

Medias

NYLONS

a

\$ 5.85

\$ 6.50

\$ 8.45

\$ 8.95

POR POCOS DIAS
precios excepcionales

\$ 9.50

Todas las mallas y colores.

MAGAZINES
La Sigurria
CONVENCION 1424

Felisberto avisado: publicidad y literatura (y algunos otros desvíos)

Ana Inés Larre Borges*

*Departamento de Investigaciones
Biblioteca Nacional*

El mito de la excepcionalidad acompañó a Felisberto Hernández desde muy temprano y propició lecturas en general reticentes a relacionar su literatura con contextos históricos o sociales. El escritor que «no se parece a ninguno», según la repetida fórmula de Ítalo Calvino, ya había encontrado un simétrico antecedente en las también muy citadas palabras con las que Vaz Ferreira saludó sus primeros cuentos: «tal vez no haya en el mundo diez personas a las que les resulte interesante y yo me considero una de las diez» (Díaz: 31). Especulares, la idea del genio solitario y la del lector exclusivo predicen la rareza, categoría desde la que Felisberto ha sido leído e interpretado. Ya como un superador del realismo o como protagonista solitario de nuestra atenuada vanguardia, Hernández fue postulado como un parteaguas en las historias de la literatura uruguaya¹ y como un caso extraordinario en el contexto internacional². Los métodos privilegiados para su estudio han



* Investigadora, crítica y ensayista literaria, integra el Departamento de Investigaciones de la Biblioteca Nacional y, desde 2010, dirige la *Revista de la Biblioteca Nacional*. Entre 1987 y 2012 dirigió la sección literaria del semanario *Brecha* donde continuó colaborando. Sus áreas de investigación han sido la literatura de viajes y las literaturas del yo, diarios y escritura epistolar. Publicó *Diario de juventud* de Idea Vilariño (2013), en coautoría con Alicia Torres, sobre la correspondencia de Delmira Agustini (2005 y 2014) y prepara la edición del Diario de viaje de W.H. Hudson.

1. Heber Raviolo y Pablo Rocca eligen inaugurar con Felisberto su *Historia de la Literatura uruguaya contemporánea* (1996) y también Hugo Verani (1996) quien además lo propone como solitario representante de una “vanguardia secreta” (Verani, 1990: 50-53).

2. Así el juicio de Roger Caillois «l'écrivain plus original de l'Amérique du Sud», que Felisberto recupera de la presentación de Susana Soca en Francia en su «Autobiografía literaria» (Hernández, 1987). En adelante cito los libros de Felisberto Hernández, salvo aclaración expresa, de *Obras incompletas* (2015) edición de Oscar Brando y por las iniciales OI.



sido, en consecuencia, las hermenéuticas textuales, las interpretaciones psicoanalíticas y análisis de discurso mayormente ajenos a eso que Edward Said nombró, con premeditada sencillez, «el mundo» (Said, 2004). Incluso los acercamientos biográficos (Giraldi, 1975 y Díaz, 1999) no alteran esta hegemonía.³ No pretendo contrariar una tendencia que he compartido con modestia y sin culpa, pero me gustaría señalar que la consagración de Felisberto como verdugo del regionalismo y ejecutor del paradigma realista o como precursor de la autoficción, el minimalismo narrativo o la literatura fantástica, ha postergado el estudio de su diálogo con la historia. En ese contexto entra este tema menor pero interesante de la atención que Felisberto prestó a la publicidad que crecía y mutaba coetánea a sus afanes literarios y que, naturalmente, implicó también un asunto textual. Varios otros escritores registraron la irrupción cambiante y en ascenso de una publicidad que entonces se adaptaba a los días de radio en los umbrales de la sociedad de consumo. Creo, sin embargo, que ninguno manifestó como él la conciencia de un peligro, ni expresó con su elocuencia el antagonismo que la creciente propaganda venía a disputar con el arte.



La gran urbe o un aviso de la luna

En 1933 se fundó en Buenos Aires la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad. Ese mismo año, Onetti, que estaba en su primera incursión porteña, publicó su primer cuento, «Avenida de Mayo Diagonal Avenida de Mayo». Las calles de Buenos Aires son el escenario por el que deambula un nuevo antihéroe literario. En el cuarto párrafo, Víctor Suaid ya llegó a Rivadavia y se topa con «los hombros potentes de Clark Gable y las caderas de la Crawford», un «affiche» que es ya parte del paisaje urbano. El protagonista es un hombre enajenado que, mientras avanza entre la multitud, desdeña los sueños preconcebidos que le ofrece Hollywood en cada esquina y fabrica los propios con las nieves de Alaska. Pero cuando piensa en fumar, lo hace a través de una frase acordadamente publicitaria: «Por un cigarrillo [...] iría hasta el fin del mundo». La frase rebota o, según escribe Onetti, es «plagiada» por «veinte mil affiches [...] con el paquete mostrando [...] dos cigarrillos [...] como dos cañones de destructor apuntando al aburrimiento de los transeúntes» (Onetti: 6). La alusión al plagio encubre la protesta del escritor a quien le ha salido un rival inesperado. Porque la publicidad de los años treinta, en el apogeo de la radio, se juega a la invención verbal. Antes había estado ligada a las artes visuales y era más silenciosa y discreta. En la década

3. Su estridente anticomunismo (aun después de conocido el paradójico episodio de su penúltima esposa María Luisa de las Heras) ha permanecido en un segundo plano y recién ahora —como ejemplifica el estudio de Gabriel Lagos en esta revista— su ideología ha empezado a estudiarse en relación a su obra.

del 30, emerge como un efecto urbano y cosmopolita, una consecuencia del desarrollo industrial y las nuevas megalópolis. La producción en serie, la concentración de gente y el anonimato crearon la demanda, la competencia y una propaganda que en lugar de esperar los ojos del lector, salía a cazarlo. Entre las noticias en carteles luminosos y las luces de neón, los afiches se disputan la atención de Suaid.

Bastante antes que Onetti, pero con la aceleración que provee Nueva York, Juan Ramón Jiménez había descubierto deslumbrado esa otra noche artificial, cielo de neón donde nada se está quieto. Escribe en *Diario de un poeta recién casado*:

Broadway. La tarde. Anuncios mareantes de colorines sobre el cielo. Constelaciones nuevas; El Cerdo, que baila, verde todo, saludando con su sombrero de paja, a derecha e izquierda. La Botella, que despide, en muda detonación, su corcho colorado, contra un sol con boca y ojos. La pantorrilla eléctrica, que baila sola y loca, como el rabo separado de una salamanquesa. El Escocés, que enseña y esconde su whisky con reflejos blancos. [...] El Navío que, a cada instante, al encenderse, parte cabeceando hacia su misma cárcel, para encallar al instante en la sombra... Y... —¿La luna! —¿A ver? —Ahí, mírala, entre esas dos casas altas, sobre el río, sobre la octava, baja, roja, ¿no la ves...? —Deja, ¿a ver? —No... ¿Es la luna, o es un anuncio de la luna? (356)



El texto es de 1916, y el poeta andaluz se lo dedica al mexicano Alfonso Reyes. Como si buscase al más inteligente de sus amigos para asegurarse de que la mala nueva sería ajustadamente descifrada. «La luna» acusa, con sagaz autoironía, el golpe dado por el progreso al arte. La luna, ícono ancestral de los poetas, musa de la lírica, se le pierde a Juan Ramón entre los avisos epilépticos del neón.

