

películas como *Tango Bar* o comedias de teléfono blanco en las que el cine argentino invertirá sus mejores afanes durante muchos años. Aspiran al «buen tono» que es, al mismo tiempo, una legítima aspiración de su público.

La ausencia de ironía (una ausencia muy evidente que da su marca a estos textos) y la limitada enciclopedia cultural puesta en juego, ponen los límites, límites también sociales, a ese buen tono que jamás alcanza ni la frivolidad ni el ingenio. El juego de palabras, la respuesta sagaz, el doble sentido brillan por su ausencia: no reposa sobre ellos la producción del valor. Como registro narrativo, la comicidad es excepcional. Antes he tratado de exponer algunas de las razones que explican este perfil, pero es curioso comprobar que estas razones no afectaban siempre a otra de las formas de textualidad popular: las letras de tango.

Si en ellas se admite el lenguaje desregionalizado de *Le Pera*¹⁶, también exhiben una productividad formal y semántica que hace suponer el trabajo con zonas menos previsibles que las visitadas por las narraciones semanales. Por su proximidad narrativa con muchas de las novelistas semanales. Por su proximidad narrativa con muchas de las novelistas estudiadas, me permito transcribir *Sólo se quiere una vez*¹⁷:

I

La lluvia de aquella tarde
nos acercó unos momentos...
pasabas... me saludaste,
y no te reconocí...
En el hall de un gran Cinema
te cobijaste del agua,
y entonces vi con sorpresa
tu envejecido perfil

II

Al verte los zapatos tan aburridos
y aquel precioso traje que fue marrón,
las flores del sombrero envejecidas
y el zorro avergonzado de su color...
no quise creer que fueras la misma de antes
la rubia de la tienda «La Parisienne»
mi novia más querida cuando estudiante,
que incrédula decía los versos de Rubén.

Recitado:

«...Juventud, divino tesoro
te fuiste para no volver,
cuando quiero llorar no lloro,
y a veces lloro sin querer...»

I (bis)

¹⁶ ALFREDO LE PERA, como afirma HORACIO FERRER, escribía en condiciones impuestas «por empresas que le pagaban por argumentos, por diálogos y por canciones de definido objetivo internacionalista» (*El libro del tango*, Buenos Aires, Antonio Tersol Editor, 1980, tomo III, pág. 604).

¹⁷ *Sólo se quiere una vez* tiene letra de CLAUDIO FROLLO (seudónimo de ATWELL OCANTOS, autor de *La cautiva*, que, en 1923, fue un éxito grabado por Gardel) y música de Carlos V. G. Flores. Este tango fue grabado, primero por Gardel y luego por Floreal Ruiz, con la orquesta de Aníbal Troilo.

Resuelto corrí a tu lado
dándome cuenta de todo,
quería besar tus manos...
reconquistar tu querer...
Comprendiste mi tortura
y te alejaste sonriendo...
fue tu lección tan profunda...
...sólo se quiere una vez.

¿Qué diferencia a este tango de *La vendedora de Harrods*, una de las narraciones más exitosas, su modelo, podría decirse, clásico? La historia que cuenta el tango tiene un final que no ratifica ilusiones: la chica ha envejecido sin estridencias y su amor no tuvo un desenlace feliz. El autor trabaja sobre los medios tonos: la mirada que se arroja sobre la muchacha es a la vez realista y nostálgica, el amor se ha convertido en recuerdo y, en tanto tal, comparte el sabor de la melancolía: ni felicidad eterna, ni tragedia. En todo el corpus leído de narraciones periódicas, difícilmente se encontrarán figuras como las de este tango: la decadencia de la mujer mencionada en el pasado color del vestido, el desplazamiento de su vergüenza por la decadencia presente al zorro y a las flores del sombrero, la monotonía de una vida sin pasiones condensada en la imagen de los «zapatos tan aburridos». Con eficacia, el tango hace escritura no a partir del clisé sino de la producción de figuras, trabajo sobre lo impensado, uniendo un sentimiento conocido con una imagen nueva. Otra diferencia notable reside en el uso del intertexto: el modernismo citado explícitamente, al pie de la letra de su poeta máximo, propuesto por lo tanto como clave literaria de la historia banal, confiando en su poder evocador de literatura. En este sentido, la escritura del tango dialoga con la de Darío, pone dos superficies textuales en contacto, ilumina una con la otra, se reconoce y se diferencia.

La productividad estética de *Sólo se quiere una vez*, cuyo carácter popular es innecesario probar, reside en su capacidad de invención, en una operación sutil entre lo conocido (una historia sentimental) y lo desconocido (el sistema de figuración, y la «filosofía» del poema). Las narraciones populares sienten como suyo otro camino.

Un arte feliz. A manera de conclusión

Un arte medio, un arte a la medida de su público¹⁸, pero también un arte que produce el efecto de «valor»¹⁹. Puede no poner de manifiesto una conciencia estilística «alta», pero demuestra en cambio una decidida voluntad ornamental. ¿Dónde están sus secretos? En el rechazo a la desnudez, a la «simplicidad», al «despojamiento» de la escritura, al ascetismo. Para contar sus simples y repetidas historias, estas narraciones no

¹⁸ La idea de un arte medio está presente en la definición de MOLES del Kitsch, *op. cit.*, págs. 74-5: «Oponiéndose a la vanguardia y permaneciendo, esencialmente, arte de masas, vale decir, aceptable para la masa y propuesto a ella como sistema» y «Toda ruptura con el término medio, en el sentido de cualquier absolutismo, destruye el fenómeno Kitsch para sustituirlo por un fenómeno de belleza o fealdad».

