de acumulación

³ Para Baudrillard la fetichización de la mercancía hace referencia no solo a su valor de cambio, sino también al valor de uso que está atravesado por el mecanismo de abstracción, como lo demuestra el hecho de que en las sociedades de consumo avanzadas las necesidades se articulan dentro de un sistema de estilos de vida que trascienden la función del objeto en sí. De esta forma, se hace coincidir el sujeto de necesidad con los objetos reales concretos, con el fin de ocultar la determinación social de las necesidades que permiten sostener el mito de la igualdad entre los hombres.

capitalista. El primero de ellos es la segmentación, que circula como una operación conceptual e incide en la autopercepción de los sujetos en la medida en que las apariencias y el estatus se erigen como valores centrales; el segundo atributo es la exclusión, cuyo efecto es la construcción de simulacros diferenciadores que terminan por producir un efecto real, al establecer diferencias cuasi-naturales entre grupos de sujetos, entre mundos de vida o entre áreas geopolíticas. Por último, el tercer mecanismo, la denegación, es la incapacidad de reconocimiento de los límites y de los recursos de los propios sujetos frente a la tendencia psicotizante del universo del consumo.

Podemos apreciar estos tres mecanismos cuando en la novela *Matías* comenta una situación familiar:

Mi tía Loreto ha viajado. Pasa arriba de los aviones. También ha vivido afuera. Se arrancó de Allende . . . Su *diáspora*, como dice ella, duró un mes. Pero tuvieron que quedarse algún tiempo. Como dos años. Después regresaron con BMV, refrigerador de dos puertas, con esa cuestión para el hielo, varios televisores en color, etcétera. Internaron todo sin pagar derechos. Aprovecharon una ley, una ley de Pinochet para incentivar a que volvieran al país todos los que se fugaron del terror rojo. Mi padre siempre criticó esa ley. “Claro, premian a los cobardes que se arrancan y a los que nos quedamos peleando con los comunistas ni siquiera nos dan las gracias”, opinaba. Pero yo creo que no era una cuestión ideológica sino de envidia: de la envidia que siente por ese BMV azul-cobalto que se trajo el tío Sandro (101).

Resulta interesante destacar estas referencias que en la novela aluden al contexto político, precisamente porque nos permiten apreciar el espacio de convergencia con el lector crítico. Esta operación se manifiesta en las estrategias para abordar un pasado todavía traumático: la distancia del protagonista con la miseria o la pobreza, la violencia como un acto silenciado, ocultado y justificado —“los revoltosos de siempre deben ser reprimidos”⁴— los

⁴ Al respecto, resulta interesante la metáfora del “Estado jardinero” que utiliza Bauman para explicar el proceso de legitimación de la violencia y de la deshumanización de las víctimas. En ella, el autor nos plantea que, bajo los parámetros de la ingeniería social, el Estado elimina todas aquellas malezas que afean el jardín, y las corta de raíz para que no vuelvan a crecer, bajo el pretexto de la construcción de una sociedad sin imperfecciones étnicas o ideológicas.

toques de queda transgredidos y, en general, la capacidad del autor para ficcionalizar las experiencias dolorosas mediante la negación. De ahí, entonces, que la imagen central de la novela nos presente una sociedad en pleno auge, moderna y donde la familia y los amigos reafirman los discursos tendientes a la construcción de este imaginario del sujeto hedonista: “Providencia con Lyon, Paseo Las Palmas, el epicentro mismo, está repletísimo, como tiene que ser. Es uno de los pocos lugares que salva. Puros edificios nuevos y locos y cantidad de gente conocida comprando ropa o dando vueltas” (Fuguet 91).

Para Rubí Carreño narrar la dictadura desde una percepción juvenil influye decisivamente en que los hechos se interpreten de manera diferente. Así, el presente será un espacio sin territorio definido y los discursos individuales, ejemplificados en la centralidad que adquieren las microhistorias de los personajes que rodean a Matías, tenderán a ser más importantes que el discurso político de transformación social. Si se sigue a la autora, esta mirada aparece cruzada por la doble coyuntura histórica que implica vivir una adolescencia marcada, por una parte, por la violencia familiar-estatal y, por otra, por un presente globalizado e hipermediatizado que influye en el relato de sus experiencias, memorias y subjetividades. A ambas coyunturas agregaría aquella que guarda coherencia con la vida de Matías y los sucesos narrados antes de la proclamación de la constitución: el personaje está en el tránsito de decidir si desea aceptar el orden de cosas (mediante la consolidación del imaginario del consumo) o cambiarlas y, con ello, transformar su propia constitución como sujeto (adopción del imaginario crítico-político). Del mismo modo y coherentemente, el país debe decidir si acepta o rechaza la constitución que dará legitimidad a la matriz dictatorial-neoliberal. La decisión de Matías, quien desde el comienzo nos presenta una apariencia inconformista con este orden, es integrarse total al mundo de su clase social y al imaginario del consumo. Esto equivale, en el contexto del país, a la legitimación del régimen mediante el triunfo del SÍ.

