Giuseppe GATTI RICCARDI
(Università degli Studi Guglielmo Marconi – Roma)

Itinerario urbano por las trampas de la comunicación modernolatra. Desplazamiento físico y viaje sociofantástico en la cuentística de Felisberto Hernández

Abstract: (Urban Itinerary for the Traps of Modern Communication. Physical Displacement and Sociofantastic Journey in Short Story's Production of Felisberto Hernández) The object of our study consists of the analysis of a section of the short story production of Felisberto Hernández (1902-1964), and in particular of his compilation *Nadie encendía las lámparas* (Montevideo, 1947). Through the study of the story "Muebles *El Canario"*, we will try to show that the story is not only a tale that judges the consumerist pressures and the modalities of expression of the publicity of that time, but also proposes a double interpretive reading linked with the act of displacement. We will propose a reading of the text in which we can demonstrate the existence of two interconnected interpretative planes, both related to the theme of the trip: the first refers to a specific displacement, which the protagonist accomplishes by tram, in a tangible metropolitan space (a physical movement within a recognizable space). The second level is the one that reveals the treatment of the "literary fact" from an eccentric perspective, which unites the fantastic genre and the socio-scientific one: "Muebles *El Canario"* proposes an abstract journey, a temporary transit through a dimension marked by an aggressive, premodern marketing: we will analyze the principle of hypodermic communication, that is at the base of the diffusion of the advertising information in the story, according to the postulates of the recent theories about the spectacularized consumer society.

Keywords: Felisberto Hernández, *Nadie encendía las lámparas*, fantastic socio-scientific literature, Uruguayan narrative XXth century, urban displacement.

Resumen: El objeto de nuestro estudio consiste en el análisis de un apartado de la producción cuentística de Felisberto Hernández (1902-1964), y en particular de su recopilación de relatos *Nadie encendía las lámparas* (Montevideo,1947). A través del estudio del cuento "Muebles *El Canario*", se intentará demostrar que el relato no es solo una narración que enjuicia las presiones consumistas y las modalidades de expresión de la publicidad de la época, sino que también plantea una doble lectura interpretativa vinculada con el acto del desplazamiento. Se propone una lectura del texto en que se muestra la existencia de dos planos interpretativos interconectados, ambos relacionados con el tema del viaje: el primero remite a un *desplazamiento concreto*, que el protagonista cumple en tranvía, por un espacio metropolitano tangible (un movimiento físico dentro de un espacio reconocible). El segundo nivel es el que revela el tratamiento del "hecho literario" desde una perspectiva excéntrica, que une lo fantástico y lo sociocientífico: "Muebles *El Canario*" plantea un *viaje abstracto*, es decir, un tránsito temporáneo que los personajes de la ficción cumplen por una dimensión marcada por un *marketing* premoderno agresivo: el principio de la comunicación hipodérmica que, en el relato, está a la base de la difusión de la información publicitaria se analizará según los postulados de las recientes teorías sobre la sociedad consumista espectacularizada.

Palabras clave: Felisberto Hernández, *Nadie encendía las lámparas,* literatura fantástica sociocientífica, narrativa uruguaya siglo XX, desplazamiento urbano.

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

A modo de pórtico para el doble viaje que se describe a continuación

El objeto de nuestro análisis consiste en el estudio de una sección de la extensa producción cuentística de Felisberto Hernández (Montevideo, 1902-1964), haciendo hincapié en sus textos de ficción de los años 40 del siglo XX y, en particular, en su recopilación de relatos *Nadie encendía las lámparas,* que vio la luz en Montevideo en 1947[1]. El objeto privilegiado del presente estudio es el cuento "Muebles *El Canario*", un relato que consolida en sí un rasgo idiosincrásico de la narrativa de Felisberto Hernández: la unificación en un único "yo" del narrador y del protagonista. En esta coincidencia de planos entre el autor y su criatura se vislumbra una doble visión crítica: por una parte, el escritor y pianista uruguayo enjuicia el funcionamiento de los medios de comunicación que –en la época de redacción del texto– están produciendo una revolución mediática en el ámbito de la cultura occidental y en la sociedad uruguaya; por otra parte, la denuncia hernandiana se apoya en una modalidad contemplativa de observación minuciosa de la realidad y dirige su sensibilidad a la interrelación que existe entre los modelos comunicativos invasivos de esa etapa histórica y la innovación tecnológica y científica. El narrador-protagonista se muestra como un sujeto desorientado, centrado en contar su propia percepción de los acontecimientos desde la perspectiva de un mirada ensoñada: la mirada de un ser que Enriqueta Morillas, en su prólogo a una reciente edición de *Nadie encendía las lámparas*, define como "propenso a la observación minuciosa del perfil estético de su entorno, [y que] esgrime su sensibilidad y desarrolla su imaginación frente a los aspectos prácticos y utilitarios de la vida" (Morillas 2000, 37).

La anécdota que da lugar a la narración y que involucra a este ser minucioso, sensible, desorientado y contemplativo, es relativamente sencilla y bien conocida: el protagonista y narrador homodiegético, mientras está atravesando la ciudad de Montevideo en un tranvía observa cómo algunos pasajeros son inyectados con una dosis invasiva de publicidad; más tarde, el propio personaje, sin su consentimiento, será él mismo víctima de una de esas "inyecciones de propaganda". La visión que el relato ofrece de los medios de comunicación y sobre todo de la publicidad, está ligada a una clara reflexión crítica acerca de los procesos de consolidación de un modelo de sociedad de masas, tal como lo había indicado José Ortega y Gasset en 1929 al señalar, en su ya canónico *La rebelión de las masas*, las consecuencias de un devenir histórico que había producido una suplantación de la minoría por la mayoría.