Alrededor de 1936, Pedro Salinas vuelve a poner atención al paisaje de luces de una noche neoyorkina y escribe su «Nocturno de los avisos».⁴ La crítica española ha señalado la influencia juanramoniana en este poema que puede leerse como una respuesta desplazada en el tiempo al poema de su maestro (Torres Nebrero: 576-579). Es otra vez la escena neoyorkina donde «empiezan los eléctricos avisos/a sacudir las almas indecisas». Largo y torrencial, el poema de Salinas vuelve sobre los avisos que se mueven como una «imitación sin canto de la música», pero no los describe como Jiménez, solo nombra las marcas confiado en que su lector ha pasado por el aprendizaje democrático de la publicidad: Lucky Strike, White Horse, Coca-Cola. También lo hará Felisberto en «El cocodrilo». Los poemas de los españoles dialogan y coinciden en proponer un incongruente paralelismo entre el lenguaje de la publicidad y el arte. Las «constelaciones» de neón de Juan Ramón son en Salinas constelaciones antiguas: «Orión, Cefeo,

4. Una década más tarde fue recuperado en libro, en *Todo más claro* (1949).

Arturo, Casiopea» que, sin embargo, se juzgan «publicidad de Dios». Las marcas se leen en contrapunto a los nombres de la mitología: Ariadna, Pegaso, Afrodita, y habilitan el contraste con la cultura clásica:

Ya otra surge,
más trágica que todas: «Coca-Cola.
La pausa que refresca». Pausa. ¿En dónde?
¿La de Paolo y Francesca en su lectura?
¿La del Crucificado entre dos mundos,
muerte y resurrección? O la otra, ésta,
la nada entre dos nadas: el domingo. (Salinas: 80)

En Buenos Aires como en Nueva York. Las primeras líneas de «El Aleph» de Borges, publicado en 1945, señalan como en el cuento de Onetti, la presencia de la publicidad en la nueva ciudad:

La candente mañana de febrero en que Beatriz Viterbo murió, después de una imperiosa agonía que no se rebajó un solo instante ni al sentimentalismo ni al miedo, noté que las carteleras de fierro de la plaza Constitución habían renovado no sé qué aviso de cigarrillos rubios; el hecho me dolió, pues comprendí que el incesante y vasto universo ya se apartaba de ella y que ese cambio era el primero de una serie infinita. (Borges: 617)

Borges no se priva de contrastar la muerte y el «vasto universo» con la breve pausa en que se hace humo un cigarrillo. Como en Salinas, también para Borges la publicidad no es solo síntoma de los tiempos sino una medida del nuevo tiempo, el que Prufrock midió en cucharitas de café. Y funciona en la economía de la narración con un sentido similar al que le dieron los poetas españoles. «El Aleph» lleva dos epígrafes pesados, uno es de *Hamlet*, el otro del *Leviatán* de Hobbes habla de la eternidad, ambos producen chisporroteo al entrar en contacto con el huidizo humo «de no sé qué aviso de cigarrillos rubios». La indeterminación acaso no sea solo un rasgo de estilo borgiano. Los primeros capítulos de *Mad Men*, la exitosa serie de Matthew Weiner dedicada a los publicitarios neoyorquinos, planteaban el problema de cómo hacer publicidad de cigarrillos si son todos iguales. En Borges, la negativa a recordar la marca niega la eficacia de la propaganda, pero la adopta como signo de fugacidad. En los poemas y cuentos que citamos, la publicidad de cigarrillos es la más frecuente y, más allá de su flagrante simbología, su elección es reflejo de una nueva etapa de la publicidad, una mutación en la que el discurso publicitario parece volverse relevante como «hacedor» de significado. Si los cigarrillos son todos iguales y no es posible distinguirlos por sus propiedades, la publicidad creará la diferencia. Y es ahí que se convierte en competidora del arte y la literatura ya que, aun cuando tenga una finalidad ulterior y filistea, comparte con el arte iguales procedimientos y la capacidad de crear sentido.

El registro de la publicidad en la obra de estos escritores,⁵ a los que podrían sumarse otros, es efecto de un auge de esa nueva industria. En el Uruguay, el origen se ha fijado en 1909, cuando se funda la agencia Capurro y Cía.⁶, pero hay consenso entre los cronistas en que hubo un renacimiento en las décadas del 30 y el 40, pautado por la instalación en el país de agencias como Walter Thompson (1936) y McCann Erickson (1946). En los cuarenta «ya la influencia norteamericana se empezaba a sentir con la llegada de avisos totalmente confeccionados en Estados Unidos» (Duarte: 33). Entre 1940 y 1946, se crean 9 nuevas agencias en Uruguay, 5 de ellas solo en 1946. En noviembre de ese año nace la Asociación Uruguaya de Agencias de Propaganda (AUDAP) (Jano: 21). La cronología cobra sentido cuando se coteja con la literatura.

Felisberto avisado

Felisberto escribió dos cuentos donde la publicidad no es apenas testimonial sino parte central del asunto y de la trama. «El cocodrilo» y «Muebles El canario» son relatos que han tenido desigual fortuna, pero que comparten el motivo de la publicidad y un mismo tiempo de creación. «Muebles El canario» se publicó por primera vez en noviembre de 1947, cuando ya estaba escrita la primera versión de «El cocodrilo»⁷. Es así que la publicidad, que hizo eclosión en Uruguay coetáneamente a uno de los períodos más productivos del escritor, fue integrada inmediatamente a su literatura. Quiero destacar dos rasgos que singularizan su aprehensión: uno es el modo en que Felisberto liga el asunto de la publicidad a un tema dilecto de su literatura, el destino del artista, que Felisberto encarna en



5. La publicidad también toca sus biografías: Onetti trabajó en la agencia Ímpetu en Buenos Aires, y su correspondencia privada exhibe muchas veces el papel membretado de esa empresa. Vivió de acuerdo a algunos de los atributos esperables de un publicista, el traje mandado a hacer, las clases de inglés pagas (Domínguez: 123-124). Fue el primero de los escritores uruguayos en trabajar en publicidad y compartió su profesión con Brausen, creador de Santa María en *La vida breve*. De Borges es conocida la anécdota de cómo la primera colaboración con Bioy Casares fue la de redactar un folleto sobre las virtudes de la leche cuajada La Martona.

6. Un origen en el que también aparece un escritor. Una anécdota atribuye a Florencio Sánchez haberle dado el nombre a la nueva agencia. Florencio habría propuesto primero el nombre Argos, que no convenció; entonces dijo que ya que se iba a dedicar a la publicidad, debía llevar ese nombre. (Ver: "Publicidad Capurro y Cía. cumple 40 años", en *Mundo Uruguayo* N.º 1590, Montevideo, 13 de octubre de 1949, pp. 4 y 5).

7. «Muebles El Canario» se publicó en *Mujer Batllista*, n.º 12, año 2, Montevideo, noviembre de 1947. Aunque «El cocodrilo» se publicó recién en 1949, bajo el título de «Cocodrilo» (en *Marcha*, n.º 510, año xi, el 30 de diciembre de 1949, pp. 14-16), a mediados de 1946 Felisberto envió una copia a Supervielle a Francia, según dato que agradezco a J. P. Barnabé que ha reconstruido la cronología de la escritura felisbertiana.

la figura del músico pobre en una sociedad crecientemente utilitaria, y el otro, en nada ajeno a este, es la visión crítica que da de la publicidad, su percepción de la amenaza que contiene para el arte y la literatura.

Hay menciones más tenues y dispersas a la publicidad en otros textos donde estos rasgos también comparecen. La primera que pude detectar está en las primeras páginas de *Por los tiempos de Clemente Colling*:

Después, un inmenso y horrible letrero me llamó los ojos. (No digo cuál es para no seguir haciéndole la propaganda al dueño. Y si me pagara, ¿lo haría? Y seguían apareciendo pensamientos como estos: ¿No habría sido un hijo de aquella mansión señorial, el que vendió aquel pedazo de la quinta para pagar una deuda vergonzosa?). (OI: 145)⁸

Es visible la negatividad que se asocia con la idea de propaganda, su identificación con algo oscuro y oprobioso, su contaminación con el dinero. En este texto de 1942, Felisberto ya está apercebido de las intromisiones de la publicidad y muestra su desconfianza. Sigue, a continuación, un razonamiento interesante sobre la idea de lo nuevo:

Tenía tristeza y pesimismo. Pensaba en muchas cosas nuevas y en la insolencia con que irrumpían algunas de ellas. Alguien me hacía la propaganda del sentimiento de lo nuevo —y de todo lo nuevo— como fatalidad maravillosa del ser humano; y me hablaba precipitadamente, concediéndome un instante de burla e ironía para mis viejos afectos. (145)

El sentido de la cita se aclara en el contexto, ya que la atención al letrero está precedida por la visión de una mansión señorial en decadencia que motiva una reflexión sobre «cómo significaban la vida las personas de aquel tiempo. Y cómo la reflejaban en su arte, o cómo eran sus predilecciones artísticas» (145). La publicidad que irrumpe con el letrero no solo hace propaganda de algo nuevo sino que es un atributo de lo nuevo y del cambio, algo opuesto a la tradición. La idea de novedad fue un valor indispensable para el arte de vanguardia. Aunque considerado un solitario vanguardista en el panorama narrativo uruguayo, Felisberto no compartió nunca la desacralización del arte propugnada por los vanguardistas en sus manifiestos.⁹ Al contrario, veneró siempre el arte

8. Para la obra de Felisberto Hernández, cito en delante de edición *Obra incompleta preparada por Óscar Brando* (Hernández: 2015).