Finalmente, me parece que este acomodo resume lo planteado con anterioridad: adolescencias violentadas y globalizadas, cuyas historias de vida se definen en la calma, el acostumbramiento y la falta de perspectivas de cambio. En palabras del propio Matías:

El famoso Alejandro Paz . . . dice que nos espera lo peor; que lo peor es justamente la calma, el hecho de acostumbrarse. Yo le dije que quizás, pero que

ahora entendía mejor a los del SÍ, a los que votaron por mantener todo igual porque, ahora que lo sé, lo que más asusta es el cambio, la posibilidad de que todo se quiebre, se hunda. Que todo se te dé vueltas. Y cambie (293).

3. EL CONSUMO COMO CONFIGURADOR DE IDENTIDADES JUVENILES

El tema de las identidades juveniles ha sido objeto de variadas aproximaciones provenientes en su mayoría de la disciplina sociológica, dentro de la cual hoy en día existe un cierto consenso respecto a la necesidad de hablar de juventudes para dar cuenta de la diversidad y la heterogeneidad de este segmento social. En dicho marco, se ha venido instalando una propuesta de conceptualización del ser joven que trasciende el tipo de desarrollo psicobiológico del sujeto para dar paso a la construcción de un concepto que se define a partir del contexto social, político, cultural y económico que cada sociedad en específico denomina como juventud. De esta forma, aspectos identitarios como la clase social de pertenencia, el género, el origen racial, la localización territorial o la adscripción cultural tienen un peso significativo en la conformación de las diversas identidades y experiencias juveniles. Asimismo, y tal como plantea Bourdieu, es necesario comprender la juventud bajo las relaciones de poder existentes entre las generaciones y al interior de ellas, las cuales establecen subordinaciones generadas a partir de la propiedad desigual del saber y de la experiencia acumulada. En una línea similar, Duarte señala que la constitución del ser joven en nuestras sociedades capitalistas es parte de una serie de disputas y relaciones conflictivas entre los contextos, los actores y las instituciones en las que ellos y ellas se debaten. En ese sentido, nos señala que:

Las y los jóvenes se van constituyendo en un cierto espejo de su sociedad y le van mostrando-reflejando lo que ella misma es, por lo que los acercamientos a los mundos juveniles se constituyen en señales de cómo nuestra sociedad chilena se piensa a sí misma en sus jóvenes. Se puede hacer un juego de imágenes desde fines de la dictadura en adelante: la anomia juvenil . . . los acreedores de una deuda social planteada por la Concertación en el diseño de su primer gobierno, la apatía juvenil y la generación X, los jóvenes emprendedores del gobierno de Frei Ruiz-Tagle a través del Programa Chile Joven, jóvenes consumidores fruto

del éxito económico (Cuenta Joven, Auto Joven, etc.), jóvenes empobrecidos peligrosos y criminales en el discurso de Paz Ciudadana, entre otras imágenes (35).

En el marco de nuestro estudio, nos interesa apreciar una parte de esta diversidad juvenil, constituida por los jóvenes de clase alta santiaguina en el contexto de los años 80, aquellos que, como se plantea más arriba, nos muestran la cara amable de los frutos obtenidos en el plano económico.

Si, y como sabemos, la identidad se forja en el proceso de socialización como resultado de nuestros intercambios y no se trata, por tanto, de una estructura rígida, sino contingente a nuestras relaciones y a nuestras propias identificaciones y diferenciaciones; las experiencias juveniles que apreciamos desplegadas en la novela responden, precisamente, a la construcción de una identidad acorde a las estrategias contextuales dominantes en este medio social (el consumo como símbolo de status) y a la mediatización de éstas en la interacción con otros (espacios de diversión, entretenimiento, lenguajes, estilos de vida, etc.). De ahí que aproximarnos a ambas dimensiones implique dar cuenta tanto de las legitimaciones identitarias que cada sociedad pone en juego, como de las subjetividades e imaginarios que los sujetos despliegan en los mecanismos de reproducción de su identidad.

En este doble marco de análisis, parece notorio que estos jóvenes adscriben a un universo cuyo objetivo es el disfrute, el goce y el placer asociado a objetos y lugares de consumo. De esta forma, la juventud aparece convertida en un símbolo cargado de deseabilidad y al cual los adultos aspiran: el ser joven (aunque sea de espíritu) pasa a ser una referencia imprescindible en todo lo relativo a pautas de consumo y cuidado del cuerpo. En la novela, el padre de Matías nos presenta con claridad esta imagen: “Mi padre, estupendo él, bronceado de tanto arrancarse de la empresa y subir a La Parva, con la camisa abierta y en calculado desorden . . . Siempre bronceado, cero grasa. Es un real exhibicionista . . . se pasea en pelotas por la casa, incluso frente a mis hermanas. Ellas le pellizcan el potito, se ríen, bromean a su costa” (47).