[1] Reuerda con acierto Antonio Pau, en su ensayo *Felisberto Hernández: el tejido del recuerdo*, cómo la selección de los diez cuentos que integran el volumen había surgido de un conjunto de "relatos publicados en revistas –algunas de escasa difusión– entre 1943 ("Las dos historias") y 1947 ("Mi primer concierto"). Solo tres de los diez relatos que integran el libro –"La mujer parecida a mí", "El comedor oscuro" y "El corazón verde"– no habían sido publicados con anterioridad" (Pau, 2005: 117). Antes de la década del cuarenta del siglo XX, la bibliografía de Felisberto Hernández se había empezado a estructurar ya en la segunda mitad de los años veinte, cuando ven la luz en Montevideo dos breves volumenes en prosa titulados respectivamente *Fulano de tal* (1925) y *Libro sin tapas* (1929). En la década del treinta, Felisberto publica *La cara de Ana* (1930) y *La envenenada* (1931), a los que siguen –ya en los años cuarenta del siglo– *Por los tiempos de Clemente Colling* (1942), *El caballo perdido* (1943) y *Nadie encendía las lámparas* (1947). Finalmente, en los años sesenta ven la luz unos textos (algunos ya póstumos) que habían sido redactados con anterioridad, como *La casa inundada* (1960), *Tierras de la memoria* (inconclusa, 1964) y *Las hortensias* (1966).

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

Un tema como el que vertebra el cuento, es decir, la invasión de los medios de comunicación al servicio de la publicidad en la intimidad de un individuo y de la sociedad en general, ofrece la posibilidad de plantear una doble lectura interpretativa vinculada con el acto del desplazamiento. En las páginas que siguen se propone una lectura del cuento que evidencia la existencia de dos planos interpretativos interconectados, ambos relacionados, *lato sensu*, con el tema del viaje: el primero remite a un "desplazamiento concreto", que se refiere a los movimientos intraurbanos que el protagonista cumple en tranvía, por un espacio físico que alude a un escenario metropolitano tangible. Se evidencia, pues, un primer movimiento físico dentro de un espacio concreto y en gran medida reconocible.

El segundo nivel de lectura es el que pone de relieve el tratamiento del "hecho literario" desde una perspectiva excéntrica, que bordea la frontera de lo fantástico: "Muebles *El Canario*" describe un "viaje abstracto", es decir, un tránsito temporáneo que los personajes de la ficción cumplen por una dimensión marcada por un *marketing* premoderno agresivo: el hecho de que los pasajeros del tranvía sean víctimas de las inyecciones responsables de la difusión de la propaganda, corrobora el vínculo con el motivo de la necesidad obsesiva del sistema productivo del mundo occidental en el siglo XX de realizar nuevas mercancías y colocarlas inmediatamente en el mercado; se trata de una dinámica que –veinte años después de las observaciones de Hernández– Guy Debord había asociado en su ensayo *La sociedad del espectáculo* (1967) con la cosificación del sujeto entregado al consumo sistemático de productos y servicios a menudo no necesarios. Y es precisamente esta mercantilización de la sociedad lo que el cuento censura: la publicidad, entendida como herramienta a través de la cual el sistema productivo genera, de forma artificial, necesidades y deseos. Las mercancías se convierten en los dueños de la vida de los seres humanos, pues son los nuevos padrones a los que el hombre –como productor y como consumidor– sirve para garantizar el funcionamiento del sistema productivo: un sistema que –siguiendo la línea de Debord– enriquece a los propietarios de las máquinas que fabrican aquellas mismas mercancías.

Ahora bien, en "Muebles *El Canario*", la técnica de transmisión del mensaje publicitario basada en el sistema hipodérmico remite al uso de una modalidad formal del género fantástico que se inscribe en la rama científico-social del género. El empleo de recursos de lo fantástico en el relato estaría confirmando la presencia de un rasgo temático y genérico que empieza a marcar la narrativa hernandiana a partir precisamente de la publicación de *Nadie encendía las lámparas*, un volumen que "marca un punto de inflexión en la obra literaria de Felisberto Hernández: pone fin a la etapa memorialística y anuncia la etapa fantástica. Sin esta obra, probablemente no podría entenderse que *Las hortensias* siguiera a *El caballo perdido*" (Pau 2005, 117). La anécdota en torno a la que gira la trama de "Muebles *El Canario*" pone de relieve, en efecto, el carácter híbrido de la subcategoría de fantástico en que incluir la narración: la rama científico-social. Por un lado, podría definirse el texto como una obra que participa del género fantástico en su variante de la ciencia-ficción pura, al abordar los peligros que pueden ocultarse detrás del progreso científico y tecnológico; esto convierte el texto en una muestra valiosa del tratamiento que recibe el material científico cuando es tomado en préstamo y es llevado al terreno de lo fantástico. Por otro lado, "Muebles *El Canario*" es un

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

relato que se aproxima a la crítica social y sería pues un producto literario que participa de la modalidad científico-social de lo fantástico en tanto que "ve en la publicidad un monstruoso regulador de la vida de los ciudadanos y se inscribe en la misma línea de "El cocodrilo". Ambos relatos son excelentes ejemplos de la coexistencia de los social y lo fantástico y de cómo la alegoría refuerza el efecto fantástico y torna evidente el aspecto social de la realidad representada en la ficción" (Morillas 2000, 61).

En las páginas que siguen se intentará examinar en detalle la manera en que Felisberto Hernández construye un hilo narrativo en el que el doble viaje (concreto, por el escenario urbano; y abstracto, por las estrategias de *marketing* en su realización fantástico-científica) se afirma como una construcción ficcional en que coexisten la preocupación social y la evasión fantástica.

El viaje por el espacio urbano

Una de las características que la crítica literaria suele subrayar acerca de la obra de ficción de Felisberto Hernández reside en la oblicuidad de la estructura narrativa: la suya es una literatura en la que los procesos de expresión de la interioridad se profundizan hasta llegar a textos formalmente descuidados, orientados hacia la inmediatez de la captación de las sensaciones y "ubicados entre lo real, lo surreal y lo fantástico" (Verani 1986, 42). Asomado a este triple umbral, el lector se enfrenta a unas historias que no recorren los caminos tradicionales de la organización del relato: al contrario, el receptor del texto emprende la lectura de cuentos que carecen de un hilo narrativo estructurado y que se van construyendo mediante la asociación de ideas y motivos, acabando en su mayoría en finales no del todo concluyentes.

