

Antonio Pineda Cachero

Borges y la comunicación de masas

Introducción

Al reflexionar sobre las relaciones que el escritor argentino Jorge Luis Borges (1899-1986) mantuvo con los medios de comunicación social es necesario distinguir entre teoría y práctica. Si nos atenemos a las declaraciones de Borges sobre el periodismo, la televisión, la publicidad y otras formas de comunicación masiva contemporánea, la tónica general de su reflexión sobre los medios (con la excepción, quizá, del cine) se encuadraría en lo que Umberto Eco denominó postura "apocalíptica"; a saber, la impresión de que los medios de comunicación de masas imponen un rebajamiento generalizado (cuando no decadencia irreversible) de la Cultura en su acepción más profunda y exquisita.

Si, por el contrario, nos acercamos a la práctica de la actividad intelectual y cultural borgeana, encontramos que sí tuvo contactos con los medios de masas, aún sin ser demasiado frecuentes. Borges no fue, como tantos otros (de Marx a García Márquez, pasando por Twain, Dickens o Hemingway) un periodista que hace literatura, sino un escritor puro que se acerca ocasionalmente a medios de comunicación como el cine o las revistas. Y su aproximación es, fundamentalmente, una extensión virtual de los temas y el enfoque que adopta en su literatura; así, por ejemplo, el disco promocional donde Borges recita alguno de sus poemas más queridos, como "Límites" o el "Poema de los dones"¹. Análoga aproximación encontramos en los cientos de entrevistas que concedió a la prensa, la radio y la televisión en los

¹ Reeditado en 1999 por la editorial Visor, en formato CD y acompañado de un libro de 20 poemas.

últimos años de su vida; entrevistas que fueron ocasionalmente reunidas en formato libro y que presentan, con variaciones, el mismo torrente de erudición, citas y reflexiones que llenan los ensayos y cuentos borgeanos. Unas entrevistas que, además, contaban con las puntuales e incendiarias declaraciones de Borges sobre política, levantando ampollas por doquier. Además, hay que tener en cuenta la posición literaria y mediática del Borges último, a cuyas entrevistas se añaden los prólogos que escribió para colecciones de quiosco o las adaptaciones para el cine y la televisión de sus obras.

La palabra falseada

Como decíamos, las opiniones de Borges sobre la comunicación de masas distan mucho de lo favorable, aunque, no obstante, se irán matizando con el tiempo... y con la praxis o las necesidades. El cine es, acaso, el único medio que cuenta con el fervor borgeano casi desde el principio; de hecho, le gusta más que el teatro o la ópera, y en 1935 declara que los trabajos publicados en *Historia universal de la infamia* están influidos, entre otros, por las primeras películas de Joseph von Sternberg. Lo mismo ocurre con el famoso relato "Hombre de la esquina rosada", escrito con el propósito de que «todo ocurriera del modo más visual posible» (Borges, en *Borges y Sabato*, 1996: 46). Como Francisco Ayala, Borges considera el cine una matriz mitológica contemporánea (cfr. 1996, I: 222), y, aunque en 1936 transcribe una opinión de Dreiser donde éste «declara que el cinematógrafo está por abolir la novela» (1996, IV: 228), la tónica general de sus reflexiones sobre cine no es apocalíptica, exceptuando sus opiniones sobre el cine sonoro y el tecnicolor, que juzga inferiores al cine mudo y en blanco y negro (cfr. Chao, 2001: 28), o sobre el doblaje, que describe como un «maligno artificio» que «propone monstruos que combinan las ilustres facciones de Greta Garbo con la voz de Aldonza Lorenzo»; unas «industriosas anomalías fonético-visuales» que implican «la conciencia general de una sustitución, de un engaño» (1996, I: 283, 284).

Según confesó el propio autor, solía ir al cine dos o tres veces por semana. La viuda de Borges, María Kodama, recuerda que el escritor era un gran aficionado al cine y que se sabía de memoria *Ciudadano Kane* (cfr. Cañeque, 1995: 374)²; también perduraría en su memoria,

² La impresión inicial de Borges respecto a la obra maestra de Orson Welles no fue demasiado favorable, pero posteriormente cambió para mejor.

a la edad de 84 años, el *Underworld*³ (1927) del citado Von Sternberg, película definida por Borges como "un film épico" (en Chao, 2001: 28). Von Sternberg es probablemente el director favorito de Borges, a tenor de las veces que le cita en entrevistas y de la veneración que profesa a su laconismo y su épica visual; épica que Borges rastrea también en otros géneros cinematográficos. Así, el autor de *Ficciones* cuenta que:

me gustaban mucho dos tipos de películas: los western y las películas de gangsters. Sobre todo los de Josef von Sternberg. Yo pensaba: Qué raro, los escritores han olvidado que uno de sus deberes es la épica y aquí está Hollywood que, comercialmente, ha mantenido la épica. En una época en que está olvidada por los escritores; o casi olvidada. Y Hollywood ha salvado ese género. Ese género que la humanidad necesita, además. Usted ve que las películas de cowboys son populares en todo el mundo. ¿Por qué? Bueno, porque está lo épico en ellas. Está el coraje, está el jinete, está la llanura también. Todo eso las acerca. Y sobre todo a nosotros, sobre todo a los argentinos. (en Borges y Carrizo, 1983: 17).

