

**Segundo Encuentro de Jóvenes Investigadores “Consolidando espacios del quehacer científico en San Juan”**

**El sida y sus discursos en “Y ahora las luces”, crónica del escritor chileno Pedro Lemebel**

**Natalia Susana Fabrini**

**Facultad de Filosofía, Humanidades y Artes (UNSJ)**

**EL SIDA Y SUS DISCURSOS EN “Y AHORA LAS LUCES”, CRÓNICA DEL ESCRITOR CHILENO PEDRO LEMEBEL<sup>1</sup>**

---

<sup>1</sup> Este trabajo está enmarcado en la investigación que realizo como becaria de SeCyT-UNSJ, categoría “Estudiantes avanzados” bajo la dirección de la Dra. Gabriela Simón en la FFHA de la UNSJ. Tema de la beca: La figura del “excluido” en las crónicas literarias de Pedro Lemebel. Una aproximación semiótica.

Leer “*Y ahora las luces*” de Pedro Lemebel desde una perspectiva semiótica y específicamente desde la mirada de Barthes, implica, por una parte, pensar la literatura como una práctica que no disocia la escritura de la lectura, y, por otra parte, leer en el trabajo de escritura, en el trabajo sobre el lenguaje, una interpelación y un desbaratamiento de los sentidos impuestos como *naturales, políticamente correctos, obvios*.

Justamente para Barthes la literatura es una práctica de escribir que permite hacerle trampas a la lengua y en consecuencia, a los poderes que se inscriben en ella. La literatura es dramática puesto que pone el lenguaje en escena con el fin de desbaratarlo, a partir de la práctica de escritura, es decir, a partir del texto mismo. (Barthes, 1998). Si el texto es un espacio donde se combate la arrogancia del lenguaje<sup>2</sup>, es decir, el lugar donde la lengua es acometida, la literatura es una práctica libertaria<sup>3</sup>.

En el presente trabajo nos proponemos analizar la crónica “*Y ahora las luces*” que pertenece al libro *Loco Afán* (2000). Este libro reúne un conjunto de textos que tematizan el Sida rehuendo de la solemnidad y combinando el sarcasmo, la parodia y la ironía con una mirada crítica. Cada texto es un fragmento que pone en escena esos universos donde nadie se atreve a entrar o que ninguno desea ver.

La crónica de Lemebel “*Y ahora las luces*” aborda, a la vez que interpela, el tema del Sida como fenómeno comercial, en otras palabras, el cronista muestra cómo la sociedad a través de diversos discursos ha convertido a la enfermedad en un objeto de consumo.

---

<sup>2</sup>Hablamos de “arrogancia del lenguaje” en el sentido barthesiano. Dice Barthes: “Reúno bajo el nombre de arrogancia todos los ‘gestos’ (de habla) que constituyen discursos de intimidación, sujeción, dominación, aserción, soberbia: que se ubican bajo la autoridad, la garantía de una verdad dogmática, o de una demanda que no piensa, no concibe el deseo del otro. La arrogancia del discurso agrede allí donde hay fe, certeza, voluntad de asir, de dominar, aunque más no sea por una demanda insistente: el relevamiento de los discursos arrogantes sería infinito, del discurso político al discurso publicitario, del discurso de la ciencia al de la “escena”. No haremos ese relevamiento, esa tipología; valdría más preguntarse en qué condiciones difíciles un discurso puede no ser arrogante. (en Simón, 2012: 23-24)

<sup>3</sup> Respecto a la literatura como práctica libertaria, Barthes escribe: “Las fuerzas de la libertad que se hallan en la literatura no dependen de la persona civil, del compromiso político del escritor, que después de todo no es más que un “señor” entre otros, ni inclusive del contenido doctrinario de su obra, sino del trabajo de desplazamiento que ejerce sobre la lengua”. (2008: 123)

A partir del título mismo de la crónica, Pedro Lemebel denuncia los discursos que construyen y promueven el sida como fenómeno espectacular. Se encienden las luces del espectáculo, se inicia el show y el Sida como actor principal debe salir a escena. A través de un aparente intento de prevenir la enfermedad y ayudar a sus portadores, se monta un dispositivo que pone en escena a la enfermedad, banalizándola y borrando, en consecuencia, al ser humano que la sufre.

