

Escritor S.A.

Uno de sus libros se vende en una conocida tienda de ropa. Ofrece acciones de sus novelas para financiar su carrera literaria. Y hasta hace unos años, se dedicaba a robar en tiendas. Odiado y amado, Tao Lin -el último descubrimiento de la literatura estadounidense publicado en español- sabe venderse como la voz de la generación iPhone.

- por: Antonio Díaz Oliva



Hasta hace tres años, Tao Lin no era más que un joven egresado de la Universidad de Nueva York que publicaba libros de poesía en editoriales independientes. Aparte de eso, trabajaba en una biblioteca de la misma universidad por las tardes. Y, de vez en cuando, entraba a una que otra tienda para robar. No era un acto, como se podría pensar, vinculado al shoplift de estrellas tipo Winona Ryder o Lindsay Lohan. Era, más bien, una forma de supervivencia. De conseguir dinero. O eso, por lo menos, es lo que el mismo Tao Lin cuenta. "Robé durante un año, lo que por ese entonces era mi fuente de ingreso número uno. Más que nada robaba baterías, que luego ponía a la venta en eBay. Recuerdo ese tiempo como algo un poco estresante, tal vez, pero a la vez nada de aburrido", dice Tao Lin (27, nacido en Florida, de padres taiwaneses), desde Brooklyn para Qué Pasa.

Para otros, en todo caso, era claramente la manera que Tao Lin usaba -el último descubrimiento de la literatura estadounidense adorado por los hipsters y menospreciado por parte de la intelligentsia neoyorquina- para autopromocionarse. Y le funcionó. Porque poco a poco empezaron a salir noticias en los medios locales sobre un joven poeta que había sido atrapado robando en tal o cual tienda de Nueva York. No es de extrañar que, un año más tarde, Lin canalizara todo en una novela. *Shoplifting from American Apparel* (2009), algo así como "Robando desde American Apparel" se llamó, y ahí contaba la historia de un estudiante que de vez en cuando se metía prendas de ropa en sus bolsillos que sacaba de varios locales. Para ser más específicos, de American Apparel, una conocida cadena donde venden ropa para jóvenes. Así, que cierto día Lin recibiera una oferta desde Urban Outfitters, otra tienda de ropa estadounidense, le pareció curioso, pero luego le hizo sentido. "Contactaron a mi editorial y le propusieron vender mi novela en sus vitrinas. ¿Por qué me seleccionaron a mí? Porque American Apparel debe ser la principal competencia de Urban Outfitters", dice Lin. "Me emociona que vendan una de mis novelas, porque en esas tiendas se venden muchos libros, de los 20 títulos que tienen a la venta, apenas cinco son novelas. Es un tipo de circuito diferente para ofrecer literatura".

Fue el primer puntapié para la ascendente carrera literaria de Tao Lin, que empezó a escribir luego de asistir a una clase de escritura creativa en NYU ("tomé esa clase porque me parecía más fácil y entretenida que las otras"). Hoy, luego de cinco libros publicados, ya se ha convertido en una de las

voces frescas de la literatura de Estados Unidos. De ésas que son capaces de radiografiar lo que está sucediendo con los jóvenes. Aunque a la vista de otros, en cambio, Lin es simplemente alguien que ha sabido cómo venderse. Porque claramente si en algo no falla Lin, es en llamar la atención de los medios. El 2010 publicó Richard Yates, título que nada tiene que ver con el autor de Vía revolucionaria. Es la novela que lo ha tenido, nuevamente, en la pauta de diarios de alcance mundial (New York Times, The Guardian), que le permitió llegar a Inglaterra y que, por ejemplo, consiguió que lo publicaran recientemente en castellano a través de la estilizada editorial catalana Alpha Decay. En España, sin ir más lejos, tildaron su libro como "la novela de la generación chat". Una etiqueta que a Lin, en todo caso, no le acomoda mucho. "Creo que Richard Yates está escrita para la gente interesada en los seres humanos, no para los que están interesados en computadores o en las generaciones actuales. En otras palabras, lo que los personajes usan para comunicarse (teléfono, e-mail) no me importa. Lo que me importa es lo que se comunica".