¹⁹ La idea de que el valor estético no reside de manera absoluta en el texto, sino en su funcionamiento social, la trabajo a partir de las consideraciones de PIERRE BOURDIEU: *La production de la croyance: contribution a une économie des biens symboliques*, *Actes de la Recherche*, núm. 13, febrero de 1977.

eligen un estilo simple. Eligen un estilo de clisé que garantiza la existencia de un plus. En ese plus está su estética, basada tanto en una pronunciada tipificación de personajes y situaciones como en una serie de moldes estilísticos.

Se trata, quién lo duda, de una estética sin problematicidad, antirrupturista, que combina elementos *seguros*, de ese fondo común de inversión que, sin sobresaltos crea la ilusión del valor. La seguridad es una de sus cualidades más importantes: se sabe, de antemano, qué se va a encontrar; se sabe, desde un principio, qué y cómo se va a escribir. Si una estética antirrupturista, una estética de lo conocido, no produce, para nosotros, lectores de fines del siglo XX, valor, eso no quiere decir que no haya producido valor en el horizonte de las lecturas realizadas en las primeras décadas de este siglo.

Tanto escritores como público sabían que ésta no era «gran» literatura; pero parece difícil pensar que la juzgaran despreciable. Posiblemente creyeran que existía para ellos un espacio al costado de la literatura «alta», que debía ser ocupado. Respondiendo al nivel cualitativo de la demanda social, escribían historias sentimentales, con algún toque costumbrista, y las cubrían con los ornamentos del tardorromanticismo y lo más trivial del modernismo o el decadentismo. Extraían recursos del gran fondo común de la literatura aceptable, esparciendo marcas estéticas que calificaban, al mismo tiempo, al texto y a la actividad de escribirlo o leerlo. Estas marcas avisaban al público: soy literatura, lo que usted haga conmigo es una actividad digna y, quizá, instructiva.

No habría que descartar esto último rápidamente. En efecto, estas narraciones mediocres no sólo inducían al hábito de lectura y proporcionaban un módico nivel de placer, sino que integraban un corpus literario con el cual podían practicarse destrezas y adquirir hábitos culturales. Pedagógicas²⁰ desde este punto de vista, las narraciones semanales no sólo enseñan su mal gusto. En un momento de conformación del público medio y popular, ellas son instrumentos culturales en sentido amplio.

¿Por qué pueden serlo? Porque, de algún modo, están cerca del mundo de su público, sin confundirse con él: practican un ideal estético reconocible pero no inalcanzable; nombran a la literatura alta, la evocan citando y utilizando sus clisés más comunes, pero no ofrecen las dificultades de esa literatura. Embellecen las trivialidades de los afectos cotidianos, descubren mundos de pasiones excepcionales, presentan un erotismo legítimo y, casi podría decirse, honesto. Moralmente, confirman el horizonte de lectura, una forma de la moral social. Al mismo tiempo, introducen en ese horizonte, el temblor de la pasión: algo que no sucede todos los días ni a todo el mundo y que, por su dimensión e intensidad puede ser dramática. Horadan la cotidianidad, para instalar allí la aventura, aunque se trate de una moderada aventura sentimental que apunta al moderado desenlace de la institución matrimonial.

Literatura de consumo es la fórmula que aparece en primer lugar. Y efectivamente lo son. En la facilidad estilística y la reiteración tópica, sin embargo, miles de lectores experimentaron un placer que, si no los enfrentaba con la dificultad ardua de la be-

²⁰ MOLES, *op. cit.*, pág. 77: «Una de las funciones fundamentales del Kitsch es su función pedagógica o educadora. Para llegar al 'buen gusto' el camino más simple es pasar por el 'mal gusto', mediante un proceso de depuraciones sucesivas, o sea, por el ascenso de una pirámide de calidad, paralela a la pirámide meritocrática».

lleza, para decirlo con palabras de Baudelaire, los entrenaba en la lectura de discursos. Si no los sumergía en un universo problemático y denso de contradicciones, les proporcionaba sus primeras, quizás, experiencias literarias de adolescencia o juventud. Sin duda, es un mundo irreal el de estas narraciones, pero la literatura misma es el espacio de los mundos irreales y la aceptación de esta irrealidad «sencilla» abría el acceso a otras «irrealidades». La aceptación de lo ficticio, el placer en la estetización del relato son condiciones para que otros posibles narrativos y estéticos sean aceptados. Sin duda, estas ficciones repetidas y deficientes pueden bloquear el mismo camino que han abierto. Puede suceder que un consumismo facilista se constituya en obstáculo de otras ideologías literarias y que un modelo tan aceptable de literatura se imponga como regla de gusto y configure de manera excluyente el horizonte de sus lectores. De hecho, podría decirse que sucedió lo contrario: el público nuevo no quedó indefinidamente fijado en el Imperio de los Sentimientos, sino que logró compartir este imperio con otros. Algunos de estos miles de lectores pudieron haber pasado del sentimentalismo al humanismo de Boedo, al demonismo de Arlt, al sencillismo «culto» de Fernández Moreno.

Construir un público, la historia de la literatura lo enseña, es una de las operaciones más complicadas de la cultura moderna. En esta perspectiva, las novelistas sentimentales pueden haber sido, más que un obstáculo, un agradable desvío o una sencilla estación para las iniciaciones.

BEATRIZ SARLO