En esta sociedad, rol asignado al consumo articula el nexo social de la juventud: la afinidad entre los que practican consumos similares adquiere tanta o más relevancia que aquellos emplazamientos identitarios (como la familia, el trabajo o el vecindario) que tradicionalmente habían desempeñado un papel preponderante en el sentido de pertenencia. Para autores como

Richard Sennett o Bauman, esta nueva lógica no es otra que la diferenciación y la clasificación social, cuyo resultado es la atomización de las identidades a partir del rasgo común de consumidores y la consiguiente exclusión de los no consumidores. Asimismo, nos plantean que la consecuencia de este desplazamiento afectivo al consumo configura identidades frágiles, flotantes y difusas: lo importante es el aquí y el ahora y una visión individualista de la realización humana que exige eliminar las motivaciones altruistas, solidarias y de preocupación y cuidado por el otro.

Así las cosas, Matías y sus amigos nos presentan un tipo de sujeto que parece estar constantemente a la deriva en su vida emocional, que es incapaz de asumir compromisos duraderos con quienes lo rodean y que no siente ningún interés particular por participar en proyectos de transformación social. Este desinterés y apatía es ampliamente retratado en diversos pasajes de la novela. A continuación presento alguno de ellos: nótese que los destacados hacen referencia a esas otras identidades juveniles que, como parte de la crítica y la resistencia a la dictadura, eran transformadas mediante el lenguaje en epítetos asociados al peligro y la subversión.

Y que Pinochet y la dictadura, y que compañero-hermano, yo conocí a unos chilenos de Conce, exiliados . . . Me apesta este tipo de conversaciones (énfasis mío, 11).

Los tipos parecían californianos, pero pensaban como rusos y eso era **sospechoso**. Uno de ellos, polera Che Guevara (yo, saco de huevas, pregunté quién era) nos invitó a todos a Niteroi a escuchar a un panameño **sedicioso** que tocaba canciones de Silvio Rodríguez . . . y otras canciones en castellano . . . se suponía que era un recital clandestino . . . Yo dije que no iría, que para ver comunistas. No, no era mi onda (énfasis mío, 13).

Su lado medio **comunistoide** me cayó mal (énfasis mío, 44).

A mí la política me da lo mismo. En realidad, no sé nada (44).

Frente a esta incomodidad evidente respecto a la política, Matías se siente a sus anchas cuando pasea ante las vitrinas de los centros comerciales. Lo interesante al respecto es cómo estos espacios logran calmar su angustia y son transformados en fugaces instantes de felicidad. En este sentido, la novela nos entrega sugerentes figuras al establecer, en el imaginario juvenil, una arista del consumo que lo presenta como un indicador de las

frustraciones e inseguridades ontológicas que solo son calmadas —y momentáneamente— en el acto individual del comprar: “Mientras caminaba, me puse a divagar. Pensé en Chile y en mi vida, que es como lo que más me interesa. Cuando algo parecido a una depresión comenzó a rondarme, cambié de tema y me concentré en las vitrinas; caché, por ejemplo, que las poleras O’Brian se venden en todas partes. Me sentí más seguro” (10).

María Nieves Alonso complementa el análisis y nos entrega un sentido global de la novela. Evidencia cómo el espacio y los valores del personaje han sido reducidos al mínimo, lo que desactiva en estos jóvenes el lenguaje y la libertad revolucionaria. En los personajes —comenta— no hay ejemplaridad alguna, pues Matías no es encomio de virtudes y los oponentes a su proyecto de configuración identitaria —y, agregó, que podrían representar esos imaginarios de crítica política al interior de la novela— no logran convertirse en alternativas a su “mala onda”, ya que no presentan valores nítidos, admirables o constantes. Junto a lo anterior, Rodrigo Cánovas señala que en esta nueva narrativa chilena quien nos habla es un sujeto marcado por la categoría de orfandad, lo cual implica sustraer, radicalmente, los proyectos identitarios destinados a transformar su realidad individual y colectiva:

[La novela] inaugura una ruptura con la tradición inmediata cuando plantea un descentramiento de las nociones de totalidad y de armonía, en el ámbito de la voz narrativa, del sistema de creencias que la sustenta y de las formas que la realizan. Como ya lo hemos expresado, una voz huérfana convoca el vaciamiento de las categorías que sustentan a un sujeto pleno. Es la desafiación de los sistemas unívocos sostenidos en formas ligadas a un relato historicista, de carácter heroico o melodramático . . . Sus personajes tampoco se sitúan al lado del bien o del mal, puesto que los sistemas valóricos de referencia tienden a confundir esas esferas (45).