9. “Ahora empiezo a pensar en el derecho a la vida que tienen algunas cosas nuevas y a sentir una nueva predisposición. (A lo mejor exagero, y la predisposición a encontrar bueno todo lo nuevo se extiende y cubre todas las cosas, como le ocurría al propagandista. Y entonces, basta tener un poco de buena predisposición y ya encontramos servidas mil teorías para justificar cualquier cosa. Y podemos cambiar, además muy fácilmente de motivos a

superior y sintió el deseo de participar en él, de ser admitido; tampoco sintió contradicción entre esa admiración que profesó a la tradición en la figura de sus maestros y su inclinación a realizar alguna «rareza». En esas mismas páginas de *Colling* escribe, en clave autobiográfica, un momento epifánico de esa iniciación:

Una noche, invitados por las tías —las longevas— fuimos a la casa de Elnene y lo sentimos tocar el piano. Para mí fue una impresión extraordinaria. Por él tuve la iniciación en la música clásica. Tocaba una sonata de Mozart. Sentí por primera vez lo serio de la música. Y el placer —tal vez con bastante vanidad de mi parte— de pensar que me vinculaba con algo de valor legítimo. Además sentía el orgullo de estar en una cosa de la vida que era la estética superior: sería un lujo para mí entender y estar en aquello que sólo correspondía a personas inteligentes. Pero cuando después tocó una composición de él, un Nocturno, la sentí verdaderamente como un placer mío, me llenaba ampliamente de placer; descubría la coincidencia de que otro hubiera hecho algo que tuviera una rareza o una ocurrencia que sentía como mía, o que yo la hubiera querido tener. (*OI*: 150).

En el cuento «Mi primer concierto» publicado en la revista *Alfar* en 1947,¹⁰ vuelve a aparecer otro letrero, forma aún primitiva de la publicidad, cuando el novel concertista, nervioso antes de la presentación, descubre un carro que promociona su concierto:

Estaba desesperado y me fui a la calle. A la vuelta de una esquina me encontré con un carro que tenía a los costados dos grandes carteles con mi nombre en letras inmensas. Aquello me descompuso más. Si las letras hubieran sido más chicas, tal vez mi compromiso hubiera sido menor; entonces volví al teatro, traté de estar sereno y pensar en lo que haría. Me había sentado en la platea y miraba el escenario, donde el piano estaba solo y me esperaba con su negra tapa levantada. (*OI*: 302).

En este caso la publicidad está al servicio del arte y el humor es benévolo en su interpretación del efecto que logra el tamaño de las letras en el ánimo del pianista. Pero la precariedad de la vida del artista se manifiesta igualmente y es en este relato donde, al recordar el comentario de unas muchachas que se preguntaban «cómo un pianista de café [...] puede dar conciertos», el narrador desliza una opinión ventrilocua, porque inocultablemente —incluso por su formulación— pertenece al autor: «no saben

justificar, por más contradictorios que sean; pues hay teorías con sugestión exótica, con misterio sugerente, con génesis naturalista, con profundidad filosófica, etc.”. (145)

10. Desde que integraba el manuscrito de *Nadie encendía las lámparas* que Felisberto entregó a Sudamericana antes de viajar a Francia en octubre de 1946, el cuento ya estaba escrito para esta fecha.

que puede ocurrir lo contrario, que en este país un pianista de concierto tenga que ir a tocar a un café» (*OI*: 304).

En 1926, en un temprano reportaje de cuando estaba dedicado a su carrera de pianista, Felisberto opina lo mismo que su narrador: «La vida me obligó a ser músico obrero. Y como tal voy por esos mundos, sin que nunca se manche mi puro oriflama de ideales superiores»¹¹.

«El comedor oscuro», que sigue en orden a este cuento en *Nadie encendía las lámparas*, es uno de los más logrados relatos sobre la exclusión y la fragilidad del artista.¹² En este caso el protagonista va a tocar por dinero a la casa de una viuda que no aprecia su arte y recibe similar indiferencia en el café donde toca, junto a otros dos músicos, «como si fuéramos empleados del cielo, [...] aquella música que los de abajo no parecían escuchar». En la ficción de Felisberto los protagonistas son doblemente *emisores*, porque cuentan su historia y porque hacen música o escriben historias, pero los *receptores* resultan equívocos: nadie parece escuchar. Creo que atender a las dificultades de comunicación que transcurren en el interior de las historias, pero también a las que vivió Felisberto Hernández —músico o escritor— con su público, es decir atender la sinuosa senda de su recepción, es una estrategia fértil para entender su creación.



Otra voz canta

«Muebles El canario» ha sido, tal vez, el cuento menos apreciado por la crítica: «incalicable» (Rodríguez Monegal: 52), «el cuento menos feliz de Felisberto Hernández» (Vitale: 1974), «uno de sus dos únicos e ilevantables fracasos» (Benedetti: 1963), según juicios lapidarios de sus contemporáneos. La crítica más reciente no se ha detenido en él, y tiende a olvidarlo; aun en el caso en que se propone acotar la presencia de lo fantástico en su obra, solo nombra a «El acomodador». Es sin duda un cuento menor, pero su asunto y la peripecia de su recepción pueden resultar elocuentes en otros sentidos. En años de dictadura fue elegido para filmar una película —«La

11. Aunque el lenguaje utilizado parece un poco extraño a Felisberto (eran tiempos en que las entrevistas, se hacían sin grabador y dependían de la memoria y el estilo del reportero), la frase resume una actitud que debió ser temprana en Hernández y es conmovedora si pensamos cuántos largos años continuó Felisberto en esa dura pelea por vivir de su música. La entrevista se publicó en *El Día* y está firmada por un tal JIV, fue rescatada en Revista... con presentación de Luis Volonté (Volonté, 101).

12. La afinidad entre los dos cuentos se explica porque en principio fueron uno solo. A sugerencia de Supervielle, Felisberto cortó lo que acabó siendo “Mi primer concierto” del otro relato: “Lo saqué enterito y queda como un cuento aparte con angustias y hechos propios”. Carta a Paulina Medeiros (Medeiros: 91 y 94).

jeringa»— protagonizada por Leo Masliah y dirigida por José María Ciganda, que no pudo exhibirse porque no hubo acuerdo de los herederos en dar su aprobación. De modo que tanto el momento histórico en que surgió el interés por el cuento, como el problema de la autorización (la película solo se pudo exhibir en 2014 cuando la obra de Felisberto entró en dominio público) se combinaron para potenciar su mensaje anti-censura. Más cercanamente, el relato ha interesado desde la perspectiva de los medios de comunicación. En 1998 la Radiodifusora Nacional del Sodre hizo una adaptación radial del cuento y suele estudiárselo en las carreras de Comunicación.

«La propaganda de estos muebles me tomó desprevenido» dice su primera frase, adelantando la mínima anécdota: el protagonista es inyectado por sorpresa en el tranvía y se le inyecta con el pinchazo la transmisión de una radio que hace propaganda de muebles, sin que pueda librarse de esa voz.

¿Propaganda o publicidad? Un punto que interesa es decidir cuál es el blanco de su denuncia. Es posible que cuando el cuento fue escrito el término «propaganda» reuniese los dos significados que hoy el uso reparte entre la política y el mercado. El título y la anécdota parecen remitir al segundo: el protagonista es inoculado con avisos que tratan de *vender* muebles o, en su defecto tabletas que funcionen como antídoto y logren «apagar» la propaganda que llevan dentro. Se trataría tan solo de una nueva técnica de *marketing*, pero hay una violencia ejercida sobre el cuerpo que se asocia a asuntos del poder político. En términos de comunicación, el discurso de la publicidad es totalitario: la publicidad evade el carácter contractual y consentido del diálogo y, en cambio, se perpetra. Desde esa perspectiva, la publicidad comercial y la propaganda política coinciden. La jeringa y la inoculación han sido, además, parte de una metáfora extendida para mentar la manipulación de las masas a través de los medios de comunicación, expresada en la teoría «de la aguja hipodérmica» que se difundió a partir de 1945 a consecuencia de las campañas de propaganda durante la Segunda Guerra Mundial.¹³ En ese sentido es relevante el lugar de publicación del cuento, un suplemento del diario *El Día*, ya entonces embanderado con posiciones anticomunistas en los inicios de la guerra fría.¹⁴ Una década más tarde, será también en *El Día* donde Hernández publique sus artículos anticomunistas¹⁵ al tiempo en que, a través de la radio, da audiciones de



13. Harold Dwight Lasswell, uno de los referentes de la teoría, publicó *Propaganda, Communication and Public Opinion* en 1946.