En el marco general de esta estructura narrativa soslayada, la lectura de "Muebles *El Canario*" pone de relieve de forma evidente la presencia del primer tipo de desplazamiento: cuando el protagonista emprende su viaje en tranvía por las calles de un espacio urbano al que dice haber vuelto después de un periodo de ausencia, plantea una "geografía de acciones", es decir, una experiencia del espacio que resemantiza el escenario urbano según el modelo que describe Michael de Certeau. Si consideramos la ciudad de Montevideo como un "campo", este campo puede estar formado por un *lugar*, o sea por el orden cualquiera según el que los elementos se distribuyen dentro de relaciones de coexistencia. Esto significa que "los elementos tomados en cuenta se encuentran uno al lado del otro, cada uno ubicado en un lugar autónomo y distinto que él mismo define. Un *lugar* es, pues, una configuración instantánea de posiciones. Implica una indicación de estabilidad" (de Certeau 2001, 175)[2]. Frente a esta primera categoría que delimita el campo de acción, se encuentra una segunda, el *espacio*, que se forma a partir "del momento en que se toman en cuenta vectores de dirección, cantidad de velocidad y la variable del tiempo. El espacio es el cruce entre entidades móviles. Está animado, de alguna manera, por el conjunto de movimientos que se realizan en su interior" (de Certeau 2001, 175-176)[3]. Las peripecias

[2] Se ha tenido acceso al estudio de Michel de Certeau en su traducción al italiano; sigue el texto italiano que he traducido al español para la cita: "gli elementi considerati sono gli uni a fianco agli altri, ciascuno situato in un luogo autonomo e distinto che esso definisce. Un *luogo* è dunque una configurazione istantane di posizioni. Implica una indicazione di stabilità".

[3] Así en el texto en italiano: "si ha unos *spazio* dal momento in cui si prendono in considerazione vettori di direzione, quantità di velocità e la variabile del tempo. Lo *spazio* è un incrocio di entità mobili. È in

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

del protagonista de nuestro relato se insertan, está claro, en el conjunto de las prácticas de creación del *espacio*, en el sentido que de Certeau atribuye al término: el individuo habita el espacio y lo convierte en un *lugar practicado*.

A través de la "práctica del espacio", la ciudad deja de ser un espacio geométrico para volverse un espacio antropológico: es posible detectar esta conversión en el texto hernandiano cuando, al regresar a su ciudad, el personaje de la ficción decide desplazarse por las calles urbanas usando los modernos medios de transporte que las capitales de la América hispana del nuevo siglo ofrecen a sus ciudadanos. Es allí donde su ejercicio de *practicar* el lugar lo pone en contacto con un acontecimiento chocante. Así se nos informa de la elección de viajar en el transporte público y de la ausencia prolongada de la ciudad, por parte del protagonista:

> La propaganda de estos muebles me tomó desprevenido. Yo había ido a pasar un mes de vacaciones a un lugar cercano y no había querido enterarme de lo que ocurriera en la ciudad. Cuando llegué de vuelta hacía mucho calor y esa misma noche fui a una playa. Volvía a mi pieza más bien temprano y un poco malhumorado por lo que me había ocurrido en el tranvía. Lo tomé en la playa y me tocó sentarme en un lugar que daba al pasillo. Como todavía hacía mucho calor, había puesto mi saco en las rodillas y traía los brazos al aire, pues mi camisa era de manga corta (Hernández 2000, 179).

En la elección de tomar el tranvía para regresar a la pieza, se puede observar un primer aspecto relevante para nuestro enfoque: a lo largo de las primeras tres décadas del siglo XX el concepto mismo de viaje, o de movimiento en un espacio urbano, acaba por perder definitivamente el aura asociada a la lentitud que había conservado a lo largo de al menos tres milenios, para adquirir el sentido de una simple eliminación de distancias. El viaje en tranvía no solo facilita la conexión entre polos de un mismo centro urbano, sino que reduce la duración del viaje, tal como sugiere Richard Sennett cuando observa cómo en el siglo XX el ser humano viaja "a velocidades que nuestros antepasados ni siquiera podían concebir. Las tecnologías relacionadas con el movimiento –desde los automóviles a las autopistas continuas de hormigón armado– han posibilitado que los enclaves humanos rebasen los congestionados centros y se extiendan hacia el espacio periférico" (Sennet 2007, 20).

Se hace patente, así, un cambio conceptual no solo en el sentido del término "viaje", sino en la noción misma de espacio: este último se va transformando en un simple medio para el fin del movimiento puro, de tal forma que la cultura contemporánea ya ha empezado a clasificar los territorios urbanos en función de la complejidad o facilidad para entrar en ellos y moverse en su interior. Las dos consecuencias más inmediatas de estas nuevas dinámicas del movimiento residen en dos factores: por una parte, la interacción obligada entre categorías urbanas opuestas, grupos sociales antitéticos por cultura, riqueza e ideología, que antes se habían ignorado como efecto del mutuo desconocimiento y de una "prudente" desconfianza; por otra parte, una menor y menos intensa interacción entre el sujeto urbano (o viajero) y los espacios de la ciudad que va recorriendo.

qualche modo animato dall'insieme dei movimenti che si verificano al suo interno" [la traducción es mía].

