



Los quijotescos autómatas del Mall

René Rodríguez Ramírez

Mientras leía el manuscrito El Mall: del mundo al paraíso del profesor Rubén Dávila Santiago, no dejaba de pensar y comparar en la construcción de un “mundo fantástico” como lo es el mall, con el mundo idílico y maravilloso que se soñaba para sí Don Quijote. Considero que hay algo que los

une, que los ata: el simulacro. Por un lado, tenemos a Don Quijote que se mira a sí mismo como un gran caballero; éste parte a sus viajes como una representación y pretende ser lo que él no es. El caballero de la Triste Figura introyectó todas sus lecturas de las novelas de caballería, a través de la acción del leer hace desaparecer una realidad. El



Quijote narra su propia realidad. Quijote es como el Amadís de Gaula, pero no es el Amadís de Gaula. Don Quijote simula ser un caballero. Por otra parte, el consumidor lee en y desde el mall una circunstancia distinta, que le brinda la posibilidad de soñarse diferente, creando una falsa concepción de seguridad y de, ante todo, individualidad. Asimismo, el Quijote y el consumidor se encuentran en el vertiginoso escenario del simulacro.

Como es altamente sabido, el simulacro no es un fenómeno nuevo, este concepto ha recorrido mucho camino a través de los tiempos. Es una noción que ha preocupado desde Platón hasta los nuevos acercamientos teóricos de los estudios

culturales. En el disimular, el sujeto finge el no tener lo que uno tiene, pero en la acción de simular es pretender tener lo que uno no tiene. El segundo implica y procura presentar una ausencia de algo, aquí no es solamente aparentar, ya que el simulacro asume como suyo la diferencia entre lo real, lo falso y lo imaginario. Para tratar con esto, Jean Baudrillard, en su libro Simulations (1983), utiliza una frase de Littré: 'Someone who feigns an illness can simply go to bed and make believe he is ill. Some who simulates an illness produces in himself some of the symptoms' (5). Es aquí donde se define Don Quijote y el consumidor como simulacros, en la constitución de un síntoma que vive en la lectura, en la interpretación de los libros de caballería leídos en el caso de Don Quijote y en la asimilación de los signos del mall por parte del consumidor. Hay una identificación con lo "real", en el primer caso con el Caballero, que vive y lucha por su amada y, en el segundo caso, con los registros de diferenciación que se consumen en el mall. Un ejemplo diáfano de uno de estos registros sería las marcas. Quijote es la simulación de un caballero andante, pero para lograr esto tiene que apropiarse del discurso caballeresco. El simulacro es la generación del Modelo de lo real sin origen o realidad. La lectura misma de Don Quijote borra toda noción de un origen, porque en la representación de caballero Don Quijote es más caballero que el mismo Amadís de Gaula:



En resolución, él se enfrascó tanto en su lectura, que se le pasaban las noches leyendo de claro en claro, y los días de turbio en turbio; y así, del poco dormir y del mucho leer se le secó el cerebro de manera que vino a perder el juicio. Llenósele la fantasía de todo aquello que leía en los libros, así de

encantamientos como de pependencias, batallas, desafíos, heridas, requiebros, amores, tormentas y disparates imposibles; y asentósele de tal moda la imaginación que era verdad toda aquella máquina de aquellas sonadas soñadas invenciones que leía, que para él no había otra historia más cierta en el mundo. (Cervantes 100)

El simulacro posee todas las referencias posibles, produce una rehabilitación de lo artificial en un sistema de signos que pasa de ser una imitación a ser una sustitución de lo real. Don Quijote asimila todos los elementos del caballero-real para poder reproducirse a sí mismo como un simulacro de caballero. Para Quijote, su lectura de lo “real” que lo rodea es un acto de (re)significación. Quijote (re)codifica todo su contexto, todo su entorno a través de los signos de las novelas de caballería. El Quijote necesita nombre de caballero, necesita un caballo fiel y ágil, un escudero que lo acompañe en sus aventuras, y necesita, ante todo, nombrar a su amada Dulcinea. De la misma manera, el consumidor, al entrar al mall, va (re)definiéndose al ir asumiendo todos los signos que el mall manifiesta, todas aquellas imágenes de poder que seducen al “brindar” un sentido de lo maravilloso a través de la promesa del paraíso. El espectáculo del mall revierte toda sensación de malestar, produce en el consumidor-autómata un efecto “realista” de la abundancia, es decir, la simulación de una convivencia con y en lo extraordinario.¹ No solamente se consumen bienes, sino también imágenes que son creadas desde una plataforma escénica que (re)configura toda la relación de tiempo y de espacio en el centro comercial. El consumidor-autómata absorbe en su lectura de este paraíso los signos de un mundo terriblemente distinto, de un mundo que se engendra continuamente. Aquí, de un medio a otro medio, lo real va perdiendo su

¹ Cuando utilizo el concepto de autómata para referirme al consumidor, vínculo tanto su definición como objetos mecanizados que (re)producen movimientos, como la de los sujetos que son dirigidos por las imágenes sin un cuestionamiento, limitando así su agencia.

fuerza hasta llegar a su desintegración, ya que el simulacro va borrando los límites de su propia hiper-producción.