14. Otros cuentos de *Nadie encendía las lámparas* fueron publicados en revistas de perfil literario o cultural como *Sur*, el *Suplemento Cultural de La Nación*, *Alfar*, etc.

15. Ver en esta revista el rescate de tres de esos artículos.

propaganda anticomunista sobre las que abundan testimonios aunque aún no han sido recuperadas. Si —como apunta Norah Giraldi— Felisberto habló en esas audiciones fundamentalmente de «la libertad en el arte» y del caso Pasternak (77), no es arbitrario decir que pudo asumir las dos acepciones de la palabra *propaganda* como parte de un mismo totalitarismo. Por la misma época de su activismo anticomunista, colaboró con Reina Reyes en el libro *Momento actual del pensamiento pedagógico* donde según testimonio de la educadora, escribió solo un capítulo que se titula «El dinero gran test de la acción humana» (Giraldi: 76).¹⁶

Otro aspecto a tener en cuenta es que Felisberto tuvo trato con la radio en momentos en que la revolución de las comunicaciones pasaba por ese medio. En el Uruguay de la década del 40, Benito Nardone crea el Ruralismo y hace una carrera política a través de la comunicación radial, la llamada «revolución del transistor»¹⁷. Felisberto fue amigo del locutor Soria Gowland, quien figura entre los que financiaron la edición de *Por los tiempos de Clemente Colling* y quien le organizó un homenaje radial en el que la novela fue leída al aire.¹⁸ En 1943, trabajó como inspector de la programación radial para la Asociación Uruguaya de Autores, AGADU (Giraldi: 68), un empleo liviano que le dejaba tiempo para escribir, pero lo obligaba a escuchar tangos, un género que odiaba. Esta cercanía y estas circunstancias ayudan a entender la precocidad que tuvo Felisberto para integrar el asunto de la publicidad a su ficción, no meramente como un testimonio sino como un problema.

Creo que Felisberto estaba preparado para percibir el peligro que podía significar la publicidad por las condiciones en que debió realizar su vocación de músico y de escritor. A esa penosa experiencia se sumó su contacto cotidiano con los nuevos medios y todo pudo confabularse para que fuese capaz de predecir su poder antes que otros creadores, en tiempos en que la publicidad era todavía una industria emergente y rudimentaria. «Muebles El canario» transcurre en un mundo provinciano, lento de tranvías y

16. *Momento actual del pensamiento pedagógico 1959*. Lamentablemente no he podido ubicar este título aún; no está en la Biblioteca Nacional, ni he podido encontrarlo en otras bibliotecas públicas o privadas. Existe copia mecanografiada de este capítulo donde Felisberto teoriza sobre un tema recurrente en su ficción (Col. JPD, BNU), actualmente en estudio para su publicación.

17. Nardone, conocido también como Chicotazo, su apodo radial, fue de la misma generación que Felisberto, nació en 1906 y murió, al igual que el escritor, en 1964. Era un *outsider* de los partidos, pero logró captar la adhesión de amplios sectores de los habitantes de la campaña a través de sus audiciones diarias por Radio Rural. En 1960 llegó a presidir el Consejo Nacional de Gobierno durante el régimen del Colegiado.

18. Ver «Cartas a Felisberto», en esta misma revista y la nota explicativa de Ignacio Bajter donde también se indica que Paulina Medeiros supo de Felisberto por la radio antes de conocerlo.

todavía bajo la hegemonía de la prensa escrita que los personajes consultan como fuente confiable de información.¹⁹

Aunque «Muebles El canario» es casi solo el esbozo de una idea presentada en un mínimo relato, esa idea —la inoculación de una voz al interior de la persona— tiene una afinidad profunda con la literatura de Felisberto.

La conciencia de un yo escindido y fragmentado, la duplicación o multiplicación del sujeto, es una preocupación que atraviesa su obra. Aquí comparece bajo la forma ominosa de la irrupción de una voz extraña, como la de la locura, que enajena al protagonista. A diferencia de lo que descubre el narrador de *Tierras de la memoria* —«Yo creo que en todo el cuerpo habitan pensamientos, aunque no vayan a la cabeza y se vistan de palabras» (OI: 222)—, aquí la voz y los pensamientos no son los del propio cuerpo, sino los de un agente exterior y enemigo que logra invadir la interioridad del sujeto. Aunque es verdad que para Felisberto hay ocasiones en que el enemigo también está adentro. Hacia el final de *El caballo perdido*, surge en su narrativa la idea del socio o sinvergüenza (el cuerpo) con atributos de amenaza: «a veces yo pensaba en él con la fatalidad con que se piensa en un enemigo y las ideas de él me invadían inexorablemente» (OI: 204). La idea del sujeto como un espacio en disputa entre voluntades fragmentadas culmina en el «Diario del sinvergüenza» que inicia en 1957 y queda inconcluso a su muerte. El sinvergüenza gana entonces en autonomía y crece en complejidad. Merece un Diario:

Una noche el autor de este trabajo descubre que su cuerpo, al cual llama «el sinvergüenza», no es de él, que su cabeza, a quien llama «ella», lleva, además una vida aparte: casi siempre está llena de pensamientos ajenos y suele entenderse con el sinvergüenza y con cualquiera. Desde entonces el autor busca su verdadero yo y escribe sus aventuras. F.H.

Nota: El autor persigue su yo todos los días; pero sólo escribe algunos; éstos se distinguen por números y no por fechas. (OI: 423).

El fragmento preside el original y es evidente que funciona tanto como inicio de texto y como un plan o instructivo que el autor se impone y rubrica, que justifica y proyecta con palabras que luego tacha. La persecución del yo en Hernández es un tema que excede este trabajo, quiero igualmente mostrar, así sea en parte, su persistencia y variaciones. En *Colling* ya estaba explícita la idea de ser habitado por otro:

Otras veces pienso que si me ha dado por escribir los recuerdos, es porque alguien que está en mí y que sabe más que yo, quiere que escriba los recuerdos

19. En dos ocasiones «los diarios» se invocan para dirimir una situación: «Pensé comprar un diario informarme de la dirección de la radio y preguntar qué habría que hacer para anular el efecto de la inyección» (OI: 323) y «—Señor en todos los diarios ha salido el aviso de las tabletas “El Canario”» (OI: 324).

porque pronto me iré a morir, de no sé qué enfermedad.²⁰ (1942: 58 destacados míos)

Ese yo sabio que aconseja, no corresponde a la voz invasora de «Muebles El canario» que se parece más a esas «palabras ajenas» que invaden la cabeza o a esa «cualquiera» que logra entenderse con el sinvergüenza. Cuando el protagonista la escucha por primera vez dice que oye «el canto de un pajarito», e inmediatamente aclara que:

No tenía la calidad de algo recordado ni del sonido que nos llega de fuera. Era anormal como una enfermedad nueva; pero también había un matiz irónico; como si la enfermedad se sintiera contenta y se hubiera puesto a cantar. (*Ol.*: 323).

En esa exploración obsesiva del yo que va de libro en libro, la metáfora de la enfermedad desconocida o nueva y la de una invasión enemiga son revisitadas. En este caso resulta un hallazgo la idea de una «enfermedad contenta», oxímoron que expresa bien la alienación consentida que es el modo de control social a través del consumo, algo que en «El cocodrilo» va a desplegarse más nítidamente.



El Cocodrilo y otras ilusiones

Como en «Muebles El canario», la peripecia editorial de «El cocodrilo» es significativa. Se publicó por primera vez en un número de fin de año de *Marcha*, aprovechando una ausencia de Emir Rodríguez Monegal y por iniciativa de Ángel Rama y Manuel Flores Mora.²¹ Es otra vez interesante observar —desde la perspectiva del asunto publicitario— el aspecto absolutamente espartano que muestran las páginas donde se publica «El cocodrilo». Daría la impresión que la publicidad no es ninguna amenaza en el semanario de Quijano. Según testimonio de Hugo Alfaro, el Director de *Marcha* era poco afín a los avisos y estaba pronto a prescindir de ellos para hacer lugar a las notas periodísticas. Los anunciantes no lo resentían porque eran por lo general amigos que solo avisaban por solidaridad con

20. *Por los tiempos de Clemente Colling*, Montevideo, González Panizza eds. 1942, pág. 58. Cito de la primera edición ya que la frase fue involuntariamente mutilada en ediciones posteriores.