Sin duda, podemos decir que Matías se corresponde con esta imagen de sujeto huérfano: su malestar proviene de vivir en un país y en un cuadro familiar sin valores y su sentimiento de orfandad se expresa en una serie de microrelatos expuestos a la manera de un *spot* publicitario. Del mismo modo, si hablamos de un imaginario geográfico en el cual se desenvuelven estos sujetos, se trataría de un Santiago asociado al orden y a la entretenición, sin disturbios ni referencias políticas. Si antaño los lugares públicos

asociaban la calle con un espacio de enfrentamiento y resolución de conflictos, en esta imagen ellos están destinados a la satisfacción y goce de una clase social triunfadora: el *mall*, los grandes supermercados, las tiendas de música y ropa, el cine, los bares y discoteques, aquellos “no-lugares” que evidencian el triunfo de la cultura de consumo y de las sociabilidades que se generan en torno a ella⁵. Para Skármeta:

La ciudad ya no es la expansión natural del alma de los protagonistas que sienten en la participación ciudadana un espacio propio, de crecimiento o confrontación, sino el lugar hostil, anónimo, ajeno, que vuelca a los héroes hacia su intimidad, el encierro de sus habitaciones, a la vida grupal restringida (32).

Esta exclusión de las otras identidades, imaginarios y espacios se cristaliza a través de la segmentación, del establecimiento claro de las fronteras internas entre los pares (sociabilidades y espacios compartidos) y de las fronteras externas con quienes no pertenecen a esta realidad (pobres, pobladores, marginales). Asimismo, ella se activa en aspectos como el lenguaje —“arriba o debajo de Plaza Italia” o “los chulos de Grecia”— en el tránsito solo por espacios claramente identificables a la alta clase social, y en la distancia espacial que se establece con el resto de los habitantes. Así, este Santiago, una ciudad que en su momento fue invadida por las poblaciones callampas y las tomas de terreno, aparece aquí como un lugar que ha logrado distanciar, separar y marginar a todos sus “indeseables”. En la única referencia al Santiago marginal en la novela, resulta evidente esa triple configuración de la frontera —el espacio, el otro y el lenguaje—:

Esto será La Pintana, pienso. Pero no me queda claro, no me atrevo a preguntar . . . No hay luces, ni siquiera edificios, tan solo construcciones *callampas* y tipos que se amontonan en las esquinas . . . Escondo mi billetera en los Levi's,

⁵ Marc Augé llama a estos espacios de entretención los “no-lugares”. Si se sigue a este autor, los “lugares” son un espacio de resignificación social que se construye por medio de la experiencia de los sujetos que allí acuden, expresando identidades relacionales e históricamente construidas. Por el contrario, los “no-lugares” frecuentados por los jóvenes en *Mala Onda*, son aquellos espacios donde prima el anonimato y la soledad y donde quienes ahí interactúan solo lo hacen por y a través del consumo (82).

lo mismo que el reloj. No sé qué hago aquí, pienso aterrado. Me van a matar. Así que me largo a caminar entre el barro y los panfletos del MIR que llaman a la insurrección . . . Tengo que salir de aquí, volver a la civilización . . .

—Oye, vos. Dime la hora . . . El tipo anda con una chaqueta de milico yanqui comprada en alguna tienda de ropa usada (246-247).

Ahora la ciudad es el caos, no hay un trazado de calles, ni planificación urbana, las casas emergen sin control y cubiertas de plástico. Es la barbarie misma: sujetos delincuentes, subversivos y marginales que, en cualquier momento, pueden desbordarse y descontrolarse. Esta única referencia al otro Santiago vuelve patente el hecho de que la novela presenta el espacio de la ciudad como un emplazamiento libre de tensiones, un emplazamiento neutro que busca entregar la imagen del natural desarrollo de los acontecimientos que hicieron que estos lugares fueran ocupados. Dicha asepsia se evidencia en la ausencia de las relaciones históricas y sociales que les permitieron a esta clase social construir una frontera espacial con un fuerte peso en el imaginario de quienes, hasta el día de hoy, habitamos la capital. En este sentido, para José Leandro Urbina, es claro que la significación política de la obra se encarga siempre de ocultar, de disfrazar y de reprimir el problema de la exclusión.

El grupo excluido es débil y poderoso, funciona en contra de la hegemonía y por eso incluso si se queda fuera reteniendo su posición subordinada, se le intentará definir un espacio, un límite de identidades permisibles, pues implícitamente se le reconoce la capacidad de redefinir y reestructurar el mismísimo proyecto hegemónico, por ejemplo, a través de la acción política. Esto obliga al grupo dominante a construir una frontera interna, dentro de la formación social, que fijará sus propios límites y en los que construirá su identidad (95).