En otro momento dirá que la película que recuerda mejor es *Ser o no ser* (1942), de Lubitsch, y prodigará no menos elogios a la hitchcockiana *Psicosis* (1960), que describe como «el único film de terror que me ha inspirado terror» (1978: 95). Curiosamente, el cine argentino no le despertaba la misma pasión que Welles o Von Sternberg. «He visto muy pocos films argentinos», confesaba a Estela Canto en 1946. «(...) Creo que la cinematografía argentina debería, hoy por hoy, limitarse a aquellos temas que ofrecen menos tentaciones patrióticas y sensibleras. Le convendría, creo, evitar los temas vernáculos, que inevitablemente se prestan a bajas efusiones y a confusas complacencias» (Borges, 2002: 363). En cuanto al cine europeo, Borges apuntó en 1933 que «la buena fotografía» es «la mejor y muchas veces la única virtud de los films europeos» (2002: 47).

Además, Borges publicó críticas cinematográficas, expresó en distintos momentos sus ideas sobre algunos realizadores y actores⁴ y

³ La ley del hampa en la versión española.

⁴ Por ejemplo, criticó ferozmente a Chaplin (cfr. Peicovich, 1995: 169-170), de quien sólo salva *La Quimera del Oro* (1925), y consideraba superiores a cómicos como Buster Keaton o los Hermanos Marx. Tampoco le gustaba a Borges otro clásico: *El Acorazado Potemkin* (1925), de Eisenstein (cfr. Peicovich, 1995: 140-141). Para un resumen de los gustos cinematográficos de Borges, cfr. 1999a: 318-320; para unos

llegó a preparar guiones para el Séptimo Arte, o a dar el visto bueno para adaptaciones de relatos propios⁵. A este respecto surge la concep-

comentarios tardíos de Borges sobre varias películas, cfr. Borges y Ferrari, 1999: 179-183. Una temprana opinión del autor sobre el cine, donde también comenta *La Quimera del Oro*, puede consultarse en 1997b: 381-384. Las críticas cinematográficas de Borges publicadas en *Sur* fueron recopiladas por Eduardo Cozarinsky en su libro *Borges y el cine* (Buenos Aires Sur, 1974). La mayoría de ellas pueden consultarse en *Borges en Sur* (1999a: 177-202); otras están publicadas en *Discusión* (cfr. 1996, I: 222-225 y 283-285). También publicó críticas de cine en revistas como *Megáfono*; críticas que, por cierto, eran más estimadas por el propio Borges que las realizadas para *Sur* (cfr. Borges y Ferrari, 1999: 179-185). Sebastián Peroni ha recopilado bastantes comentarios de Borges sobre cine en un texto disponible en Internet (26.06.2002): "Borges crítico informal" (), donde, entre otros asuntos, queda bien clara la pasión de Borges por Von Sternberg. Algunas "breves noticias" de Borges sobre cine han sido reunidas en *Textos recuperados 1931-1955* (Borges, 2001: 44-48).

⁵ Borges coescribió el guión de *Invasión* (1969) con el director Hugo Santiago sobre un argumento del propio Borges y de Adolfo Bioy Casares, y el de *Los otros* (1974), igualmente con Bioy Casares y Santiago (cfr. Sorrentino, 2001: 100-101). También participó en el guión de *Los orilleros* (1975), coescrito por Borges, el director Ricardo Luna y Bioy Casares. Sobre la realización de este último film dijo Borges que el resultado era «ridículo»: «ahí aparecen los compadritos de Palermo y Barracas vestidos como gauchos salteños» (citado en Peroni, op. cit., p. 7). Acerca de *Invasión*, las declaraciones de Borges desvelan una inusual confianza en sus posibilidades creativas (por supuesto, junto a Bioy Casares y Hugo Santiago): «se trata de un film fantástico y de un tipo de fantasía que puede calificarse de nueva. No se trata de una ficción científica a la manera de Wells o de Bradbury. Tampoco hay elementos sobrenaturales. Los invasores no llegan de otro mundo; y tampoco es psicológicamente fantástico: los personajes no actúan —como suele ocurrir en las obras de Henry James o de Kafka— de un modo contrario a la conducta general de los hombres. Se trata de una situación fantástica: la situación de una ciudad (la cual, a pesar de su muy distinta topografía, es evidentemente Buenos Aires) que está sitiada por invasores poderosos y defendida —no se sabe por qué— por un grupo de civiles. Esos civiles no son desde luego esa nueva versión de Douglas Fairbanks que se llama James Bond. No: son hombres como todos los hombres; no son especialmente valientes, ni, salvo uno, excepcionalmente fuertes (...). Pero yo he querido que el film sea realmente épico; es decir, lo que los hombres hacen es épico, pero ellos no son héroes. Y creo que en esto consiste la épica; porque, si los personajes de la épica son personas dotadas de fuerzas excepcionales o de virtudes mágicas, entonces lo que hacen no tiene ningún valor (...). En todo caso, hemos inaugurado un género nuevo —me parece— dentro de la historia del cinematógrafo» (Borges, en Sorrentino, 2001: 97-99). Borges también escribió con Adolfo Bioy Casares un guión titulado *El paraíso de los creyentes*, que al parecer no fue filmado. Según cuenta Borges (en Sorrentino, 2001: 222), tanto el guión de *Los orilleros* como el de *El paraíso de los creyentes* fueron «rechazados con entusiasmo por quienes los han leído». Ambos guiones fueron editados como libro en Buenos Aires en 1955 (cfr. Helft, 1997: 77). En lo relativo a las adaptaciones de sus relatos, "Emma Zunz" se transformó en *Días de odio* (Leopoldo Torre Nilsson, 1954), pero el resultado no le gustó nada a Borges, pues estaba lleno «de toda suerte de detalles sentimentales que parecen contradecir la histo-