21. La hostilidad de Rodríguez Monegal hacia la obra de Felisberto fue legendaria. La publicación de «El cocodrilo» fue parte de un debate al interior de la generación del 45. Además de Rama, José Pedro Díaz, Carlos Maggi, Manuel Flores Mora, Ida Vitale adherían a Felisberto y lo defendieron desde la revista *Escritura*; Rama y Flores Mora dirigían la sección literaria de *Marcha* cuando se publica el cuento. Sobre el tema existe una minuciosa investigación de Claudio Paolini (Paolini, 2003).

el proyecto.²² No es de extrañar que los avisos —aún en ese número de fin de año, que incluía saludos de las firmas amigas, fueran de una alevosa sobriedad.

Destinado a convertirse en el cuento más reeditado y antologado de Hernández, «El cocodrilo» apareció en libro recién en 1960 y, dos años después, mereció una edición artística, un *libro-objeto* ilustrado con xilografías de Glauco Capozzoli que tuvo una tirada de solo «75 ejemplares numerados a mano por el autor»²³. El libro ilustrado y artesanal recuperaba, a inicios de los 60, uno de los hábitos de la vanguardia de los 20, cuando la relación entre escritores y pintores fue estrecha. Felisberto participó en esas alianzas, frecuentó el círculo de Torres García y su casamiento con la pintora Amalia Nieto afianzó su trato con los artistas plásticos. La edición exquisita de «El cocodrilo», al igual que las apocalípticas páginas de *Marcha*, parecerían habitar un mundo de hegemonía alta cultura, ajeno al conflicto que propone el cuento. Entre la alta cultura y la cultura de masas, entre el arte y el negocio, las ediciones de «El cocodrilo» esconden las diferencias entre dos universos ya en disputa.

El protagonista de «El cocodrilo» repite la figura del músico pobre, condenado a la precariedad y que debe actuar como su propio promotor y *venderse* a sí mismo para ejercer su arte. En el inicio del cuento queda expresado de manera inolvidable:

Antes yo había cruzado por aquellas ciudades dando conciertos de piano; las horas de dicha habían sido escasas, pues vivía en la angustia de reunir gentes que quisieran aprobar la realización de un concierto; tenía que coordinarlos, influirlos mutuamente y tratar de encontrar algún hombre que fuera activo. Casi siempre eso era como luchar con borrachos lentos y distraídos: cuando lograba traer uno el otro se me iba. Además yo tenía que estudiar y escribirme artículos en los diarios. (OI: 330)

Ese protagonismo, común a la mayoría de lo que escribió Hernández, se reitera aquí dolorosamente invertido porque en la lógica del relato es la condición de artista la que ha permitido al personaje acceder a su pedestre empleo como corredor en una casa de medias para mujer: «Como concertista de piano había recorrido muchas ciudades: entonces podría aprovechar la influencia de los conciertos para colocar medias» (OI: 330).

22. “Quijano, que durante la semana me preguntaba, preocupado, cómo andábamos de avisos, los jueves, en la imprenta, me hacía levantar aquellos que le quitaban espacio a las notas, su primera prioridad, ‘¡Sacá el Manzanares!’ exclamaba muy suelto de cuerpo” (Alfaro: 150).

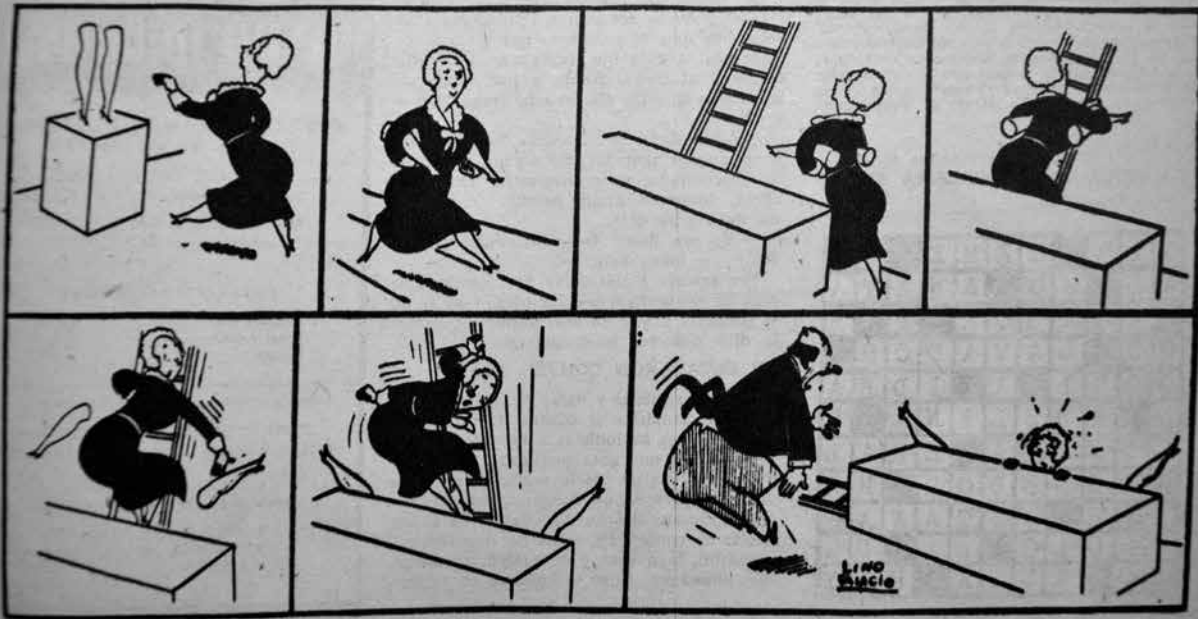
23. Norah Giraldi escribe en esta revista sobre esa edición histórica que tuvo una reproducción facsimilar editada por la Biblioteca Nacional en 2014, con motivo del centenario del nacimiento del escritor.

El arte al servicio del comercio, ¿no es una compacta definición de la publicidad? Ese sometimiento al mercadeo se duplica ya que el protagonista ha ganado el concurso de eslóganes —«leyendas de propaganda» los llama Felisberto—, para promocionar las medias con una frase ingeniosa, bella y conmovedora: «¿Quién no acaricia hoy una media Ilusión?». Lisa Block de Behar pudo ubicar esta leyenda victoriosa junto a frases como «acondicionadores para darse aire» en el capítulo «Frasas hechas sorprendentes», apartado «Recuperación de expresiones lexicalizadas» (capítulo VI, páginas 167 y siguientes) de su libro *El lenguaje de la publicidad*. En publicidad ha sido una técnica recurrente aprovechar la polisemia de las palabras. La frase hecha «acariciar la ilusión» se quiebra con esa quita de un 50 por ciento que reverbera dulce resignación; y la caricia es más sutilmente erótica porque está sugerentemente velada a través de una sinécdoque (la parte por el todo), la media por la pierna. La publicidad usufructúa la retórica de la poesía.

No es aleatorio que el Cocodrilo venda medias de mujer. Como los cigarrillos, las medias han sido y siguen siendo un fetiche erótico. En el momento en que se escribe el cuento, las «nylon» como se las llamó, pasaban por un momento clave de su historia. Inventadas en 1935 por el químico estadounidense Wallace Carothers, las medias de nailon habían democratizado las antiguas medias «de seda». Fueron presentadas en la Feria Mundial de Nueva York, y puestas a la venta en la misma ciudad en lo que se llamó «El Día N», el 15 de mayo de 1940, motivando un tumulto y agotando cuatro millones de pares en cuatro días. Pero la Segunda Guerra Mundial dio un duro golpe a las medias, el material se usó para las industrias bélicas como los paracaídas, y las medias escasearon y se encarecieron drásticamente. Las mujeres —es una escena que repite el cine— empezaron a pintarse con lápiz de ojos una línea que simulase la costura posterior de las medias de nailon. Entre la desmesura y la abstinencia, las *nylons*, o «medias de cristal», acumularon un capital simbólico destacado.²⁴

Un reflejo cercano del fenómeno, fue el caso de Roberto Arlt que se esforzó por lograr un invento que revolucionara la revolución: «las medias que no se corren» con las que soñaba convertirse en millonario. En su penúltimo año de vida, Arlt improvisó talleres en las pensiones donde vivía persiguiendo el sueño del inventor solitario. En enero de 1942 logró

24. Algunos de estos datos fueron tomados de información suministrada en Internet, como “Medias de nailon: la locura que cambió la historia de la moda” ABC.es Hemeroteca, 28 de octubre de 2013. <http://www.abc.es/archivo/20131028/abci-medias-nylon-historia-201310251223.html>. Visto el 28.08.2015. La publicidad de medias es abundante en las colecciones de revistas como *Mundo Uruguayo* y *Caras y Caretas*. Véanse a modo de ejemplo las que reproducimos aquí, pero también hubo avisos de *nylons* en la cejijunta *Marcha*. El humor gráfico de Lino Palacios, que fue también un publicitario, muestra el suceso simbólico y popular de la prenda.



patentar su invento y escribe entusiasmado a su hija Mirta: «esta media durará por lo menos un año. Su transparencia es notable. Ponéle un papel impreso atrás y podés leerlo». Es curioso que elija una prueba de lectura (¿una escena de lectura?) para juzgar la calidad de su producto; en la misma carta decía con parecida metáfora que describir «las pruebas y trabajos que he realizado hasta la fecha es *escribir una novela*». Elizabeth Shine, su última esposa, sin embargo, opinaba que aunque no se corriesen «ninguna mujer iba a querer ponerse esas medias, que parecían piel de pescado» (Saíta, 216). Arlt se había convertido en uno de sus personajes.