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

La estructura temática del cuento de Hernández no alude, con toda evidencia, al primer punto señalado, pero sí permite detectar –en cambio– una debilidad en la interacción entre el individuo y el espacio urbano: en el cuento que se analiza, el personaje declara explícitamente haberse desentendido de lo que había ocurrido en la ciudad durante el periodo en que estuvo ausente. A través de un recurso anafórico que traslada al lector al pasado y que nos cuenta de la transitoria retirada de la ciudad por parte del protagonista, se ofrece al lector la oportunidad de observar la presencia de algunos detalles que resemantizan este espacio urbano: en primer lugar, se advierte cómo el hombre afirma sentirse desplazado por los cambios acontecidos en el entramado socioeconómico durante su ausencia. El elemento autobiográfico del relato queda patente en estas alusiones del protagonista a sus desplazamientos reiterados y a la prolongada lejanía de la capital uruguaya: en la trayectoria biográfica de nuestro autor, en efecto, caben varios viajes a Europa (pensemos, por ejemplo, en su estadía en París, en 1946, financiada por la dirección de Relaciones Culturales del Ministerio de Asuntos Exteriores francés; o en su viaje a Londres, en septiembre de 1947, en que por primera vez Felisberto toma el avión); a estos viajes transatlánticos se suman las temporadas que el escritor-pianista transcurría, durante las vacaciones de verano, en la casa de su hermano, en el departamento de Treinta y Tres; y finalmente, tienen un peso importante en las ausencias felisbertianas de Montevideo los traslados laborales que le llevan de la capital a pueblos y –solo ocasionalmente– a pequeñas ciudades del interior [4]. Si bien no se detectan, en "Muebles *El Canario*", elementos suficientes para asociar un rasgo autobiográfico concreto al motivo que justifica la larga ausencia de la capital por parte del protagonista, en el relato, su partida se convierte en un elemento clave de la *fábula,* puesto que el matiz de denuncia ínsito en el texto se apoya precisamente en la ignorancia del hombre acerca de las novedades y en la percepción de la nueva modalidad de comunicación del mensaje comercial como algo si no insano, al menos molesto e inoportuno.

En el proceso de análisis de las novedades por parte del personaje, su ubicación del lado del pasillo del tranvía es otro elemento de la escenificación felisbertiana que merece ser señalado; su posición mirando hacia el interior del vehículo resulta básico para que el hombre sea testigo privilegiado de los hechos que acontecen en el tranvía. A pesar de su desinterés declarado por los sucesos que habían caracterizado la vida de la ciudad durante las semanas de su ausencia de Montevideo, el personaje se ve

[4] La época más densa de traslados y viajes de trabajo remite cronológicamente a la década que va desde 1931 (año en el que Felisberto se separa de su primera mujer, María Isabel Guerra) hasta 1941. Se trata de una etapa densa de pequeñas frustraciones laborales vinculadas con las gestiones engorrosas y a veces desagradables que Felisberto se veía obligado a llevar adelante durante sus giras como pianista itinerante por el interior de Uruguay y Argentina. Esta fase de viajes repetidos de la capital a la provincia y viceversa se realiza, en los primeros años treinta, en compañía del poetaYamandú Rodríguez, quien recitaba poesías en los diminutos teatros provinciales, al tiempo que Felisberto tocaba el piano. En una época posterior, que discurre entre 1934 y 1936, los viajes a la provincia se caracterizan por la presencia y compañía del empresario y periodista Venus González Olaza; finalmente, los vaivenes profesionales de nuestro autor desembocan en una nueva etapa existencial que coincide con los años 1936-1941, cuando el estilo de vida del pianista escritor parece ser el modelo más certero para los desplazamientos descritos en "Muebles *El Canario*": se trata de una época en que el escritor incipiente "viaja solo, alojándose en pensiones modestas de los pueblos del interior y tocando en escuelas y teatrillos municipales" (Pau 2005, 117) que a menudo aparecen referenciados en sus obras de ficción.

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

involucrado en la dialéctica que se establece entre el espacio exterior (las dinámicas sociales) y lo privado (la dimensión íntima) cuando los cambios sociales, económicos y culturales modifican las estructuras del vivir social y convierten la ciudad en un territorio dicotómico. En esta dualidad, estaría por un lado el escenario público, con sus estados de criticidad social, sus rápidos cambios, sus tensiones económicas: un espacio abierto a la infiltración masiva de los medios de comunicación al servicio de la publicidad en la vida del hombre. Por otro lado, se encontraría el espacio interior del sujeto, que trata de mantenerse resguardado de las tensiones presentes en la vida pública; este segundo ámbito es el lugar de la individualidad, un territorio íntimo donde se cobija el deseo de mantenerse al margen del torbellino de la mercantilización.

Este deseo de autotutela, sin embargo, se quiebra ya en el comienzo del relato, a partir de la aparición de los encargados de la empresa comercial que practican las inyecciones: su primer blanco es un personaje femenino, "la gorda que iba en el otro asiento"; su aparición muestra no solo cómo los habitantes de la ciudad están ansiosos de recibir la inyección que transmite la promoción, sino sobre todo pone de relieve cómo la masa de ciudadanos ya está bien informada de los efectos de esta novedosa estrategia de publicidad. En la descripción del momento, se puede detectar un contraste entre la voluntad del protagonista de seguir apartado de los nuevos hábitos comerciales que la masa acepta y adopta, y la vergüenza íntima de no estar informado de lo que todos los pasajeros saben. Así se describe el momento:

> Pronto [el encargado de la empresa comercial] sacó la jeringa en medio de la sonrisa de otros pasajeros que habían visto mi cara. Después empezó a frotar el brazo de la gorda y ella miraba operar muy complacida. A pesar de que la jeringa era grande, sólo echaba un pequeño chorro con un golpe de resorte. Entonces leí las letras amarillas que había a lo largo del tubo: Muebles "El Canario". Después me dio vergüenza preguntar de qué se trataba y decidí enterarme al otro día por los diarios (Hernández 2000, 180).