ción que Borges tenía del cine, en cuanto lenguaje artístico, como medio independiente de lo literario:

Hace poco vinieron a verme para filmar *El muerto*. Les dije a los productores que no respetaran el texto de mi relato. Les recordé que una cosa es la literatura y otra el cine, y que no se atuvieran a las palabras. Insistí en que tomaran el cuento como punto de partida, nada más, y que luego dejaran volar su imaginación (en Borges y Sábato, 1996: 43).

Un rasgo específico del cine según Borges es, en el aspecto pragmático, el hecho de que «el cinematógrafo, como otros géneros (el teatro, la conferencia), es siempre una obra de colaboración. Es decir, creo que el éxito de un film, de una conferencia, de una pieza de teatro, depende también del público» (en Sorrentino, 2001: 99). También es interesante en su concepción del cine el carácter casi mágico que le atribuye a este medio de comunicación, como han hecho muchos otros escritores e intelectuales igualmente cautivados por el Séptimo Arte. Borges está fascinado por lo que sería la "suspensión de la incredulidad" (que para Coleridge conforma la "fe poética") en el

ria, que es una historia dura» (en Sorrentino, 2001: 96). Más positiva es su opinión acerca de la adaptación homónima de "Hombre de la Esquina Rosada" (René Múgica, 1962): «Múgica fue el único que llevó al cine sin alteraciones un cuento mío. Cuando vi la película quedé impresionado por lo bien que estaba actuada y dirigida. Creo que Múgica mejoró mi cuento y consiguió algo que yo no había conseguido: hacerlo creíble. Fue un mérito de su parte. Otras cosas que se han hecho con temas míos han fracasado; no he tenido demasiada suerte con la gente que hace cine» (Borges, en Alifano, 1988: 123). Sobre la adaptación de *La intrusa* (Carlos Hugo Christensen, 1979) dijo Borges que era «ridícula» y criticó que se le añadiese «la sodomía y el incesto». «Cuando yo dije en el cuento que ellos [los hermanos Nilsen] la compartieron [a Juliana, la esposa de Cristián Nilsen], no quise decir al mismo tiempo» (Borges, en Vázquez, 1986: 235, 236). Otras opiniones de Borges acerca de distintas adaptaciones pueden encontrarse en Peroni, op. cit., pp. 7-9. La opinión de Borges sobre la adaptación del Martín Fierro (Leopoldo Torre Nilsson, 1968) puede consultarse en Sorrentino, 2001: 93-95. En cuanto al documental *Borges para millones* (Ricardo Wullicher, 1978), la crítica de Borges es de antología: "era una sarta de disparates. Me llevaron a un estudio, me hicieron sentar en un sillón y me anunciaron: «Ahora usted va a ver pasar sus fantasmas». Yo no tengo fantasmas, les dije. «Sí, sí —me insistieron— esos fantasmas que recurren en su obra». Y entonces me dijeron que había un señor disfrazado de bucanero, otro disfrazado de vikingo, otro disfrazado de compadrito y una mujer disfrazada de odalisca, que representaba el libro de *Las Mil y Una Noches*. Y esos... no sé... giraban... y yo tenía que mirarlos. «No ponga cara de asombro» me dijeron. «Sí —dije yo— estoy efectivamente asombrado y me retiro inmediatamente. Qué tengo yo que ver con esta murga. Me levanté y me fui» (citado en Peroni, op. cit., p. 8).

cine, algo aún más interesante que en el teatro, «porque estamos viendo, no ya al disfrazado [el actor de teatro], sino fotografías de disfrazados y sin embargo creemos en ellos, creemos en ellos mientras dura la proyección» (en Peicovich, 1995: 211). Comentando con Fernando Sorrentino el guión que escribió con Bioy Casares y Hugo Santiago para la película *Invasión*, Borges insiste en que intentaron:

un tipo nuevo de film fantástico: un film basado en una situación que no se da en la realidad, y que debe, sin embargo, ser aceptada por la imaginación del espectador. Creo que en algún libro de Coleridge se habla de ese tema, el tema de lo que cree el espectador en el teatro o de lo que cree el lector de un libro. El espectador no ignora que está en un teatro, el lector sabe que está leyendo una ficción; y sin embargo debe creer de algún modo en lo que lee. Coleridge encontró una frase feliz. Habló de “a willing suspension of disbelief”: una suspensión voluntaria de la incredulidad. Y espero que hayamos logrado eso durante las dos horas de *Invasión* (en Sorrentino, 2001: 98-99).