La obsesión de las "nylons" en el humor de Lino Palacios en revista *Mundo uruguayo*, 1949.

En ese contexto, las circunstancias que suceden en el cuento de Hernández —el concurso de eslóganes, la venta a través de corredores— resultan verosímiles estrategias de propaganda y de mercadeo de la época, que Felisberto aprovechó para hacer jugar algunas de sus más sostenidas obsesiones. Entró con conocimiento en esa zona enemiga y desafió sus audacias con audacias mayores cuando propuso el llanto como una nueva técnica de *marketing*. La idea nace de una operación análoga a la que antes le hizo ganar el concurso a su personaje: otra vez se trata del despliegue de una metáfora lexicalizada «llorar» (por rogar) para después llevarla a cabo literalmente. Sobre esa ejecución de la retórica se monta la anécdota de «El cocodrilo».

Eso no impide que a la invención concurra una experiencia personal del creador. José Pedro Díaz detectó —en la correspondencia del escritor con Amalia Nieto— que dos motivos centrales al cuento, «el llanto inmotivado» y «los ojos del arpista ciego», evocan episodios de la vida de Felisberto vividos en la época en que viajó por el interior del Uruguay y por las provincias argentinas. La prueba está en la correspondencia. En una carta enviada desde

Fray Bentos a fines de agosto de 1936, Felisberto le cuenta a su esposa lo que le ocurrió «al sentirse tratado como un pianista». Ante la amabilidad que le prodiga una familia que lo ha invitado a cenar, le escribe a Amalia que pensó en ella y entonces le vinieron unas ganas incontenibles de llorar, pero que logró disimular su llanto tapándose la cara: «me apreté la cara con todas mis fuerzas; creo que nadie percibió nada, pero no me canso de pensar qué hubieran hecho todos si rompo en sollozos!!!» (Díaz: 220). Lo mismo sucede con el recuerdo de un arpista ciego que encuentra en una confitería y que, según cuenta en otra carta, «tocaba el arpa como mirando para arriba con esa inexpressión y sentido de la muerte de la cara de muchos ciegos». Díaz acierta al mostrar cómo esas escenas que cuenta a su joven esposa en 1936, reaparecen once años después en «El cocodrilo». Y no se equivoca al ver en la imagen del ciego lo que hace «desvanecer el efecto cómico y otorga al relato su fuerza dramática» (222). Acaso haya que matizar su consideración del *fundamento autobiográfico* y su reconocimiento de un tono *confesional*. Existió la experiencia, pero en las cartas a Amalia, ya hay un ejercicio literario que elabora esa experiencia. Felisberto procesa en ellas (no solo en lo que informa, sino en la praxis de la escritura) la metamorfosis que hará del pianista un escritor. Al leer esta correspondencia más recientemente, Carina Blixen analiza ese proceso y reconoce que las cartas «lo muestran haciendo literatura» (164). Las cartas a Amalia fueron el ensayo que desemboca en *Colling* y los otros libros de la memoria. Y esta específica relación de «El cocodrilo» con las cartas, prueba la afinidad que hay entre este relato y aquellos textos memorialistas. Muestra el origen de su secreta melancolía y el de la construcción de la poética que hizo posible su expresión.

Una historia animal

Casi como si se tratase de un modelo para el análisis literario, (común en verdad a todos los grandes textos), a la concurrencia de insumos biográficos, sociales y genéticos se suman las filiaciones literarias. Al considerar la posibilidad de una presencia de Kafka en Felisberto, Daniel Balderston anotó que «El cocodrilo» sería «uno de los textos clave para este argumento». Juzga que este relato puede verse «como una versión menos trágica de «El artista del hambre», pero reclama indicios que puedan demostrar su intertextualidad (Balderston, 1998). Mi lectura relaciona con más afinidad «El cocodrilo» a *La metamorfosis*, y creo existen indicios persuasivos.

Hay testimonios dispersos que hablan del conocimiento que Felisberto tuvo de Kafka²⁵. Paulina Medeiros afirmó que fue uno de los autores que

25. Walter Rela, por ejemplo, menciona que había un libro de Kafka en su biblioteca (Rela: 144).

leyeron juntos,²⁶ y Felisberto lo confirma en una carta que le escribe en 1944:

Para esta noche y siguientes tengo un programa colosal. Se llama América. Hace mucho que la deseaba. Ayer de tarde un amigo: el pintor Matto Vilaró la compró diciéndome que después de leerla, le dijera la impresión. Él sólo había leído: *La metamorfosis*. Parece que América es la primera novela de Kafka.²⁷ (Medeiros: 76)

En 1937 la publicación de *La metamorfosis* en traducción de Borges por Losada²⁸ inauguró una recepción de Kafka que fue precoz y se extendió al ámbito hispanoamericano según revela una perspicaz investigación de Julieta Yelín (2010). Paulina Medeiros vuelve a nombrar a Kafka en relación a Felisberto en otras dos ocasiones. En 1949 reseña *El caballo perdido* donde dice encontrar «el horror indecible de *La metamorfosis* de Kafka y la tragedia angustiosa del desdichado Bartleby, siempre humillado y siempre presente»²⁹. En 1974, en el prólogo a su correspondencia, dice que «en Felisberto como en Kafka, existía una angustia reflejada involuntariamente en la obra y que viene a liberarle del artificioso concepto de “arte puro”». (Medeiros, 1974: XIX). Desde ya, creo oportuno señalar que la idea de una «angustia involuntaria» sugiere una asociación con el «llanto involuntario» de «El cocodrilo». A su regreso de París y ya casado con María Luisa, Felisberto convocó a Paulina al café El Retiro para leerle el nuevo cuento, deudor de las lecturas compartidas en ese mismo café del Parque.

Paulina Medeiros fue la única de las mujeres de Felisberto que era también escritora y es posible que se haya subestimado el interés del diálogo literario que sostuvieron y puede espigarse de su correspondencia. A su lado Felisberto leyó además de los grandes nombres que le vienen a la

26. «Leíamos a Bergson, a Freud, a Kafka en casa», responde Paulina al ser interrogada, y aclarando que siempre era lenta y fragmentaria la lectura con Hernández (Rocca: 86).

27. La carta lleva fecha 4 de julio de 1944, en carta siguiente del 12 de julio, anuncia que ya leyó *América* y que “es terriblemente angustiosa; y por ahora no te puedo decir nada porque a lo mejor desangro por ahí la pluma fuente” (Medeiros: 77). Creo que esta comunicación hace evidente que ya venía leyendo a Kafka, cuya obra fue dada a conocer por escritores vinculados a *Sur* como Borges y Martínez Estrada.

28. Se ha discutido si Borges efectivamente tradujo *La metamorfosis* o solo algunos cuentos que acompañaron la edición. A los efectos de este artículo importa la edición presentada bajo su nombre y prologada por él en 1937.

29. El comentario de *El caballo perdido* fue publicado en el diario *El País* en 1944; aunque Paulina lo incluyó como apéndice a *Felisberto Hernández y yo*, no lo reprodujo completo y recortó esta frase. Cito por Paolini, 2003: nota 9).

memoria cuando es interrogada, a un teórico de la narración como Wladimir Weidle. Leían literalmente juntos y en voz alta y discutían amorosa o enconadamente. La distancia entre sus estéticas fue evidente también para ellos. Hay varias alusiones a la defensa felisbertiana de una prosa sencilla y aún agramatical que comparten burlona y amistosamente.³⁰ Luego empiezan a aparecer, también en lo literario, desacuerdos insalvables. A un año de conocerse, Felisberto le dice que deben tratar «de no hablar en los dominios en que somos absolutamente irreconciliables: *problemas sociales; ciertas formas del realismo en el arte*» (Medeiros: 73, destacados de FH).