Al concluir este apartado, quisiera reflexionar respecto a las dos aristas en que se nos presenta la alteridad en la novela: por una parte, el otro completamente ocultado y silenciado, que estaría representado por esos jóvenes que resistieron desde sus poblaciones a la represión, a la cesantía y a la violencia imperante. En segundo lugar, aparece el otro que, si bien se encuentra descontento con la situación y critica el sistema implantado, está plenamente integrado a él y no representa un claro peligro de desestabilización —el caso de Flora Montenegro, de Alejandro Paz o de la empleada Carmen. Sin

duda, a través de esta doble cara de la otredad asistimos a aquella dualidad inclusión/segregación que recorre a la novela, es decir, a la construcción de una imagen de sociedad reflejo de la prosperidad y la modernidad pero y a la vez, a la construcción de una sociedad maquillada que busca esconder sus imperfecciones mediante la violencia y el silenciamiento.

4. SUJETOS MEDIATIZADOS: VIDA PRIVADA, PUBLICIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La narrativa de Fuguet expresada en *Mala Onda* da cuenta de un fenómeno que cobró poderosa visibilidad en la sociedad chilena de los años 80, fenómeno que está ligado al llamado “boom” económico provocado a partir de la liberalización de los mercados. El influjo del discurso publicitario, la centralidad de los medios de comunicación en el despliegue de la vida cotidiana y la diversidad en las marcas de consumo constituyen el marco de ficcionalidad central de la novela.

Como sabemos, la sociedad de consumo requiere para su constante reproducción de la estimulación de la demanda para, así, justificar su renovación permanente. Para ello, uno de los medios fundamentales de los cuales se vale son, precisamente, los medios de comunicación en general y de la publicidad en particular. En la última se expresa toda la estructura social, pues en ella se condensa los diversos mecanismos de los que se sirve el sistema de consumo para su reproducción mediante la creación de un tipo de realidad representada en forma simbólica. Junto a ello, transforma la representación estática del ideal del yo de los diferentes sujetos sociales que construye en un medio desde el cual y para el cual se pueden construir narrativas elocuentes, que permiten ya no solo hablar del producto o de la marca, sino del consumidor mismo, del nuevo sujeto social que aparece estereotipado (Santamarina 86) aquí como el rey o reina de la elegancia —el caso del padre, de la madre y de sus amistades—, como el joven rebelde que consume drogas, escucha rock y se divierte a destajo —el caso de Matías y sus amistades— o como la familia feliz y el hogar perfecto —estereotipo que plasma su propia familia.

Como decíamos más arriba, las microhistorias de estos personajes que atraviesan la novela nos permiten apreciar las profundas transformaciones

que al interior de la vida privada se generaron a partir de la instalación de la cultura del consumo. Si bien la cultura audiovisual venía extendiéndose desde comienzos del siglo XX, el gran cambio que visualizamos en esta época es la configuración de sujetos mediatizados, es decir, que construyen imaginarios y representaciones sociales a través de su permanente relación con los medios masivos de comunicación y la publicidad⁶. Matías lee las letras de las canciones como si fueran literatura, está familiarizado con revistas, diarios, cómics, novelas, cine y series televisivas. Las referencias literarias denotan un espacio altamente letrado en coexistencia con productos audiovisuales propios de una época determinada por la cultura mediática de la imagen y el sonido. Ello también concuerda con la valoración y mención de series televisivas y filmes y con una larga lista de temas y cantantes pop, que constituyen el paisaje cultural híbrido a través del cual Matías intenta comprender y responder a su desasosiego. Del mismo modo, la configuración de su identidad juvenil está asociada a un estilo de vida articulado en torno a la entretención, la diversión fácil y la música de moda:

El televisor encendido está en *mute* por lo que sólo puedo ver, sin oírlos, a los huevones de los Bee-Gees, que seguro están cantando Jive Talkin', el típico recital del *Midnight Especial* al que le dan como caja en el Canal 5 . . . Con el control, cambio de canal. Tardes de cine. Una película con la Kristy McNichol, la de *Family* . . . Cambio el canal. Jeff Chutas enseña a bailar *disco* en una feroz discoteque de Nueva York. *Hot City* (37-39).