En el ensayo «El arte narrativo y la magia», de 1932, Borges habla de «la infinita novela espectacular que compone Hollywood», imputando también al cine el orden “mágico” que a su juicio rige la novela (1996, I: 230), «un juego preciso de vigilancias, ecos y afinidades» articulado por la ley de causalidad⁶. Al igual que la novela, el buen cine está sujeto a una «teleología de palabras y de episodios» que siempre se proyectan ulteriormente. Como es usual en Borges, Von Sternberg es ejemplar: «El diálogo inicial de *La ley del hampa* versa sobre la delación, la primera escena es un tiroteo en una avenida; esos rasgos resultan premonitorios del asunto central» (1996, I: 231).

Aunque sin el símil mágico, otro ensayo borgeano de principios de los años 30, “La postulación de la realidad” (1931), incide en las analogías entre el cine y la narrativa al citar «las novelas cinematográficas de Josef von Sternberg [de nuevo] hechas (...) de significativos momentos» como ejemplo de uno de los métodos de postulación «clásica» de la realidad (Borges, 1996, I: 220). Efectivamente, y a pesar de lo apuntado sobre el punto de partida no estrictamente literario del cine, éste y la novela no dejan de presentar analogías técnicas; de ahí,

⁶ «He distinguido dos procesos causales: el natural, que es el resultado incesante de incontables e infinitas operaciones; el mágico, donde profetizan los pormenores, lúcido y limitado. En la novela, pienso que la única posible honradez está con el segundo» (Borges, 1996, I: 232).

por ejemplo, que Borges se aproxime siempre al cine “desde su costado narrativo” (1999a: 316).

Algo muy distinto sucede con el periodismo, dado que su lenguaje es el mismo que el de la literatura. En general, Borges ve la prensa como literatura de tercera categoría o como ámbito de lo efímero y lo banal; así, apunta que la escritora Edna Ferber «llegó a la literatura por los malos caminos del periodismo», que los periodistas son «malos razonadores» y que los lectores de periódicos son «ganosos de actualidad» (1996, IV: 385, 420, 478). De forma parecida, describirá la prosa de Ezequiel Martínez Estrada como «prosa de periodista» y, por ende, no excesivamente buena (en Borges y Ferrari, 1999: 205).

Más allá del periodismo como género comunicativo menor, que palidece ante la literatura (en el relato “La muerte y la brújula”, por ejemplo, se constatan “las simplificaciones del periodismo” –1996, I: 501–), la última idea, centrada en la promoción de lo actual y lo efímero, reaparece en un interesante diálogo con Ernesto Sábato en 1974, cuando Borges es ya una estrella literaria mundial. El autor de *El Aleph* cita la idea de Emerson de que hay que leer libros y no periódicos, para resaltar que «nadie piensa que deba recordarse lo que está escrito en un diario. Un diario (...) se escribe para el olvido, deliberadamente para el olvido» (en Borges y Sábato, 1996: 12); Sábato coincide con él en que no hay nada permanente en el periodismo, y se pregunta cómo puede haber hechos “transcendentes” cada día; Borges replica que, lógicamente, no puede saberse si un hecho es importante de antemano: la importancia de los acontecimientos surge a posteriori (cfr. Borges y Sábato, 1996: 12):

Recuerdo una frase de Chesterton: antes –decía– había buenas nuevas en los Evangelios; ahora tenemos medios de no comunicar absolutamente nada. Y como todos los días se divulgan esos medios y la gente cree que cada veinticuatro horas ha ocurrido algo muy importante... Seguramente ha ocurrido algo muy importante y es posible que ocurra en cada momento, pero que eso se sepa y se publique me parece que ya es demasiado ingenuo (Borges, en Vázquez, 1986: 270).

La banalidad de la comunicación periodística también destaca si se compara con la cultura clásica:

En épocas importantes para la humanidad –la cultura griega no es nada despreciable– no había periódicos. Y no creo que Platón fuera inferior

a un vespertino... Yo no he leído un periódico en toda mi vida. En un diario, por lo general, se escriben noticias, desde luego tontas. ¿Qué importa que un Ministro viaje o no? De las cosas realmente importantes uno se entera de igual modo (Borges, en Peicovich, 1995: 95)⁷.

Podría replicarse a Borges que la prensa precisa unas condiciones de tecnología de impresión inexistentes en la Europa clásica, por lo que no es válido el argumento de que en las épocas culturalmente trascendentales es a priori innecesario el periodismo. El argumento cronológico, sin embargo, no resta razón a la aseveración borgeana de que el periodismo supone noticia constante de hechos que no tienen por qué ser noticia, o que los hechos realmente importantes no precisan medios de comunicación de masas para conocerse (pues, recordemos, toda importancia histórica se concede a posteriori).