En carta que le envía desde París, el 12 de abril de 1947, cuando ya hay signos del deterioro en su relación, Felisberto vuelve a nombrar sus desacuerdos literarios:

Si yo no te puedo valorar ni tener los mismos conceptos del arte que tú ni «puedo» entrar en la obra de otro, ¿es posible conseguirlo a la fuerza? Ya que nuestro desentendimiento en arte es grande o más bien, estamos «en otra cosa», ¿para qué hablar de eso? (Medeiros: 118).



Creo que sería un error relegar estas diferencias a una rivalidad anecdótica o personal; en ese «estar en otra cosa» se revela un debate de época donde se estaban midiendo distintas poéticas narrativas que acabarían por dirimir el futuro de la literatura rioplatense. Ambos estaban integrados de algún modo al sistema literario argentino, Paulina en contacto desde su exilio en los 30, asentada por períodos en Buenos Aires, publicaba allí sus libros y era amiga de Mastronardi, de León Benarós —también de Gombrowicz aunque no lo nombre en la correspondencia— y frecuentaba a poetas de Boedo como César Tiempo y Nicolás Olivari, Felisberto reclutado por Caillois para *Sur*, ganaba cierto prestigio en Buenos Aires ayudado por los contactos de ella.

En el contexto de la segunda guerra se hace intensa la disputa entre el humanismo y el formalismo. Un estudio inteligente y abarcador de ese debate en la revista *Sur*, de Judith Podlubne, y el ya citado de Julieta Yelin que revela esa misma pugna en la recepción hispanoamericana de Kafka, ayudan a reconocer en la correspondencia entre Paulina y Felisberto las huellas de ese debate crucial en torno al realismo y el lugar del escritor

30. Algunos ejemplos: una carta muy cómica de Felisberto escrita “después de una discusión sobre el uso y abuso del “que”, donde usa y abusa de la preposición y se despide: “Seguro *que* te amo” (Medeiros: 19); en otra aconseja: “¿Cómo va la novela?... Ten cuidado con la excesiva opulencia. Eres una brasilera que se llena las manos de anillos” (57). Paulina se defiende en una anterior diciendo: “No creo puedas seguir digiriendo la novela [de ella], pero si lo haces, verás cómo descuido y me desintereso de cierta gramática; no soy tan maestra como supones (43). Ver también en esta revista «Felisberto Hernández: Ubicación y análisis de su obra» en que Paulina escribe sobre la prosa y las acusaciones de “incorrección” que recibió Felisberto.

en la historia. De un lado Eduardo Mallea y su defensa de la gran novela moral y, secundado por Victoria Ocampo, del escritor como profeta, del otro Borges y sus secuaces y su apuesta formal de la literatura.³¹ Asimismo en Kafka, la lectura alegórica del texto y del autor como mártir se enfrentó a la lectura específicamente literaria que, en la Argentina, repitió los mismos contendientes.³² Frente a la amenaza del nazismo, el reclamo de compromiso se extendió a la literatura. Paulina resintió en Felisberto una actitud de prescindencia política y escribió que ni «el desabastecimiento y las huelgas en Francia le enseñaron a meditar las causas» (1974, XX). No obstante admiró sin fisuras su genio literario y pudo interpretarlo sin que se interpusiesen las diferencias con su propia escritura, pero en sus juicios, tanto en sus reparos como en el elogio, no pocas veces se filtra la alusión a divergencias entonces en disputa. Según escribe en la introducción a la correspondencia, Felisberto profesó una «teoría arte purista –*que le discutimos hasta el paroxismo*». Aunque no aclara quiénes discutían, esta última frase explicita la polémica. Paulina cree que la obra de Felisberto desmiente su artepurismo, que «la angustia de su largo vía crucis como incomprendido, derrotó su teoría» y «que él no se percató jamás ni siquiera cuando realiza autobiografía, de su oposición entre doctrina y obra» (XIX). Un juicio discutible que denota, sin embargo, sus distintas posiciones y su conocimiento alerta de los asuntos en debate.

Hasta «El cocodrilo» los protagonistas de Felisberto fueron artistas itinerantes, pianistas en gira, cercanos en su pobreza; ahora suma a esas desgracias la alienante profesión de Samsa. Cuando Felisberto leyó *La metamorfosis* junto a Paulina tuvo que reconocer en su protagonista un hermano de sus pobres pianistas. No pudo dejar de registrar su sensibilidad y amor por la música. También para Gregorio Samsa, la música fue refugio y redención, y por eso era capaz de sacrificarse trabajando para pagar el conservatorio de su hermana y, luego, cuando ya está próximo su fin, de arriesgarlo todo y exponerse ante los huéspedes para escucharla tocar el violín. El descubrimiento de un *ur-cocodrilo* en las cartas a Amalia respalda esa afinidad entre el personaje y los pianistas de la memoria; por mediación

31. De este lado del Plata, las piedras lanzadas contra el sistema literario por Onetti en sus columnas de *Marcha*, no son ajenas a esa discusión. Por ejemplo su reclamo de un escritor “no hombre de letras”, su rechazo al arte comprometido y al costumbrismo; pero sería preciso un estudio más minucioso para desbrozar las particularidades. También las formas de relacionamiento y de exclusión respecto al centro que significó tradicionalmente Buenos Aires y *Sur* particularmente, para la generación de *Marcha*.

32. Después de revisar escritos de Mallea, Martínez Estrada, Gómez de la Serna, Zambrano, resume Yelín: “En apenas dos décadas Kafka es convertido en un personaje mítico, ajeno al mundo, sin pasado y sin futuro, en una conciencia desasida, un mártir de la lucidez, un profeta, un vidente, un rabadomante”. En oposición a ese discurso, la refutación de Borges “Kafka y sus precursores” (1951). (2010: 6).



Hogue dibujó a Felisberto como cocodrilo para conmemorar el medio siglo de su muerte, en 2014.

de *La metamorfosis*, aparece el viajante de comercio, *aggiornado* a través de la publicidad a tiempos de alienación menos despótica, más blanda y consentida.

El Cocodrilo ya ha sufrido una metamorfosis no menos horrible al pasar de pianista a vendedor y esa inestable identidad lo atormenta en todo el relato. El tono pendula en las dos historias entre la risa y la tragedia, y es posible parafrasear a Balderston y afirmar que «El cocodrilo» es una versión menos trágica de *La metamorfosis*. Sobre el final, la peripecia de «El cocodrilo» emula la felicidad. El protagonista parece haber reconciliado sus adversas profesiones. Da «su primer concierto» y llora por primera vez en escena. Sigue temiendo que el vendedor de medias se entrometa en su arte, teme ser denunciado como un impostor, hablar como «un comerciante que después se hubiera hecho pianista» pero acepta con buen humor el «Cocodrilooooo!» que le gritan desde el paraíso. Y con agrado la caricatura que le obsequian:

Era un gran cocodrilo muy parecido a mí; tenía una pequeña mano en la boca, donde los dientes eran un teclado; y de la otra mano le colgaba una media; con ella se enjugaba las lágrimas. (339)

A diferencia de una caricatura que Hogue hizo de Felisberto, donde la cabeza es la del escritor y el cuerpo de cocodrilo, la caricatura del cuento funde

secretamente la identidad humana con la animal y reúne sus dos profesiones, una en cada mano. La primera frase no solo resume esa ambigua indeterminación, sino que reitera la sintaxis de otro título: «La mujer parecida a mí» un cuento de *Nadie encendía las lámparas* en el que la identidad del narrador —hombre o caballo— es agudamente incierta. Creo que en estos cruces de animales, la idea de una influencia de Kafka se fortalece.

En el marco de lo que se ha dado en llamar «estudios animales» o «giro animal» y su revisión del concepto de animalidad y de las categorías y modos de pensar lo humano, Julieta Yelín ha estudiado a Kafka como fundador de «una tradición literaria que pone en crisis los fundamentos de la teoría antropocéntrica» (Yelín, 2011: 85). En textos como *La metamorfosis*, «Investigaciones de un perro», «Informe para una academia»³³ o «La madriguera» ve que «el discurso mismo ha sido tomado por una voz descentrada, ni humana ni animal, que se autoexamina e intenta narrar una experiencia de transformación» y que «las criaturas que protagonizan los relatos no son nada ni nadie en particular; encarnan, más bien, la voz de lo viviente entendido como indeterminación, virtualidad, diferencia pura que se resiste a ser aprehendida como un «yo» (86). Si estas condiciones pueden confirmarse plenamente en «La mujer parecida a mí», el relato que asume una subjetividad indeterminada de modo más complejo y logrado, también hay otros cuentos como «Mur» y «Úrsula», contruidos en base a un borramiento de los límites entre lo animal y lo humano. Úrsula era gorda como una vaca y su cuerpo generoso tienta al narrador, pero lo primero que nombra es su silencio vacuno, clave de su misterio. Mur, como el Cocodrilo, cambió de oficio, aunque en un sentido inverso socialmente y por propia voluntad prefirió descender de auxiliar a portero; también como el Cocodrilo lleva el apodo abreviado de Murciélago, pero la razón del nombre es una incógnita que sostiene el relato. Hay alusiones parciales en otros cuentos: la araña viuda de «El balcón», la maestra gallina de «Mi primera maestra», Arañita, otro apodo inexplicado, en «El comedor oscuro», que sugieren esa inestabilidad, ambigüedad e indeterminación subjetiva en términos de especie. Todos, si consideramos sus fechas de composición, escritos al amparo de sus lecturas de Kafka.