De los "congestionados centros" a los que alude Sennett, el hombre regresa a su pieza y este movimiento es también merecedor de atención: los desplazamientos en tranvía por la ciudad guardan un valor simbólico en tanto que muestran una representación de la sociedad y sus comportamientos frente al advenimiento de un modelo social de consumo marcado por la presión ejercida por los productores mediante distintas formas de publicidad: el viaje por las calles y plazas urbanas se puede interpretar, así, como una delación de la creación artificial de deseos, antojos y caprichos debidos a la presión del sistema productivo capitalista sobre el consumidor. En el relato, la "alegoría" a la que se refería Enriqueta Morillas estaría censurando –en palabras de Mario Vargas Llosa– "la cosificación del hombre por obra del capitalismo que crea artificialmente necesidades, modas, y apetitos al fin de mantener un mercado en expansión para los productos manufacturados" (Vargas Llosa 2015, 25). Ante la creación de deseos por medio de la propaganda hipodérmica, el protagonista representa la excepción, lo extraño, el elemento no uniformado; su figura es la de un ser ajeno al funcionamiento de los nuevos medios, rodeado de pasajeros que se someten a la reificación del individuo.

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

En el hecho de que el protagonista sea el único que no entiende la situación, se puede detectar la pregunta implícita acerca del grado de aislamiento del ser humano en su entorno social y, sobre todo, el miedo a no poder escuchar sus propios pensamientos, que son también una forma de realidad. En el fragmento que sigue se puede apreciar tanto la permanencia de la duda acerca de la naturaleza de la propaganda, como el surgir de un estado íntimo de malestar:

> Pero apenas bajé del tranvía pensé: "No podrá ser un fortificante; tendrá que ser algo que deje consecuencias visibles si realmente se trata de una propaganda." Sin embargo, yo no sabía bien de qué se trataba; pero estaba muy cansado y me empeciné en no hacer caso. De cualquier manera estaba seguro de que no se permitiría dopar al público con ninguna droga (Hernández 2000, 180).

La presencia de términos como "droga" o "doping" asociados a las modalidades de realización de la propaganda confirma que la denuncia hernandiana no solo se dirige hacia el funcionamiento desviado de la sociedad consumista de la época, sino que sugiere una revisión conceptual del rol agresivo desempeñado por la publicidad, como vector determinante de la vida social. La crítica del escritor montevideano se encarrila hacia el peligro muy concreto de la sustitución de valores éticos, culturales e ideológicos por unos pseudovalores nacidos de la mente de los creadores de mensajes publicitarios. Así, el otro blanco de la crítica hernandiana –además de la obsesión productiva del sistema– vendría a ser la publicidad, que

> ejerce un magisterio decisivo en los gustos, la sensibilidad, la imaginación y las costumbres. La función que antes tenían, en este ámbito, los sistemas filosóficos, las creencias religiosas, las ideologías y doctrinas y aquellos mentores que en Francia se conocían como los "mandarines" de una época, hoy la cumplen los anónimos "creativos" de las agencias publicitarias (Vargas Llosa 2015, 38).

La aparición, en los tranvías urbanos, de los encargados de la empresa *El Canario* y su desempeño como transmisores del mensaje publicitario –mensaje creado precisamente por los anónimos "creativos" a los que alude Vargas Llosa– constituye una "actuación espectacular", en el sentido que utiliza Guy Debord del término espectáculo, aplicado a una estructura social y económica dominada por la moderna tecnología productiva. La vida de las sociedades "en las que imperan las condiciones de producción moderna se anuncia como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo directamente experimentado se ha convertido en una representación" (Debord 2012, 37). Estas "condiciones de producción moderna" a las que se refiere Debord llevan el relato felisbertiano por uno de los caminos más transitados por la prosa de ficción del escritor montevideano: el de una progresiva cosificación del ser humano. No se está aludiendo aquí a la presencia de aquellos seres-objetos, caracterizados por una materialidad semianimada, que aparecen como muestra paradigmática en *Las Hortensias*, bajo la forma de muñecas mecánicas, sino a una paulatina *reificación* de los sujetos sometidos a las inyecciones; sus actitudes pasivas frente a los encargados armados de jeringas demuestran como los pasajeros de los tranvías –y toda la ciudadanía, en su conjunto– vendrían a convertirse en autómatas sin voluntad propia que obedecen

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

las órdenes de naturaleza comercial de las empresas. Los personajes secundarios del relato serían, así, una suerte de muñecos animados porque se entregan al anzuelo de la producción exasperada, sin reaccionar.

La presencia de muñecas, autómatas o seres cosificados en la narrativa de Felisberto Hernández ha ofrecido –a lo largo de las décadas– la posibilidad a creadores pertenecientes a otros campos artísticos de establecer un diálogo intelectual a distancia con el escritor uruguayo. Este diálogo cultural se ha instaurado no solo con el ámbito literario, sino también con el mundo del cine: es el caso de los hermanos Quay, cineastas estadounidenses afincados en Londres, en cuyo largometraje titulado *El afinador de terremotos* (2005) las referencias al mundo felisbertiano se hacen evidentes y explícitas. Que los dos cineastas no intenten disimular las afinidades con ciertos motivos típicos de la narrativa felisbertiana y de Bioy Casares es un hecho que se hace patente al solo observar que los dos personajes principales se llaman Adolfo y Felisberto Fernández: una coincidencia onomástica que lleva a María Negroni a afirmar que en la película "es evidentísima la deuda con Bioy Casares y Felisberto Hernández, aunque ninguna de las reseñas cinematográficas aparecidas en Europa o los EE.UU. la haya reconocido" (Negroni 2015, 194). El diálogo con Hernández se mantiene también en un plano menos evidente: una de las demás figuras destacadas del *filme* se llama Droz, un nombre que alude a un famoso constructor de autómatas de finales del siglo XIX, Henri Jacquet-Droz; ahora bien, en la película Droz rapta de un teatro a Malvina, una cantante lírica, para que cante siempre en "su jaula". El acto del secuestro es clave para nuestro enfoque, pues el hombre quiere convertir a la artista en mera ejecutora de un mandato, así como los personajes-autómatas de Felisberto se vuelven ejecutores de las indicaciones de compra sugeridas (o impuestas) por la campaña publicitaria. En ambos relatos, el literario y el fílmico, hay figuras víctimas de voluntades ajenas: la vejación a la que están sometidos se debe a la existencia de unos mecanismos casi científicos en el que el lector tiene que creer. La obra de los hermanos Quay no hace sino replantear el motivo del sometimiento del sujeto, presente en Felisberto, y es así que ese "algo de parasitario y perverso, es decir oscurantemente dichoso, que suele caracterizar a sus personajes, circula bajo las melodías pseudocientíficas del doctor Droz" (Negroni 2015, 194-195).