En otro de los diálogos con Sábato, Borges estipula una diferencia más entre el periodismo y la literatura al celebrar que la literatura argentina contemporánea haya cultivado la ficción fantástica de calidad, al igual que la mexicana, rehuendo las "novelas de costumbres" y los "alegatos sociales", y evitando así que la novela se convierta en periodismo (cfr. Borges y Sábato, 1996: 157-158). El fondo de esta reflexión nos lleva a la literatura de pura imaginación frente a la constatación de hechos "reales"; hechos que, en su vertiente más intrascendente, se plasman como periodismo. En consecuencia, Borges señalará en 1984 que «ahora se confunde la literatura, digamos, con el periodismo o con la historia» (en Borges y Ferrari, 1999: 19). También existen diferencias metodológicas: para Borges, la literatura debe ser un acto de pura invención, y, como tal, fundamentalmente fantástica: «toda literatura es esencialmente fantástica», en tanto en cuanto «la idea de la literatura realista es falsa, ya que el lector sabe que lo que le están contando es una ficción» (en Borges y Ferrari, 1992: 108). La literatura que se pretende realista y que precisa documentación es por tanto "una forma de periodismo" (en Peicovich, 1995: 120). La noción de revelación tan querida a Borges, la idea de que el

⁷ En un encuentro de 1972 con Eduardo Gudiño Keffer expuso Borges ideas parecidas: «la gente compra muchos libros como compra muchos diarios, sin creer en el valor de lo que compra. Porque tienen un valor efímero. Nadie puede creer que un telegrama de la agencia Reuter[s] es superior a una obra de Platón» (en Vázquez, 1986: 255). En el mismo encuentro se animó Borges a profetizar que «la gente va a cansarse de las noticias. La prueba está en que los diarios tienen que dar noticias cuyo valor juzgan nulo» (en Vázquez, 1986: 264).

escritor es una suerte de amanuense del Espíritu de la literatura, de ese poema infinito que viene realizándose a través de los siglos (teoría que Borges extrae de Shelley, Emerson y Valéry), está en la base de dicha concepción de la creación literaria por la cual el hombre de letras entra en contacto con una especie de panteísmo literario⁸: «Una de las peores cosas que le puede pasar a un escritor es que sea periodista, porque entonces está obligado a buscar los temas. Creo que los temas deben buscarlo a uno, que es un error proponerse un tema» (Borges, en Peicovich, 1995: 130).

Del mismo año que los diálogos con Sábato (1974) data un texto de Borges, el "Epílogo para las Obras Completas", donde encontramos una interesante opinión sobre el periodismo. "Redactado" en un hipotético año 2074, el texto señala irónicamente que los periódicos son "el género literario de la época⁹"; más irónicamente todavía, predice que la prensa desaparecerá "durante los magnos conflictos que los historiadores ahora compendian" (1996, III: 499). Es evidente que Borges, que fue acusado en muchas ocasiones de estar a años luz de la realidad, sabía perfectamente que la sociedad contemporánea ya no puede entenderse sin los medios de comunicación; la cuestión es que la importancia del periodismo, y su banalidad intrínseca, han llegado a contaminar el espíritu de lo literario. De otra forma, no entenderíamos que para el purista Borges los periódicos se transformen en el género literario hegemónico, o que, como han afirmado otros escritores más "integrados", la mejor literatura de la actualidad se escriba en la prensa.

En el relato distópico "Utopía de un hombre que está cansado" (incluido en *El libro de arena*, de 1975) encontramos algunas reflexiones con las que Borges caracteriza su tiempo. Centrándonos en los medios de comunicación, el escritor bonaerense aporta otro ejemplo de la ya citada intrascendencia periodística:

En mi curioso ayer¹⁰ (...) prevalecía la superstición de que entre cada tarde y cada mañana ocurren hechos que es una vergüenza ignorar. El planeta estaba poblado de espectros colectivos, el Canadá, el Brasil, el

⁸ «Platón dijo que los poetas son amanuenses de un dios, que los anima contra su voluntad, contra sus propósitos, como el imán anima a una serie de anillos de hierro» (Borges, 1996, I: 273).

⁹ Se refiere a la época en que vivió Borges.

¹⁰ El narrador del relato, Eudoro Acevedo, ha viajado en el tiempo hacia el futuro y conversa con un extraño hombre del porvenir.

Congo Suizo y el Mercado Común. Casi nadie sabía la historia previa de esos entes platónicos, pero sí los más ínfimos pormenores del último congreso de pedagogos, la inminente ruptura de relaciones y los mensajes que los presidentes mandaban, elaborados por el secretario del secretario con la prudente imprecisión que era propia del género. Todo esto se leía para el olvido, porque a las pocas horas lo borrarían otras trivialidades (...). Las imágenes y la letra impresa eran más reales que las cosas. Sólo lo publicado era verdadero. *Esse est percipi* (ser es ser retratado) era el principio, el medio y el fin de nuestro singular concepto del mundo (...) (Borges, 1996, III: 54)¹¹.