La escritura al fin

Hay una escena en «El cocodrilo» en que la muchacha, como quien solicita un autógrafo, le pide al protagonista que le firme una media. Como

33. Este título se publicó en la colección Cuadernos de la Quimera dirigida por Eduardo Mallea, en versión de María Rosa Oliver en 1945, lo que hace muy probable que Felisberto lo haya leído.

le ocurría a Arlt en la carta a su hija, este episodio trae la escritura a la superficie del cuento. La solicitud de la firma revela la identidad del yo que narra. Hay un escritor inminente oculto en el pianista-vendedor que, en la fundación epistolar del cuento, se dispone a desplazar al pianista hacia las tierras de la ficción y tomar el arte a su cargo.

«El cocodrilo», de acuerdo a aquel origen, puede ser la ficción que explique el pasaje de la música a la literatura en Felisberto. Quizás por eso el Cocodrilo se reconoce Loro. Al mirarse al espejo en su frac es testigo de otra metamorfosis. Y el Loro *dice* con felicidad que es premiada con el éxito social: cuando la muchacha le sonríe y levantando la pollera muestra que ha pegado un pequeño retrato del pianista tomado de un programa, él pronuncia «una idiotez que todo el mundo repitió: ‘La pier-na del corazón’». La frase hace eco a la del concurso que produjo tanto equívoco en su vida y mitiga su melancolía. La celebración incentiva el ingenio verbal. Entonces se hace evidente que en todo el relato, entre el pianista y el vendedor, otra vocación se desplegaba, la que tiene que ver con las palabras.

A la hora del brindis, las marcas de whisky, como en Salinas, regresan substituyendo a la bebida para que no olvidemos que este artículo versaba sobre publicidad y literatura. Como Borges, el protagonista de Hernández, alega desconocer de marcas, pero resuelve su ignorancia con un destello de creatividad.

Y el mozo me preguntó:

-¿Whisky Caballo Blanco?

Y yo, con el ademán de un mosquetero sacando una espada:

—Caballo Blanco o Loro Negro. (*OI*: 339)

Si ha habido un duelo, Felisberto pone, triunfal, fin al desafío.³⁴



34. Nota al pie: Acaso sea excesivo postular que Felisberto intuyó que, en el futuro, la publicidad iba a convertirse en la única forma de arte y de poesía a la que accediesen las grandes mayorías, pero, sensible a los discursos en circulación, registró en sus cuentos, bajo la forma del ridículo, el inicio de una retirada de la poesía que hoy parece irreversible. En ese sentido trabajan las menciones irrisorias de un poema al camisón en “El balcón” y el soneto al sillón en “Muebles El Canario”. Con la misma rima, las que ensaya en “El cocodrilo” tienen, en cambio, un resistente o usurpado encanto.

- ALFARO, Hugo: *Por la vereda del sol*, Montevideo, Brecha: 1994.
- BALDERSTON, Daniel: Felisberto, ¿lector de Kafka?, en Río de la Plata: Culturas N.º 19, 1998, pp. 221-226. Disponible en internet: <http://d-scholarship.pitt.edu/5732/1/1999>.
- BLIXEN, Carina: “Tras las cartas de Felisberto Hernández a Amalia Nieto” en *Lo que los archivos cuentan* N.º 1, Montevideo, 2012, 157-176.
- BLOCK De BEHAR, Lisa: *El lenguaje de la publicidad*, México y Buenos Aires: Siglo XXI Editores 1973.
- BORGES, Jorge Luis: *Obras completas 1923-1972*, Buenos Aires: Emecé, 1974.
- BORRÉ, Omar: *Roberto Arlt, su vida y su obra*, Buenos Aires: Planeta, 2000.
- DÍAZ, José Pedro: *Felisberto Hernández: su vida y su obra*. Montevideo: Planeta, 1999.
- DOMÍNGUEZ, Carlos María: *Construcción de la noche. La vida de Juan Carlos Onetti*, Montevideo, Buenos Aires, Lumen, 2013.
- DUARTE, Jacinto y Norma: *Dos siglos de publicidad en la Historia del Uruguay*, Montevideo 1952.
- GIRALDI DEI CAS, Norah: *Felisberto Hernández: del creador al hombre*, Montevideo: Banda Oriental, 1975.
- HERNÁNDEZ, Felisberto: “Autobiografía”, *Revista de la Biblioteca Nacional*, Montevideo, N.º 25, diciembre de 1987. Edición, introducción y notas de Pablo Rocca.
- , *Obra incompleta*. Prólogo y selección de Óscar Brando, Montevideo: Ediciones El caballo perdido y Cruz del Sur, 2015.
- JANO ROS, Alexis: *Uruguay - Historias de publicidad*, Montevideo: Fundación Banco de Boston, 1991.
- JIMÉNEZ, Juan Ramón: *Libros de poesía de J.R.J.*, Recopilación y prólogo de Agustín Caballero, Madrid: Aguilar, 1959.
- ONETTI, Juan Carlos: *Obras completas Tomo III: Cuentos, artículos y miscelánea*, Edición de Hortensia Campanella y Prólogo de Pablo Rocca, Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2009.
- PAOLINI, Claudio: Felisberto Hernández: Escritor maldito o poeta de la materia. *Espéculo. Revista de estudios literarios*. Universidad Complutense de Madrid: 2003. <http://www.ucm.es/info/especulo/numero23/paolini.html>
- PODLUBNE, Judith: *Escritores de Sur. Los inicios literarios de José Bianco y Silvina Ocampo*. Rosario: Beatriz Viterbo, 2012.
- RAVILOLO, Heber y ROCCA, Pablo: *Historia de la literatura uruguaya contemporánea, Tomo I: La narrativa del medio siglo*, Dirección Heber Raviolo y Pablo Rocca, Montevideo: Banda Oriental, 1996.
- RELA, Walter: *5 cuentos magistrales*, Montevideo: Editorial Ciencias, 1979.
- ROCCA, Pablo: “Felisberto Hernández en dos mujeres”, en *Fragments*, N.º 19, Florianópolis, julio-diciembre 2000.
- RODRÍGUEZ MONEGAL, Emir: «Nadie encendía las lámparas por F. Hernández» en *Clinamen*, Montevideo, Año II, N.º 5, 1948, pp. 51-52.
- SAID, Edward W. *El mundo, el texto y el crítico* (Trad. Ricardo García Pérez), Barcelona: Debate, 2004.

- SALINAS, Pedro: *Todo más claro y otros poemas*, Buenos Aires: Sudamericana, 1949.
- TORRES NEBRERO, Gregorio: "Presencia de Juan Ramón en la Poesía de Pedro Salinas". www.cervantesvirtual.com/...pedro-salinas.../01f55cb4-82b2-11df-acc7/, 20/09/2015.
- VERANI, Hugo: *De la vanguardia a la posmodernidad: Narrativa uruguaya 1920-1995*, Montevideo: Trilce, 1996.
- , *Las vanguardias literarias en Hispanoamérica: Manifestos, proclamas y otros escritos*, México: Fundación de Cultura Económica, Col. Tierra Firme, 1990.
- YELÍN, Julieta: «Un retrato de posguerra: La segunda etapa de la recepción crítica de Kafka en Hispanoamérica (1945-1965)», Memoria Académica del IX Congreso Argentino de Hispanistas, La Plata, 2010. http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1187/ev.1187.pdf
- , «Kafka y el ocaso de la metáfora animal. Notas sobre la voz narradora en 'Investigaciones de un perro'», en *Anclajes XV* N.º1, julio 2011, pp. 81-93.
- , Para una teoría literaria posthumanista. La crítica en la trama de debates sobre la cuestión animal. Volume 10 | Issue 1 | Winter 2013.