El viaje intangible: fantástico y ciencia en la divulgación comercial

Tal como se ha adelantado en los apartados anteriores, la segunda modalidad de desplazamiento que "Muebles *El Canario*" describe alude a un viaje inmaterial que no involucra la práctica de la espacialidad en un sentido estricto: de la "práctica del espacio" que se acaba de representar, se pasa a una visión de la ciudad como espacio social y antropológico, según la terminología de De Certeau, en la que se plantea la inmersión del individuo en un estado de dependencia de fuerzas ajenas a su voluntad. En lo específico, el relato hernandiano se centra en la descripción del modo en que la psique humana absorbe los mensajes inyectados por la propaganda comercial, dirigida a la creación artificial de modas, deseos y necesidades. La técnica utilizada introduce al lector en una forma narrativa que se apoya en lo fantástico-científico: siguiendo el modelo más canónico de relato fantástico asociado a la ciencia-ficción, Felisberto

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

Hernández presenta al lector algún acontecimiento extraño (la publicidad inyectada) en medio de circunstancias que se podrían definir "normales" (la circulación en tranvía por las calles urbanas). Frente a este acontecimiento, el lector podrá sentir dudas pero acepta lo que se le está contando como posible dentro de la ficción narrativa, aunque esos sucesos sean inexplicables desde un punto de vista racional; se trata de un modelo de relato que remite al de *La metamorfosis* kafkiana, según la lectura de Tzvetan Todorov: afirma el crítico búlgaro que "los mejores textos de ciencia ficción se organizan de manera [que] el movimiento del relato consiste en obligarnos a ver hasta qué punto estos elementos en apariencia maravillosos nos son cercanos y forman parte de nuestras vidas" (Todorov 2011, 178). Lo interesante reside en ver los sentidos múltiples del cuento en base a lo fantástico, descubrir que la realidad existe en virtud de los elementos desplegados en el cuento, los cuales, a través de metáforas, traducen las representaciones simbólicas presentes en nuestra sociedad. Observemos algunos detalles del fragmento siguiente:

> Antes de dormirme pensé que a lo mejor habrían querido producir algún estado físico de placer o bienestar. Todavía no había pasado al sueño cuando oí en mí el canto de un pajarito. No tenía la calidad de algo recordado ni del sonido que nos llega de afuera. 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 (Hernández 2000, 180).

El canto del pajarito es definido, de manera oximorónica, como una "enfermedad contenta". El acontecimiento es extraño, hay que captar lo que se nos está contando como posible dentro de la ficción narrativa, aunque nos parezca inexplicable desde un punto de vista racional: el propio personaje que siente cantar al pajarito, aclara que la calidad del sonido no es la de algo recordado ni externo, sino de algo "anormal". Cuando el hombre califica al extraño canto del pajarito como una "enfermedad que podría cantar" está consolidando uno de los rasgos propios de la narrativa hernandiana: la técnica de animación de conceptos y objetos, donde no solo los balcones o los cubiertos, sino también los sentimientos parecen cobrar vida propia.

El momento en que empieza el viaje "dentro" de la emisión se hace patente poco después: del canto del pajarito se pasa a la voz de un locutor que, al igual que el pajarito, suena dentro de la cabeza del hombre; se trata de una transmisión radial, cuya difusora tiene el mismo nombre que tenía la jeringa que le inyectaron en el tranvía: "El Canario". Una vez enterado de que el locutor alude explícitamente a las personas que han sido sensibilizadas para escuchar esas transmisiones, el personaje, asustado, cuenta que "parecía imposible que aquello sonara dentro de mi cabeza" (Hernández 2000, 180). En la cita, es central el empleo del adjetivo "imposible", pues en un primer momento, la duda acerca de la naturaleza de lo que está experimentando en su propia cabeza coloca al protagonista en el umbral entre dos posturas interpretativas opuestas: o los mensajes publicitarios están siendo el fruto de una ilusión de los sentidos, es decir, un producto de la imaginación, o la transmisión del mensaje a través de la inyección se ha dado de verdad y puede, por lo tanto, incluirse en el marco de una realidad regida por leyes en parte científicas y en parte desconocidas.

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

Esta ambigüedad incluye el cuento hernandiano en el ámbito del modelo de desarrollo del género fantástico propuesto por Todorov en su ya citada *Introducción a la literatura fantástica*: se alude aquí a que, en el momento en que el protagonista opta por una de las dos alternativas, "deja el terreno de lo fantástico para entrar en un género vecino: lo extraño o lo maravilloso" (Todorov 2011, 24). En el caso concreto de "Muebles *El Canario*", es superfluo insistir en que la deriva que toma el relato se dirige hacia lo extraño. La extrañeza que permea el relato conlleva a la admisión, por parte del protagonista, de sentirse "descolocado" frente a las novedades que están manifestándose en el funcionamiento de las dinámicas sociales de la ciudad; esta descolocación declarada convierte sus breves viajes por el espacio urbano en un intento, no del todo logrado, de readaptación al sistema. El hombre percibe una suerte de extranjería anímica en su relación con la urbe y su desamparo se debe precisamente a que le resulta arduo comprender los nuevos mecanismos comerciales. En este sentido, el personaje de "Muebles *El Canario*" parece respetar el patrón que carateriza, en su gran mayoría, a los héroes ficcionales hernandianos, que suelen ser "unos seres extraños, que no pertenecen a ningún lugar, son extranjeros que nunca terminan de comprender y mucho menos de dominar las situaciones a las que se ven arrojados; resultan torpes para la acción y por momentos hasta incapaces de articular una respuesta adecuada" (Lespada 2014, 52).