Accionistas literarios

Todo empezó en el blog de Tao Lin. Y muchos, cuando lo vieron, pensaron que era una broma. Aburrido de trabajar como bibliotecario -y después de abandonar los robos esporádicos de baterías-, Tao Lin buscaba la forma de sustentar su carrera literaria por un tiempo. Para eso, ofreció acciones de la novela que estaba escribiendo en ese entonces, Richard Yates. El asunto era así: dividida en seis partes, cada comprador tendría que pagar dos mil dólares por una de esas acciones. A cambio, no sólo recibirían copias del libro, sino también tendrían derechos sobre los ejemplares que se vendiesen. "Creo que la idea fue como una epifanía. No sé, no fue algo que pensé demasiado. Es algo que probablemente muchos han considerado. Incluso, creo que James Joyce lo hizo", recuerda. Como sea: la idea a Lin le funcionó muy bien. Todos sus accionistas recuperaron la inversión en diciembre pasado y ahora comenzaron a recibir ganancias gracias a las ventas del libro. Hoy, de hecho, sigue en contacto con ellos (entre los que hay fanáticos de su obra, uno de sus padres, aparte de gente con la que nunca había hablado). "De vez en cuando, les mando mails con los datos de la inversión y a algunos los he conocido en persona".

Otro de los trucos que Tao Lin ha usado para financiarse, es la venta de sus manuscritos en internet. De sus libros de poemas y del volumen de relatos que tiene, puso a la venta varios en eBay. Pero no a todo el mundo le han caído bien esos gestos promocionales: a ojos de la elite literaria estadounidense, Lin es un escritor demasiado asociado al marketing. O, más bien, a la autopromoción. Él no se complica. "Simplemente no los tomo en cuenta. No les respondo nada", dice. Poco pasó hasta que la prensa inglesa se enterara de la joven promesa de la literatura estadounidense y reseñaran su primera novela Eee Eee Eee (una onomatopeya del sonido producido por los delfines), rescatando la imaginación del joven autor. Asimismo, la cineasta y escritora Miranda July -con quien comparte muchas similitudes en términos narrativos- lo llenó de alabanzas: "Tao Lin escribe a partir de modos que escritores más radicales obviarían; lo hace desde la pereza, la vacuidad, el aburrimiento. Y los resultados que consigue desde esos lugares son conmovedores, necesarios, además de divertidísimos".

"Creo que la idea fue como una epifanía. No sé, no fue algo que pensé demasiado. Es algo que probablemente muchos han considerado. Incluso, creo que James Joyce lo hizo", dice Tao Lin sobre el plan de vender acciones de una novela que en esos momentos aún estaba escribiendo y que terminaría convirtiéndose en "Richard Yates".

Minimalismo online

Los personajes se llaman Haley Joel Osment y Dakota Fanning. No son, por supuesto, sus nombres reales. Son sobrenombres que usan para hablar entre ellos a través del chat de Gmail. Haley tiene 22

años y vive en Nueva York, donde trabaja en una biblioteca. Dakota, a su vez, vive en Nueva Jersey y sus preocupaciones van desde sus problemas de peso, hasta cosas que el resto de los mortales encontraría bastante nimias. "Sólo una vez he tenido la oportunidad de acariciar un hámster", se queja Dakota en un momento, cuando habla digitalmente con Haley. Y luego le confiesa: "Sus patas eran tan pequeñas. Creo que lloré un poco".

Eso, delineando grueso, es lo que puede encontrar el lector en Richard Yates. Una novela que parece de esas películas de corte indie en que no pasan muchas cosas. Los personajes de Lin no tienen grandes preocupaciones u obsesiones. Sus vidas suceden gran parte del tiempo en la pantalla del computador o en sus iPhones. Y cuando sucede en las calles, el resultado no es como se lo esperaban ("Me gustabas más en Gmail", es una de las conclusiones de los personajes cuando, por fin, se conocen en persona). "Nuevo minimalismo", de hecho, es uno de los términos que se han usado para denominar su estilo. Y, probablemente, tiene que ver con la vida del mismo Lin. Cuando se le pide que enumere tres características que lo definan, responde: "Me gusta comer fruta y vegetales crudos. Mis drogas favoritas son MDMA, Adderall y Xanax. Y me encantan los documentales de Werner Herzog".

Por el momento, Tao Lin sabe que va bien encaminado. Y, al igual que en casos anteriores, la mejor forma de consagrarse como la voz de una generación es vendiéndose como tal. "Sabía que si recibía atención mediática con mis dos primeros libros, luego podría recibir mucho más", asegura. Y luego confiesa que aunque siga inventando trucos promocionales, todo puede cambiar. "Sí, puede que no reciba tanta atención en el futuro. Tal vez, quién sabe, ya llegué a mi punto culminante".

Consortio Periodístico de Chile S.A. Derechos reservados

Se prohíbe expresamente la reproducción o copia de los contenidos de este sitio sin el expreso consentimiento de Consortio Periodístico de Chile S.A.