Si la publicidad y los medios de comunicación como sistemas de representaciones ideológicas configuran la identidad de estos sujetos, no es solo porque construyen a esa audiencia —entendida como los sujetos y sus imaginarios— sino, ante todo, porque nutren las estratificaciones producidas por

⁶ En Jorge Rojas y Gonzalo Rojas encontramos un análisis pormenorizado de la incidencia de los diversos medios de comunicación en la vida privada de la sociedad chilena durante la dictadura. Respecto al fenómeno social que implicó la masificación de la televisión, estos autores nos comentan que se creó la figura del “televidente”, es decir, aquella persona sometida a la rutina diaria de seguir programas televisivos y destinatario principal de la programación. Los personajes de la televisión lograron tal popularidad y varias publicaciones se concentraron en relatar sus vidas (395).

la desigualdad social, económica y cultural. En este sentido, ambos elementos en conjunto son pilares fundamentales en la construcción de los productos y de sus consumidores: “Mi padre se pone todo sexy y matador, mirando de reojo a las minas, encendiendo un pucho como si estuviera en un comercial de Viceroy” (48).

En el ya clásico estudio de Naomi Klein, *No Logo*, la autora plantea que las empresas que triunfan en el capitalismo actual no son aquellas que presentan sus productos como “artículos de consumo”, sino más bien las que presentan conceptos, es decir, que muestran la marca como “una actitud, un conjunto de valores, una apariencia personal y una idea” (12). Vemos que en la novela este análisis es ampliamente reforzado en numerosos pasajes:

En la mesa plegable destinada a la maleta tengo dos bolsas plásticas de Falabella, llenas de ropa que compré: Levi’s, unos Wranglers de cotelé, camisas, poleras, chombas, unas *yellow-boots*, calcetines, calzoncillos y un pijama amarillo-pato. También pasé a una farmacia y me traje variados elementos, como un tubo de Odontine, una escobilla de dientes 2M . . . y un frasco de Azzaro (268).

En este contexto, resulta interesante apreciar la centralidad que adquiere en la juventud el producto-marca como un estilo de vida: el cuadro ficcional de estos personajes enmarca un conjunto de prácticas, más o menos integradas, que dan forma y coherencia a su identidad a través de la exhibición de sus gustos, preferencias y espacios que circulan. En consecuencia, todos ellos son elementos que contribuyen a la estratificación social a partir de la distinción que este consumo genera. “El Juancho’s es el local de los *elegidos*, el de la juventud dorada . . . Los menores de dieciocho . . . Me gusta el bar del Juancho’s . . . bien puede estar entre lo mejorcito de Chile” (54-55). Del mismo modo, conversaciones y actitudes dan cuenta de los comportamientos de estos sujetos mediatizados: “mis hermanas hablan todo el día por teléfono y coleccionan discos que compran en Circus. Parecen un estereotipo, pero existen” (43). Vemos, por tanto, que existe una estrecha relación entre el espacio literario en el que aparecen narrados estos sujetos y la cultura masiva y mediática predominante en imágenes, signos y marcas:

La narrativa de Fuguet es, en este sentido, un documento (y una ficción) de la sobre-codificación de mercado vigente en las relaciones literarias, culturales,

sociales y humanas de nuestra época . . . su retórica e imaginario dependen de un cruce recurrente con la cultura del *marketing*, con los medios (la televisión, la prensa) y con el cine estadounidense (Cárcamo-Huechante 232).

Otro aspecto esencial al respecto lo constituye el enlace que Matías establece, permanentemente, con la cultura norteamericana: de esta forma, expresiones y nombres provenientes del inglés (*mall*, *pub*, *discoteque*, *drugstore*) se mezclan con un lenguaje criollo cargado de modismos coloquiales distintivos de la juventud chilena (“mina”, “galla”, “huevoón”, “carrete”, “onda”, “lata”, etc.). Para Cárcamo-Huechante, esta transnacionalidad es distintiva de los personajes de Fuguet y opera tanto en el discurso como en los espacios. Así, hoteles y aeropuertos equivalen a aquellos escenarios propios del libre mercado que configuran un sujeto-pasajero (podríamos agregar huérfano) que transita en ellos desprovisto de una identidad clara y estable.

En complemento a aquellos elementos identitarios, me parece que la clásica asociación juventud-rebelde aparece en esta novela bajo la figura de la ironía. Es significativo a este respecto que la música, las drogas, el carrete y las experiencias sexuales⁷ sean esos aspectos que —mediática y publicitariamente muy potentes— dan forma a estos “jóvenes rebeldes”. Desde tal perspectiva, la imagen de “rebelde” —muy *light* por cierto— nos permite dar cuenta de las profundas transformaciones que se estaban produciendo al interior de la vida privada de la sociedad chilena: por un lado, la familia de Matías representa la ruptura de la clásica casa-familia burguesa cohesionada en la cual el padre no quiere ser padre, sino confidente y amigo y la madre vive en un permanente ocultamiento de su infidelidad; y, por otro, el cuestionamiento que él y sus pares realizan a los parámetros tradicionales de vivir