Uno de los rasgos clave del relato es justamente la continua sorpresa que se lleva el protagonista ante las nuevas estrategias publicitarias, y su estado de atolondramento permanente que hace de él un individuo al margen del funcionamiento social urbano. Obsérvese, como ejemplo de esta condición, la manera en que Felisberto plantea la estrategia publicitaria de la empresa productora de muebles: la emisión, como herramienta publicitaria al servicio de la empresa, anuncia los beneficios a los que podrían acceder los clientes, como por ejemplo la posibilidad de pagar los muebles en cuotas[5]. En el caso concreto de los potenciales beneficios que podrían alcanzar los consumidores, la ilustración de esas presuntas ventajas alude a los procesos de mediatización del mensaje y de las imágenes del consumo, según un modelo de espectacularización y ocupación del tiempo del destinatario del mensaje, que Debord resume así "el espectáculo no es un conjunto de imágenes sino una relación social entre las personas mediatizadas por las imágenes" (Debord 2012, 38). Salir de los mecanismos de esta sociedad del espectáculo es precisamente el propósito del protagonista hernandiano, tal como se evidencia a continuación:

> Al rato me encontraba en la calle: buscaba otros ruidos que atenuaran el que sentía en la cabeza. Pensé comprar un diario, informarme de la dirección de la radio y preguntar qué habría que hacer para anular el efecto de la inyección. Pero

[5] El contacto diario con la radio y sus emisiones es una experiencia que marcó una etapa de la vida laboral de Felisberto Hernández en la decada del '40: en el año 1943, una de las tareas que desempeñó el escritor en el Control de Radio de la Asociación Uruguaya de Autores fue la de escuchar la radio durante horas, anotando en un papel los temas que se iban interpretando, para que de esta forma la Asociación pudiera gestionar el cobro de los derechos de autor. Los sonidos, las voces e incluso la música, poco a poco van combinándose y van despertando diferentes recuerdos y asociaciones de imágenes; todo esto se volcó, como en el caso de "Muebles El Canario" en la ficción, hasta llegar a la creación de historias y personajes vinculados precisamente con las emisiones radiofónicas.

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

> vino un tranvía y lo tomé. A los pocos instantes el tranvía pasó por un lugar donde las vías se hallaban en mal estado y el gran ruido me alivió de otro tango que tocaban ahora; pero de pronto miré para dentro del tranvía y vi otro hombre con otra jeringa; le estaba dando inyecciones a unos niños que iban sentados en asientos transversales. Fui hasta allí y le pregunté qué había que hacer para anular el efecto de una inyección que me habían dado hacía una hora (Hernández 2000, 181).

Subir al tranvía se revela beneficioso para el protagonista, puesto que se encuentra con otro empleado de *El Canario*, entregado en ese momento a la tarea de inyectar a unos niños; de este segundo empleado de la empresa, nuestro protagonista va a obtener una información esencial para salir del mecanismo de mediatización consumista.

> Por fin el hombre de la inyección me dijo: -Señor, en todos los diarios ha salido el aviso de las tabletas "El Canario". Si a usted no le gusta la transmisión se toma una de ellas y pronto. (...) Después el hombre de la inyección se acercó a mí para hablarme en secreto y me dijo: -Yo voy a arreglar su asunto de otra manera. Le cobraré un peso porque le veo cara honrada. Si usted me descubre pierdo el empleo, pues a la compañía le conviene más que se vendan las tabletas. (...) Y después que se lo di agregó: -Dese un baño de pies bien caliente (Hernández 2000, 181-182).

Cuando el narrador-protagonista muestra su deseo de acceder a una solución rápida y efectiva, este agente del consumismo le recomienda tomar unas tabletas producidas por la misma empresa *El Canario*: en otras palabras, la propia entidad que causa la enfermedad viene a proponer la cura, cerrando un círculo en que la vida parece reducirse a una dinámica de "consumo para sustraerse al consumo". Esta estructura comercial, construida sobre una cadena que reúne en un mismo productor el *know-how* para producir la enfermedad y la terapia, plantea que el consumo se ha transformado en un proceso que supone el éxito de marcas monopólicas cuya metodología comercial abarca todas las posibilidades (si la empresa no logra vender los muebles, al menos venderá las tabletas).

La coincidencia en el mismo sujeto de la figura del productor de las tabletas y de la del emisor del mensaje publicitario amplifica la denuncia hernandiana: el texto pone de relieve cómo la espectacularización consumista de la sociedad moderna remite a una suerte de círculo vicioso en el que producción, promoción, venta y consumo son una opción única planificada por el sistema de poder (el sistema productivo) e impuesta *a priori* a la masa. En un sistema así concebido, el espectáculo "bajo todas sus formas particulares, – información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones – […] constituye el modelo actual de vida socialmente dominante. Es la omnipresente afirmación de una *opción ya efectuada* en la producción, y su consiguiente consumo" (Debord 2012, 39).

A modo de breve relectura interpretativa

Las reflexiones acerca de la clase de género literario en que puede inscribirse "Muebles *El Canario*" llevan a observar cómo la inclusión del elemento científico en

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

textos de raigambre fantástica guarda una ambigüedad conceptual de fondo; a menudo se excluye la posibilidad de que el hecho científico sea el resultado de una actividad de investigación lógica y racional, y se lo coloca, en cambio, en la dimensión de lo sobrenatural o, al menos, de lo difícilmente explicable. No sería forzado sostener que el hecho de que en varios textos fantásticos "el resultado de los experimentos científicos no sea visto como la culminación de unas investigaciones absolutamente racionales, sino como un escándalo, como algo increíble, o monstruoso, o sobrenatural, indica que se participa de la ciencia-ficción, pero que se ha trasladado lo científico a otro ámbito literario, donde desempeña una función distinta" (Viñas 2013, 156). En estas situaciones, el papel del elemento científico varía y acaba funcionando como simple marco escénico necesario para que lo fantástico adquiera rasgos de verosimilitud.