La hipertrofia comunicativa que Borges denuncia en estas líneas es anticipada, justo antes en el relato, por la noción de que la invención de la imprenta (que posibilitó el cálido mundo textual donde Borges se encontraba a sus anchas) se había transformado en un mal histórico, al «multiplicar hasta el vértigo textos innecesarios» (1996, III: 54). Textos innecesarios que, con el periodismo a la cabeza, acaban ahogando las cuestiones importantes y la atención sobre las instituciones que realmente dominan el mundo, para centrar al público en nimiedades, en una mera constatación de datos empíricos sin relación ni historia alguna, como empirista es la aseveración citada en el texto de Borges: *Esse est percipi*, ser es ser percibido, la máxima del filósofo inglés George Berkeley. La cultura de la imagen también se revisa críticamente en este fragmento, pues ha posibilitado que la representación sea más real que la propia realidad, lo cual origina, por ejemplo, que la función del político sea «la más pública», y que éste se presente ante todos como un espectáculo «aguardado por ansiosos fotógrafos» (Borges, 1996, III: 54). De hecho, una de las cosas que Borges reprochaba a Perón es «el concepto de que la función política debe ser también una función pública (...). Inundó el país con imágenes suyas y de su mujer (...)» (en Vázquez, 1986: 130-131). En última instancia, las raíces de la aversión borgeana hacia la representación mediática suponen una declaración de neoplatonismo:

estamos gobernados por personas que se exponen a la fotografía continuamente; no solamente se exponen sino que la buscan (...). Claro,

¹¹ Algunos de estos temas están igualmente presentes en las entrevistas. Borges también criticó el exceso de información y la publicación de trivialidades en Vázquez, 1986: 264-267. Del mismo modo, declaró en una entrevista con Osvaldo Ferrari que, en nuestro mundo de fotografías y representaciones, «las imágenes son más reales que los seres» (en Borges y Ferrari, 1999: 163).

viajan no sólo con guardaespaldas y con un séquito, sino con numerosos fotógrafos. Lo contrario de Plotino (...) Plotino dijo que ya que él no era nada más que una sombra: la sombra de su arquetipo; una imagen suya sería la sombra de una sombra. Y ese argumento, lo encontraría siglos después Pascal, contra la pintura. Diciendo que si el mundo no es admirable, por qué una representación del mundo iba a serlo, sin saber que repetía a Plotino (en Borges y Ferrari, 1999: 163).

La ignorancia de lo verdaderamente importante, la cultura del olvido y la “superstición” de la noticia son algunas notas que se desprenden de “Utopía de un hombre que está cansado”, relato que también nos presenta al Borges más intelectualista denunciando una situación mediática irracional, como irracional es el efecto de la publicidad comercial: «En el ayer que me tocó, la gente era ingenua; creía que una mercadería era buena porque así lo afirmaba y lo repetía su propio fabricante» (Borges, 1996, III: 54). En otro lugar, Borges reiterará de modo parecido su juicio sobre la publicidad: «Vivimos en un tiempo muy, muy ingenuo. Por ejemplo, las personas compran productos cuya excelencia es anunciada por los mismos que los venden» (en Bravo, 1999: 93). Estas opiniones deben contextualizarse aclarando que Borges estaba en contra de la sociedad de consumo y la creación de “necesidades inútiles” (cfr. Vázquez, 1986: 259).

En el citado “Epílogo para las Obras Completas”, Borges extiende su menosprecio del fenómeno publicitario a lo sociológico, al asegurar que le agrada pertenecer a la burguesía, frente a una «plebe» y una «aristocracia» devotas por igual «del dinero, del juego, de los deportes, del nacionalismo, del éxito y de la publicidad» (1996, III: 499). La crítica de lo burgués tuvo, no obstante, épocas distintas en Borges, y la publicidad no es sólo un símbolo del mal gusto de «aristócratas» y «plebeyos»: décadas atrás, el Borges de 1928 hostigaba su carácter comercial al describir la zona bonaerense de Boedo y San Juan y «su crasa conversión al ideal burgués, con la espesa guarangada de sus atestadas confiterías, con la iluminación lucrativa de sus avisos (...)» (1997b: 366). Décadas después, como hemos visto, su visión del mundo burgués será bien distinta. Por otro lado, el texto citado es una muestra del impacto (positivo o negativo) que la nueva mitología e iconología urbana de los anuncios luminosos tendrá en algunos escritores de la década de 1920¹².

¹² Véase al respecto el relato de Francisco Ayala “Cazador en el alba” (1929), incluido en el libro homónimo (Alianza, Madrid, 1988).

Y si el periodismo supone hasta cierto punto una degradación de la literatura, la adopción por parte de la estética publicitaria de símbolos clásicos puede tener efectos análogos: en uno de los *Nueve ensayos dantescos*, “El Simurgh y el Águila”, y siguiendo a Chesterton, Borges habla de un siglo XX «que dedica las águilas luminosas y las altas letras de fuego a la propaganda comercial», frente al carácter “espléndido” que adquiere el emblema del Águila, símbolo del Imperio, en Dante (1996, III: 365). El rebajamiento de lo que MacDonald denominó “alta cultura” a cultura de masas no es el único nexo entre publicidad y periodismo. El carácter efímero es otro de ellos, o así se insinúa en el primer párrafo de *El Aleph*, donde la renovación de un anuncio de tabaco en una plaza hace que el protagonista se percate de la irreparable cualidad heraclitiana del universo, de lo imparable del cambio y lo pasajero de nuestros recuerdos. «Nuestra mente es porosa para el olvido»; concluye melancólicamente el relato (1996, I: 627), «yo mismo estoy falseando y perdiendo, bajo la trágica erosión de los años, los rasgos de Beatriz»¹³.