El sida y los discursos que a partir de la enfermedad se han generado (publicidades, películas, canciones, libros, conciertos, etc) se han constituido en “un fetiche más en el tráfico gitano de la plaga” (Lemebel, 2000: 73).

Este fetichismo de la enfermedad conlleva una paradoja: pareciera que el objetivo de las *producciones sidáticas*, como diría Lemebel, es paliar el flagelo y prevenir la enfermedad, pero, operan de manera opuesta ya que sólo prima el interés comercial y se desdibuja al ser humano que padece. No en vano, el cronista refiere en este texto en particular, y a lo largo de todo el libro, a algunas de las consecuencias sociales y políticas de la enfermedad: no todos los enfermos pueden acceder a un tratamiento debido a su costo; incluso muchos de ellos son segregados socialmente en el ámbito laboral.

\* \* \*

El texto de Lemebel está plagado de otras voces que remiten a otros textos: orales, escritos, gráficos y artísticos. ¿Cuáles son las voces que podemos oír en la crónica? Las del cine, la propaganda, la publicidad, la literatura y las canciones. Cabe destacar aquí la elección genérica de Pedro Lemebel puesto que sus crónicas se caracterizan por una mixtura textual que le permite colar voces paralelas, hablar de lo prohibido, visibilizar lo no visto o lo que no se quiere ver. El mismo autor se refiere en una entrevista que le realiza Ángeles Mateo del Pino a la permeabilidad de este género:

“Yo digo crónica por decir algo, quizás porque no quiero enmarcar o alambicar mis retazos escriturales con una receta que pueda inmovilizar mi pluma o signarla en alguna categoría literaria”. (Lemebel en Mateo del Pino, 2006)

Esta permeabilidad genérica que Pedro Lemebel cultiva nos invita a pensar, recurriendo a Barthes, el texto como una red de citas que se entrelazan perpetuamente. Recordemos que para Barthes el texto es un conjunto de códigos que se hallan trenzados y los cuales se aprehenden en el trabajo de lectura. Cada código es una voz que se escucha y que a su vez, retoma a otras voces antes pronunciadas. (Cfr.Simón, 2010).

Dentro de esa red de citas que hilvana la crónica de Lemebel “*Y ahora las luces*”, podemos reconocer como uno de los intertextos<sup>4</sup>, la novela *El extraño caso del Doctor Jekyll y el señor Hyde* de Robert Louis Stevenson, en la cual aparece construido un personaje dual, ya que en él conviven dos personalidades completamente opuestas, una representante del bien y la otra del mal. Lemebel nos remite a la novela a través de un juego fónico, para referirse al Sida lo llama “Mister AIDS” aludiendo al sombrío señor Hyde, quien es capaz de llevar a cabo cualquier atrocidad. A su vez este juego de las dualidades se relaciona con la crítica que el cronista hace a las campañas que promueven el uso del condón: ¿Contribuyen a prevenir el contagio? ¿O se basan sólo en dar instrucciones ligadas a lo pornográfico?

“(…) cómo ponerlo, cómo resbalarlo con los labios sobre el tronco, cómo moverse para que no se salga, cómo hacer cálida su piel látex, cómo olvidarse de la funda plástica. En fin, son verdaderas clases porno que se usan para hacer más atractiva la prevención, pero terminan invirtiendo el objetivo.” (Lemebel, 2000: 74)

El cronista cuestiona el enfoque que se les imprime a las campañas de prevención, sobre todo las que en un inicio estaban destinadas a la comunidad homosexual, puesto que las mismas se elaboraban desde el presupuesto de la pornografía: si es para homosexuales

---

<sup>4</sup> Hablamos de intertextualidad desde los aportes de Julia Kristeva. La semióloga desarrolla la noción de *intertextualidad* entendiendo al texto como un palimpsesto (reminiscencia y borramiento de textos pasados), como una absorción de textos previos sobre los que se opera una transformación. Toda escritura es una réplica de textos anteriores a los que se cita.(cfr. Barei, 2009)

debe ser pornográfico. Se cristaliza así un *mito* (Barthes)<sup>5</sup> de la sexualidad: la sexualidad en la homosexualidad es pornográfica.