Una segunda reflexión aplicada, en este caso, al valor semántico del texto remite a una representación de un micromundo individual en el que se vislumbra una componente de alienación: el narrador es un extraño en su propia ciudad. Esto ocurre como directo producto de una sociedad globalizada que genera la liberación de las relaciones sociales respecto a los contextos locales de interacción. El tranvía en el que viaja el protagonista vendría a representar el "espacio de la modernidad sorpresiva", caracterizada en este caso por nuevos modelos de consumo, por una publicidad invasiva que se sirve de métodos científicos de comunicación. En este marco de denuncia de las dinámicas consumistas, "Muebles *El Canario*" confirma su adscripción a la producción narrativa más ortodoxa de Felisberto Hernández, es decir, su proximidad a ese conjunto de textos de ficción en que el autor se enfrenta –o enfrenta a sus personajes– a un problema, y esta criticidad se la trata con una "superficialidad deliberada", con la que se suelen analizar cuestiones banales. En el caso concreto de nuestro cuento, la incursión por parte de los medios de comunicación al servicio de la publicidad en la esfera íntima del individuo es percibida por el protagonista como una "simple molestia", casi a la manera de una curiosidad antropológica", o sea, un hecho del que no merece la pena preocuparse en demasía. En este sentido, sería posible inscribir el cuento en la línea dominante de la narrativa hernandiana por la que "una de las formas más arteras de evadir la realidad es referirse a los problemas en forma acrítica y superficial, […] es decir se menciona algo grave pero mediante un *cliché* o un lugar común, de manera tal que no se vea realmente, logrando que esa misma referencia obture una percepción más cabal del problema" (Lespada 2014, 352).

Las referencias sustancialmente acríticas al "problema" de las inyecciones se insertan, sin embargo, en la escritura introspectiva de Felisberto, que no renuncia a la transmisión del mensaje: si bien el texto es capaz de mencionar ese "algo grave" al que alude Lespada, sin embargo, el relato se desarrolla casi como si se estuvieran exponiendo los pormenores de un inconveniente fastidioso, de una "dinámica de la modernidad" en la que el personaje se ha visto involucrado a su pesar. El tono utilizado es casi el de un juego: recordemos que el remedio contra la publicidad injectada consiste en unas tabletas y que si a alguien "no le gusta la transmisión se toma una de ellas y pronto"; A este remedio fácil e inmediato se suma la semiburla del "baño de pies bien caliente": este conjunto de soluciones logra que la denuncia hernandiana resulte matizada, provocando –como sostiene Lespada– que la banalización de la resolución obstruya una percepción más completa del asunto.

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)

En fin, si se analiza el doble viaje del protagonista en el texto hernandiano desde el punto de vista histórico-cultural, se puede observar la coexistencia de dos aspectos de valores: como expresión, la narración se sigue manteniendo coherente con el "estilo descuidado" de las primeras narraciones hernandianas de los años '20 y se coloca, así, en la línea estética de la "mala escritura rioplatense" que se afirma ya a finales de esa misma década gracias a la aparición en la escena literaria argentina de Roberto Arlt (pensemos en *Los siete locos*, de 1929, o en *Los lanzallamas*, de 1931)[6]. Por otro lado, como instrumento de denuncia, el relato se ubica en el lugar de un texto que –entendido como lengua en su aspecto expresivo y también histórico– se mantiene estrechamente vinculado a la realidad social de un pueblo en un momento dado de su historia.

Referencias bibliográficas

de Certeau, Michel. 2001. *L'invenzione del quotidiano*. Roma: Edizioni Lavoro.

Debord, Guy. 2012. *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos.

Hernández, Felisberto. 2000. *Nadie encendía las lámparas.* Madrid: Cátedra.

Lespada, Gustavo. 2014. *Carencia y literatura. El procedimiento narrativo de Felisberto Hernández*. Buenos Aires: Corregidor.

Morillas, Enriqueta. 2000. "Memoria y fantasía en los relatos de Felisberto Hernández". En F. Hernández. *Nadie encendía las lámparas.* Madrid: Cátedra, pp. 21-64.

Negroni, María. 2015. *La noche tiene mil ojos*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.

Pau, Antonio. 2005. *Felisberto Hernández: el tejido del recuerdo.* Madrid: Editorial Trotta.

Sennett, Richard. 2007. *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Madrid: Alianza.

Todorov, Tzvetan. 2011. *Introducción a la literatura fantástica*. Buenos Aires: Paidós.

Vargas Llosa, Mario. 2015. *La civilización del espectáculo*. Barcelona: Debolsillo.

Verani, Hugo. 1986. *Las Vanguardias literarias en Hispanoamérica.* Roma: Bulzoni.

Viñas, David. 2013. "Presencia de lo fantástico fuera de lo fantástico". En David Roas y Patricia García (eds.) *Visiones de lo fantástico. Aproximaciones teóricas*. Málaga: E.D.A. Libros, pp. 149-171.

[6] En varias ocasiones, Emir Rodríguez Monegal manifestó públicamente su escasa apreciación por la forma descuidada que caracterizaba la prosa ficcional de Felisberto Hernández; muy representativas en este sentido, son las críticas negativas que el intelectual uruguayo dirige a Felisberto en la sección "Revista de Revistas", del semanario *Marcha*, destacando en particular el texto del 15 de agosto de 1947; se trata de un artículo titulado "Nota sobre Felisberto Hernández", en que Rodríguez Monegal alude a la sintaxis descuidada del escritor-pianista y al uso de un tono sencillo, apenas irónico.

BDD-A31372
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 12:53:32 UTC)