⁷ En un sugerente análisis de *Mala Onda*, Cristián Opazo plantea que lo que distingue a los personajes de la novela sería la manera “desviada, fallida y tortuosa en que se ‘hacen hombres’”. Del mismo modo, señala que en esta narrativa el único espacio donde es posible la complicidad afectiva con el otro es en la adolescencia, en la complicidad derivada del “goce que surge cuando el ojo de esos personajes-narradores comprende . . . que el del adolescente es un cuerpo inacabado; un cuerpo que, aunque ya conoce (y también puede) interpretar el rol que la sociedad le encomienda, todavía se permite, consciente o inconscientemente, el juego del desvío” (91).

la sexualidad. En *Mala Onda* asistimos a la visibilización de una identidad femenina que estaría cuestionando el molde tradicional en que se mueven la mayoría de los personajes. Es así como podemos apreciar una cierta imagen de liberación presente en la tía Loreto o en Ximena Santander, quienes por esta "transgresión" son mal miradas, criticadas y ridiculizadas, cuestión que despoja y desarticula el cuestionamiento que sus actitudes evidencian. De ahí que la novela presente estos desvíos (la ruptura familiar, la sexualidad desbocada o la diversión sin frenos) como algo que necesariamente tiene que terminar mal —el suicidio de la tía Loreto y la internación en una clínica psiquiátrica de Ximena. Es decir, mediante la ironía se maquilla esta sociedad que busca, a toda costa, mostrarse al exterior como feliz y perfecta. Escuchemos al propio Matías:

Somos cuatro hermanos . . . la Pilar, la mayor, está casada con un asco de tipo que sólo sabe de rugby y de cómo tirársela: llevan acumulados tres hijos en apenas dos años de matrimonio. El primero nació cinco meses después de la boda. Mi madre dijo que fue prematuro pero eso no es nada: ha hecho cosas peores con tal de salvar la honra familiar y por eso me rehúye, de pura culpa, supongo (43).

A mi hermana Francisca (la suspendieron) por estar atracando a la salida del colegio. Fui a reclamar ante ella (la directora) porque me parecía injusto que en un colegio donde había un alto índice de aborto suspendieran a alguien por el sólo hecho de besarse en público (277).

Por último, quisiera agregar que estos modelos de rebeldía son desarticulados porque implican una crítica al interior del sistema, de ahí que sea más cómodo —al igual que con las otras identidades juveniles— silenciarlos, ocultarlos, ridiculizarlos o tacharlos de problemáticos. La novela, en una notable asimilación de la mayor parte de los discursos de la industria del entretenimiento popular, da cuenta de algunos de los cambios trascendentes en los imaginarios juveniles, al mostrar cómo los personajes están siendo despolitizados y desarticulados con el fin de mostrar la cara amable del progreso económico. Sin duda que para promocionar la tríada familia-sociedad-país feliz era necesario construir un perfil del sujeto al estilo Matías: transnacional, globalizado y mediatizado, pero a la vez, huérfano y carente de seguridades y certezas ontológicas.

5. CONSIDERACIONES FINALES

El análisis desarrollado en las páginas anteriores presenta un carácter aproximativo y exploratorio, debido a lo poco estudiado que ha sido el segmento juvenil de la clase alta chilena en los años 80 desde la perspectiva de su relación con el consumo y la publicidad. Así se explica que en estas líneas hayamos intentado entregar algunas pistas, por cierto incompletas, de los profundos cambios generados en la vida privada y en los imaginarios de este grupo social.

Sin duda que la implantación de la dictadura provocó transformaciones notables en la estructura económica, política y social del país, sin embargo, los estudios sobre las subjetividades, la vida privada y los imaginarios han estado muchas veces ausentes de tales reflexiones, pese al gran impacto —y de larga duración— que la matriz autoritaria y neoliberal perpetró en el interior doméstico, en las subjetividades y en las experiencias de quienes se vieron expuestos a estos cambios. Como vimos, una de estas importantes transformaciones ocurrió al nivel de la configuración de una identidad juvenil marcada por el consumo y los medios de comunicación, jóvenes que, al entrar en contacto con nuevos patrones culturales, se distanciaron de la vida política y el debate ideológico presente en el país.

En este marco de análisis, me parece que una de las riquezas del estudio de *Mala Onda* lo constituía, precisamente, el hecho de que nos permite establecer un nexo con la generación de jóvenes que les siguió en los años 90, una generación que vivió el acceso al consumo a través de la masificación de los créditos y del contacto cotidiano con los *mass media*. En este sentido, podríamos decir que esta juventud de clase alta estaría prefigurando un nuevo imaginario que, años después, encontraríamos ya no solo en su ambiente particular, sino que en diversos estratos socio-económicos del segmento juvenil. Sin duda, los mecanismos de diferenciación, de estatus y de posicionamiento social nuevamente alejaron a estos jóvenes de los de estratos populares, sin embargo, ello no nos puede hacer perder de vista que esta especie de homogeneización del imaginario del consumo no hizo más que prolongar y masificar experiencias de vida despolitizadas y mediatizadas.