“Quizás este supermarket acentúa su perversa prevención cuando está dirigido a los homosexuales. Pareciera incentivar la enfermedad con su pornografía visual, con sus folletos, cartillas y afiches que lucen fotografías de cuerpos sublimes que hipnotizan con su “bella publicidad”. Nadie se fija entonces en la precaución escrita. Ninguna loca se detiene a leer esas minúsculas letras, su ojo vaselina hurta los pliegues de la foto y chupa ese resplandor muscular. Entonces el placer calentón de esas imágenes funciona como detonante sexual.” (Lemebel 2000: 74).

Recordemos que el mito no pregona sino que deforma; además se caracteriza por la recurrencia, por la insistencia que lo vuelve “inocente y natural”. La publicidad y la propaganda son algunos de los soportes donde el mito se inscribe.

El semiólogo francés reflexiona en el prefacio de su libro *Mitologías* (2008) sobre la impaciencia que le provoca la operación ideológica (y violenta) que es la *naturalización*. Dicha operación se produce cada vez que olvidamos la constitución arbitraria de los discursos y asumimos su significación como “evidente” o “natural”. En el caso de Lemebel, el cronista advierte una naturalización cada vez que se imprime, desde los discursos, una sola mirada de la sexualidad: la mirada pornográfica.

Otro de los intertextos de la crónica nos remite a una de las campañas publicitarias de la firma Benetton lanzada en 1992 en la cual se utilizó la imagen de un enfermo de Sida

---

<sup>5</sup> Sostiene Barthes: “El mito es vivido como una palabra inocente; no porque sus intenciones sean ocultas (si fueran ocultas no podrían ser eficaces), sino porque están naturalizadas. En realidad, lo que permite al lector consumir inocentemente el mito es que no ve en él un sistema semiológico, sino un sistema inductivo. Allí donde sólo existe una equivalencia, el lector ve una especie de proceso causal: el significante y el significado tienen, a sus ojos, relaciones de naturaleza. Se puede expresar esta confusión de otro modo: todo sistema semiológico es un sistema de valores; ahora bien, el consumidor del mito toma la significación por un sistema de hechos; el mito es leído como un sistema factual cuando sólo es un sistema semiológico”. (en Simón, 2012: 111)

transitando sus últimas horas de vida. El protagonista de la campaña es David Kirby, un joven de Ohio que acepta ser fotografiado en su lecho de muerte rodeado de sus familiares quienes absortos lo contemplan. La imagen se tituló *Pietá*, estableciendo una directa referencia con la obra de Miguel Ángel. El paralelo se hace presente: David Kirby es Jesús.

La campaña publicitaria apela a un postulado básico de la estética realista: retratar con fidelidad la realidad. Para lograr este objetivo es necesaria la observación directa e inmediata de un caso real, esto es lo que intenta llevar a cabo la publicidad. ¿Existe un realismo así entendido? ¿Es posible “borrar” la mirada del que observa y plasmar “tal cual” la realidad? En este caso, la operación de exacerbación de lo “real” (Barthes)<sup>6</sup> produce como efecto de sentido un hiperrealismo.

La firma Benetton en su campaña ha elegido mostrar un fantasma de lo real, es decir una única versión, aunque pretende hacernos creer que ha desnudado “la verdad”. En su interpretación de la campaña, el cronista dice que “el gringo previene asustando” (Lemebel, 2000:74). El hiperrealismo de la imagen no provoca compasión sino temor; el temor de padecer la enfermedad. La fotografía es descarnada, el efecto es el rechazo. Y no sólo el rechazo hacia la enfermedad sino también a quien la porta.

El Sida entendido como un producto más del mercado ha desplazado de la escena al ser humano que padece. La enfermedad tiene un espacio social siempre y cuando genere productos mercantiles que simulan combatir el flagelo y ayudar a quienes lo padecen.