La ingenuidad y el engaño, con dimensiones más negativas, persisten en el juicio borgeano sobre otro tipo de publicidad: la propaganda. En las reseñas que Borges escribió para la revista *El Hogar*, en una época en plena efervescencia ideológica y bélica (1936-1940), encontramos, diseminadas, algunas opiniones sobre propaganda, y no demasiado favorables al fenómeno. El autor critica que los libros de Gustav Meyrink (autor de *El Golem*, una de las referencias borgeanas) se hayan convertido «en actos de fe, y aun de propaganda» debido a influencias teosóficas (1996, IV: 213), muestra su estupefacción ante la virulencia propagandística de un libro antisemita escrito en la Alemania de 1937 (cfr. 1996, IV: 292), o caracteriza la propaganda de la Primera Guerra Mundial como una «poderosa mitología que hacía de Alemania un reino diabólico y de las naciones aliadas otros tantos ángeles agredidos», celebrando de paso el rechazo que hacia esta propaganda presentó el Nobel Romain Rolland (1996, IV: 302). Este maniqueísmo (consustancial, por otro lado, al fenómeno propagandístico) también es detectado por Borges en el cine soviético, donde «la

¹³ Más anecdótica es la influencia de la publicidad en el formato mural elegido para la revista *Prisma*, en cuya edición Borges estuvo involucrado. «La concebimos mural», recuerda el escritor, «por razones económicas, no teníamos dinero. Yo me fijé en los avisos que había en las paredes de las calles y pensé: ¿cuánto puede costar una hoja impresa de este modo?» (en Roffé, 2001: 35).

revolución no es una fatalidad, sino un conflicto miltoniano de maltratados ángeles proletarios contra obesos demonios capitalistas...» (1996, IV: 378). En sus últimos años, Borges aún recordaba que en los films soviéticos:

los matices están prohibidos; por ejemplo: hay buenos y malos, y todo el bien está de un lado, todo el mal está del otro. Está hecho para gente bastante primitiva, ¿no?, pero al mismo tiempo estaban muy interesados en las fotografías, en que visualmente fuera lindo el film (en Borges y Ferrari, 1999: 181).

Un maniqueísmo que el escritor también detecta en el western estadounidense, si bien de modo más atemperado. En otro momento, Borges criticó la propaganda racista nazi, que denominó en 1937 “pedagogía del odio”, así como sus mecanismos de demonización y ridiculización de los judíos frente a la idealización de los alemanes, o, un año después, la reescritura de la historia y la eliminación del pasado literario alemán de figuras como Heine o Kafka, mientras se cantan las excelencias expresivas de Hitler, Goebbels o Rosenberg (cfr. 1999a: 145-146, 155-157).

No obstante estas opiniones dispersas, el texto más extenso e interesante de Borges sobre la propaganda es “Mitologías del odio”, publicado en el diario bonaerense *Crítica* el 29 de septiembre de 1933. El tema básico es la capacidad de la propaganda para generar mitos; en este caso, mitos del odio (cuatro años después Borges hablará, como hemos visto, de “pedagogía del odio”), ejemplificados en las historias de horror que cundieron en la Primera Guerra Mundial (lo que hoy conocemos como “atrocidad propaganda”):

Las atrocidades fueron casi el único artículo de primera necesidad que no escaseó durante la guerra y que la población civil devoró con una felicidad repugnante. El mercado norteamericano fue el decisivo y la superioridad de los productos anglo-franceses determinó en 1917 la capitulación final de noviembre de 1918. Un continente militó contra los imperios centrales por obra y gracia de las *Shahrazads* de Lord Northcliffe (Borges, 2002: 57).

Efectivamente, Lord Northcliffe, dueño del *Daily Mail* y *The Times*, fue uno de los grandes gurús de la propaganda británica en la Primera Guerra Mundial, hasta el punto de que sería nombrado en

1918 "Director of Propaganda in Enemy Countries" (cfr. Pizarroso Quintero, 1993: 243). Esta propaganda logró generar una histeria antialemana en Estados Unidos (a través del miedo a las atrocidades de los "hunos"), ese "mercado decisivo" del que habla Borges. En cuanto a "la superioridad de los productos anglo-franceses", el diagnóstico de Borges también es correcto, pues incluso Adolf Hitler reconocería en *Mein Kampf* la superioridad de la propaganda británica durante la Gran Guerra. Efectivamente, en el transcurso del artículo, Borges transcribe la opinión de Liddell Hart (un militar británico a quien Borges mencionará en otros momentos de su obra, como en el párrafo inicial de "El jardín de senderos que se bifurcan") sobre «la vasta colaboración de la propaganda» como una de las «causas primarias» del derrumbe de Alemania (Borges, 2002: 60). La manipulación de la información y las omisiones interesadas son otros recursos propagandísticos clásicos que Borges también cita en este artículo. Lo mismo ocurre con el maniqueísmo, fórmula prácticamente atemporal del discurso propagandístico que se funde con la mitología en el análisis de Borges (2002: 60): «Para 1933 los charros mitos de 1918 son conjuros inútiles. No nos vanagloriemos demasiado. Que estalla el lunes una guerra y el martes nadará en mitologías este planeta. De un lado haremos que milite la luz, de otr[o] la perdición...».