Don Quijote pasa de lectura en lectura absorbiendo sus interpretaciones, aniquilando el caballero-real y construyéndose como un caballero-simulacro. Lo que antes era llamado irreal no es fantasía, sino una semejanza del mismo real, el simulacro. El real es desgarrado en detalles para que pueda ser duplicado y reproducido. Aquí llegamos al límite de lo real, es el nivel del simulacro, es el intercambio de lo verdadero y lo falso, de lo claro y lo oscuro, del adentro y del afuera. El simulacro ha sido considerado una amenaza, porque es lo falso, es aquello que se niega, que se deja al margen, lo oscuro. El simulacro, como comenta [Gilles Deleuze](#), se hace desde abajo por medio de la agresión, la insinuación, en

contra del canon, de lo establecido. El simulacro no es una copia de la copia, el simulacro es una imagen sin semejanza; se construye a través de la diferencia, de la disparidad, de la disimilitud (Deleuze 48). Don Quijote no es una copia exacta del Amadís de Gaula, es un tipo de copia, que se ha constituido a sí mismo diferente al Modelo. Su acción de simulación se efectúa en la medida que el mismo Quijote lee “mal” la novela de caballería, en la construcción de un



significado distinto, produciendo así un efecto en la representación. El problema de Quijote es el proceso de darle significado a los significantes, este proceso es matizado por su lectura perversa, la cual va descomponiendo al Modelo en un otro, y ese otro es el que Quijote simula ser. Dentro de esto, el simulacro tiene que parecerse a ese otro, a lo falso, a la fantasía y el imaginario mismo de Quijote; por

eso, el simulacro tiene una gran dimensión, profundidad y distancia la cual Don Quijote no podrá dominar. Tal es el caso en el cristianismo donde el simulacro podía ir más allá de lo que está definido, en específico cuando la divinidad es revelada a través de las imágenes que adoran y veneran los fieles, sobre todo en el siglo VIII, con León III y Constantino V, a quienes se les consideran los iniciadores del movimiento iconoclasta. Es entonces cuando actúa el simulacro, cuando llega a ser más importante la imagen que la idea misma de Dios. Los iconoclastas pensaban que la importancia del simulacro tenía más relevancia en el hombre que Dios mismo. Estos rompían las imágenes de las iglesias porque temían que el simulacro de las imágenes destruyera la existencia de Dios. Para éstos el miedo era claro, Dios podría ser su propio simulacro, en este caso Dios significa lo real, si lo falso tragaba la esencia de lo real, trascendiéndolo y haciéndolo suyo, entonces la imagen de Dios podría trascender la idea de Dios (Baudrillard 8).

Don Quijote incorpora formas e imita lo que lee, en una esquizofrenia en donde hay una ruptura de la relación entre los significantes, al tiempo que hay un fracaso, por parte de Quijote, al acceso al orden establecido. A través de éstas, Quijote busca imaginar lo que puede ser. Su temporalidad se da en un simulacro



histórico, va consumiendo, en una forma de canibalismo, los signos de la caballería. Quijote necesita de las novelas de caballería para recrear para sí una vida de caballero, un futuro de aventuras que demarquen su porvenir. Estos textos acercan más a Quijote como caballero, reconstruyen en él su futuro: la gran simulación del Quijote. Por otro lado, el

consumidor-autómata, al entrar al mundo mítico del mall, ingresa a una esfera

(pre)estipulada por los ordenamientos del capitalismo y los designios del consumo. Los múltiples ofrecimientos conectan al consumidor-autómata al simulacro de la libre elección, la cual produce en éste la deseada “autoridad” para escoger el producto y la marca debida. Entonces, el mall (re)invierte la relación que tiene el sujeto con la mercancía, en este simulacro el consumidor-autómata siente que la marca lo ha designado a él para diferenciarse del otro.

Como establecí anteriormente, para poder simular es necesario producir algunas de las características de lo que uno quiere simular, Don Quijote llega hasta sus límites, experimenta con su cuerpo el ser un caballero. Su cuerpo es un texto en donde se escribe las diferentes aventuras que él realiza. Los golpes y, ante todo, la sangre en su cara y en otras parte de su cuerpo, expresan su carácter de simulacro y, a su vez, lo remite a la realidad del simulacro. Es un autómata con una corporalidad dibujada por la violencia de las batallas, por la crueldad de las luchas. Asimismo, cuando el consumidor mira la amalgama de productos se encuentra con la realidad del simulacro. En ese producto o, mejor dicho, en esa marca el consumidor está accediendo a la certidumbre de su “libertad”, a la posibilidad de escoger su lugar en el nirvana del mall. Por tanto, sí existe ese “mundus”, ese simulacro, que se concretiza en la acción misma del consumo. A fin de cuenta, hay de todo en el paraíso.

Bibliografía:

Baudrillard, Jean. Simulations. New York: Semiotext, Foreign Agents Series, 1983.

Cervantes, Miguel de. Don Quijote de la Mancha I. Madrid: Cátedra, 2000.

Dávila Santiago, Rubén. El mall: del mundo al paraíso. Manuscrito.

Deleuze, Gilles. “*Plato and the Simulacrum*”, October 27 (1983): 45-56.