“El sida vende y se consume en la oferta de la chapita, el póster, el desfile de modas a beneficio, la adhesión de las estrellas, los números de la rifa, y el superconcert de homenaje post mortem, donde el rockero se viste por un rato de

---

<sup>6</sup> Decimos “lo real” a partir de las reflexiones de Barthes: “¿Qué es lo real? Sólo podemos conocerlo bajo la forma de efectos (mundo físico), de funciones (mundo social) o de fantasmas ( mundo cultural); en una palabra, lo real en sí mismo, nunca es nada más que una inferencia; cuando se declara copiar lo real, ello quiere decir que se ha elegido una determinada inferencia, y no otra: el realismo, en su mismo nacimiento, está sometido a la responsabilidad de una elección; éste es un primer defecto de base, propio de todas las artes realistas, desde el momento en que se les supone una verdad en cierto modo más bruta y más indiscutible que la de las otras artes, llamadas de interpretación”. (en Simón, 2012: 133-134)

niño bueno, luciendo la polerita estampada con el logo fatal”. (Lemebel, 2000: 73)

Sin embargo el cronista destaca los pequeños esfuerzos que grupos de homosexuales llevan adelante para paliar el dolor, son “precarios gestos que brillan con luz propia”. (Lemebel, 2000:75)

Otro generador de productos comerciales que ha tomado al sida como tema es la industria cinematográfica. El cronista hace referencia a las superproducciones hollywoodenses que mostraron a la muerte por contagio de sida recubierta del glamour que otorga la pantalla. Se centra específicamente en la película *Philadelphia* (1993), dirigida por Jonathan Demme y protagonizada por Tom Hanks y Antonio Banderas.

El cronista advierte que el film instaura la interpretación de que es el sida el que siempre gana, puesto que se lleva al protagonista Andrew Beckett (Tom Hanks) ante la mirada colonizada del novio ( Antonio Banderas).El protagonista puede ganar el juicio, pero debe morir, es el precio que debe pagar.

Si bien la película muestra la lucha de un portador discriminado (pero no cualquier portador, un joven abogado que trabaja en un bufete prestigioso) contra la discriminación, no deja de enaltecer la muerte. Porque la muerte misma vende y mucho más si se ve en pantalla gigante. La historia de amor de la pareja gay y el contagio de la enfermedad son el telón de fondo, puesto que la muerte es la protagonista de la película.. La trama de la película está estructurada de manera tal que la muerte del enfermo de sida está vista como algo “evidente”, como algo “obvio” que debe ocurrir. Se apela así al “sentido común” de los espectadores, quienes esperarán la muerte del héroe, naturalizando de así la muerte de una enfermo de sida.

El cronista desnaturaliza el estereotipado final de la película norteamericana, deslizando una ironía:

“Allí no se sabe quien merece el Oscar, si Tom Hanks que gana el juicio como portador segregado, o Mister AIDS que “ríe último y ríe mejor” al llevarse igual al protagonista (...)” (Lemebel, 2000:74)

\*\*\*

Para concluir, cabe destacar una de las fuerzas que Barthes le otorga a la literatura: “(...) su fuerza propiamente semiótica reside en *actuar* los signos en vez de destruirlos, en meterlos en una maquinaria de lenguaje cuyos muelles y seguros han saltado; en instituir, en el seno mismo de la lengua servil, una verdadera heteronimia de las cosas.”(Barthes, 1998: 133)

La escritura de Pedro Lemebel convoca a la vez que desmonta e interpela discursos que cristalizan una sola mirada sobre el sida. Como señala Lemebel, con la enfermedad se trafica, se comercia simulando una prevención. El cronista a través de los intertextos propone pensar la construcción arbitraria y “evidente” que de la enfermedad se hace, desbaratando así lo violento y arrogante de los discursos hegemónicos.

## **Bibliografía**



Barei, Silvia (2009) “Acerca del texto y el discurso en las teorías contemporáneas” en Arán, Pampa y Barei, Silvia. *Género, Texto, Discurso. Encrucijadas y caminos*. Córdoba. Comunicarte

Barthes, Roland (1998) *Lección inaugural*. México. Siglo XXI

Barthes, Roland (2008) *Mitologías*. Buenos Aires. Siglo XXI

Lemebel, Pedro (2000) *Loco Afán*. Barcelona. Anagrama

Mateo del Pino, Angeles (2006) *Los rostros de la marginalidad en Zanjón de la Aguada de Pedro Lemebel*. Revista Iberoamericana. Vol LXXII. Nro 215-216.

Simón, Gabriela (2010) *Las semiologías de Roland Barthes*. Córdoba. Alción

Simón, G. -directora-, Coll, M., Raso, L. y Zuleta, V. (2012) *El vocabulario de Roland Barthes*. Córdoba. Comunicarte.