No tenemos duda de que *Mala Onda* es un libro que provoca al lector por sus múltiples contradicciones éticas y políticas y por la segregación, la

exclusión y el silenciamiento deliberado que presenta de esos otros espacios, de esos otros sujetos juveniles e identidades que se fraguaron en los años 80. En conclusión, podemos decir que en *Mala Onda* está representada, por un lado, la mentalidad que oculta esa otra realidad —mediante las imágenes de progreso y bienestar— y, por otro, una que busca desarticular, desactivar y deslegitimar el imaginario político de resistencia —mediante la representación de una juventud hedonista, individualista y consumista. De ahí que del análisis de sus páginas podamos poner de manifiesto —siempre dejando en claro que no tratamos de atribuir a esta novela el estatuto de documento fidedigno y supuesto reflejo de la realidad de su tiempo— los profundos cambios generados en la identidad de estos jóvenes a partir de su relación permanente y cotidiana con el consumo, la publicidad y los medios de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, María Nieves. “Alberto Fuguet, un (in)digno descendiente de una buena tradición”. *Acta Literaria* 29 (2004): 7-31.
- Anderson, Perry. “Neoliberalismo: un balance provisorio”. *La trama del neoliberalismo. Mercado, crisis y exclusión social*. Comp. Emir Sader y Pablo Gentili. Buenos Aires: CLACSO, 2003. 25-38.
- Augé Marc. *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa, 1993.
- Bauman, Zigmunt. *Modernidad y Holocausto*. Madrid: Sequitur Ediciones, 1997.
- . *Modernidad Líquida*. México: Fondo de Cultura Económica, 2003.
- Baudrillard, Jean. *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI Ediciones, 2007.
- Bourdieu, Pierre. *La juventud no es más que una palabra*. México: Grijalbo, 1990.
- Cánovas, Rodrigo. *Novela chilena, nuevas generaciones. El abordaje de los huérfanos*. Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile, 1997.
- Cárcamo-Huechante, Luis. *Tramas del mercado. Imaginación económica, cultura pública y literatura en el Chile de fines del siglo veinte*. Santiago: Cuarto Propio, 2007.
- Carreño, Rubí. “De niños de septiembre a pasajeros en tránsito: memorias del 2000 en Electorat y Fuguet”. *Taller de Letras* 37 (2005): 103-119.

- Chartier, Roger. *El mundo como representación, Estudios sobre historia cultural*. Madrid: Gedisa, 2005.
- Duarte, Klaudio. "Debates sobre juventudes, la fuerza de lo político y lo cultural". *Proposiciones* 36 (2007): 22-44.
- Fuguet, Alberto. *Mala Onda*. Santiago: Planeta. Biblioteca del Sur, 1991.
- Klein, Naomi. *No logo: el poder de las marcas*. Madrid: Paidós Ibérica, 2002.
- Marinas, Miguel. "El malestar en la cultura de consumo". *Política y Sociedad* 39. 1 (2002): 53-67.
- Moulian, Tomás. *El consumo me consume*. Santiago: LOM. Libros del ciudadano, 1999
- . *Chile actual: anatomía de un mito*. Santiago: LOM Ediciones, 2002.
- Opazo, Cristián. "De armarios y bibliotecas: masculinidad y tradición literaria chilena en la narrativa de Alberto Fuguet". *Revista Chilena de Literatura* 74 (2009): 79-98.
- Rojas, Jorge y Gonzalo Rojas. "Auditores, lectores, televidentes y espectadores. Chile mediatizado. 1973-1990". *Historia de la vida privada en Chile, Tomo III: el Chile contemporáneo. De 1925 a nuestros días*. Comps. Rafael Sagrado y Cristián Gazmuri. Santiago: Taurus, 2007. 381-424.
- Santamarina, Cristina. "La publicidad como voluntad de representación". *Política y Sociedad* 39. 1 (2002): 83-96.
- Sennett, Richard. *La corrosión del carácter*. Barcelona: Anagrama, 2005.
- Skármeta, Antonio. "Nueva narrativa chilena: avenidas y callejones". *Albricia: la novela chilena del fin de siglo*. Ed. Verónica Cortínez. Santiago: Cuarto Propio, 2000. 29-41.
- Urbina, José Leandro. "Mala Onda de Alberto Fuguet. Crecer bajo la dictadura". *Albricia: la novela chilena del fin de siglo*. Ed. Verónica Cortínez. Santiago: Cuarto Propio, 2000. 83-100.