La reacción del autor de *Ficciones* contra la propaganda política y su parafernalia de mitos y ritos puede rastrearse igualmente en estas palabras de 1946 relativas a los efectos del peronismo:

Las dictaduras fomentan la opresión, las dictaduras fomentan el servilismo, las dictaduras fomentan la crueldad; más abominable es el hecho de que fomenten la idiotez. Botones que balbucean imperativos, efigies de caudillos, vivas y muertas prefijados, muros exornados de nombres, ceremonias unánimes, la mera disciplina usurpando el lugar de la lucidez... Combatir esas tristes monotonías es uno de los muchos deberes del escritor (Borges, 1999a: 304).

Desde una perspectiva más amplia, el anarquista spenceriano que había en Borges relaciona las dictaduras con el fenómeno de la publicidad política, partiendo (como lo hacía en la cita anterior) del eclipse de la inteligencia que implican determinadas formas de gobierno:

Creo que la idea de mandar y ser obedecido corresponde más bien a la mentalidad de un niño que a la mente de un hombre. Yo no creo que los dictadores en general sean personas muy inteligentes. También

un fanatismo puede llevarlos a ellos. El caso de Cromwell, por ejemplo: yo creo que él era un puritano, era un calvinista y creía que tenía algún derecho. Pero en el caso de otros dictadores más recientes, no creo que hayan sido llevados por el fanatismo. *Creo que han sido llevados más bien por un afán histriónico, por un deseo de ser aplaudidos, de ser obedecidos y acaso por el mero afán pueril de la publicidad, que es un afán que yo no comprendo* (Borges, en Sorrentino, 2001: 121)¹⁴.

Mario Paoletti explica la visión borgeana de la propaganda peronista añadiendo su disgusto por el populismo, pues Borges ve en Perón «un ambicioso a la manera de César, de Napoleón, de Hitler, uno de esos que justifican los medios en nombre de los fines». Paoletti ha citado, precisamente, a los tres dictadores que los historiadores de la propaganda proponen como arquetipos de manipulación política, por no hablar de esa ideología de los fines perseguidos tan habitual en propaganda.

El rechazo inicial de Borges al peronismo es provocado por las concentraciones multitudinarias, los desfiles de antorchas, la propaganda estentórea, las consignas con apelaciones sentimentales o francamente escandalosas ("alpargatas sí, libros no"). Es la estética del populismo la que ofende a Borges (...) (Paoletti, 1999: 20).

Efectivamente, uno de los aspectos que el individualista Borges criticó a la retórica propagandística es que se dirige a la multitud, que es "sencilla" y fácilmente manipulable.

Y eso lo saben muy bien los políticos, que se aprovechan del hecho de que no están hablando ante un individuo sino ante una multitud de individuos, bueno, simplificados, digamos; y del hecho de que basta usar los resortes más elementales o más torpes porque funcionan (en Borges y Ferrari, 1992: 142).

De ahí que el escritor prefiera el diálogo de los griegos a la oratoria romana, como confiesa a Osvaldo Ferrari. Desde una perspectiva propagandística, no son poco ciertas estas afirmaciones borgeanas: la noción de "simplificación" y el carácter elemental que imputa a la masa fue teorizada a finales del siglo XIX por Gustave Le Bon en *Psicología de las masas*, un texto de enorme influencia en la

¹⁴ El subrayado es nuestro.

teoría y práctica propagandística de Mussolini, Hitler y Goebbels. La preferencia de Grecia sobre Roma tampoco es casual: la racionalista Grecia, si bien presentó las primeras manifestaciones históricas de propaganda consciente, puso mucho menos énfasis en la persuasión irracional que Roma (Julio César y Augusto se cuentan entre los maestros de la historia de la propaganda, sin contar con que el Imperio Romano tuvo que crear mitos ficticios y una ética probélica para justificar su tradición y sus conquistas).

Como todo en Borges, las referencias hacia la publicidad política o ideológica transitan por la literatura; así, a las citas anteriores se une el desconcierto que confiesa cuando admite que la fábula, como género literario, emplea a los animales «para fines de propaganda moral» (1996, IV: 424), o cuando destaca (2002: 138) que «la obra –poética y prosaica– de Kipling, es infinitamente más compleja que su política», en relación a la difusión patriótica que se hizo del escritor británico. Cuando la propaganda atenta contra la literatura y el arte libres, la crítica de Borges es más afilada; así describe, por ejemplo, una publicación de propaganda nazi:

La revista de Ludendorff *Desde el sagrado manantial de la fuerza* alemana prosigue en Munich su campaña implacable contra los judíos, contra el papado, contra los budistas, contra la masonería, contra los teósofos, contra la Sociedad de Jesús, contra el comunismo, contra el Doctor Martín Lutero, contra Inglaterra y contra la memoria de Goethe (1996, IV: 313).

El tema del arte y la propaganda fue tratado específicamente por Borges en un breve texto publicado en julio de 1933 en la revista bonaerense *Contra*: “Arte, arte puro, arte propaganda...”, subtítulo “¿El arte debe estar al servicio del problema social?”, cuestión que ha levantado no pocas discusiones teóricas sobre los fines y la naturaleza de la literatura, y su función (o falta de función) social. La postura de Borges es diametralmente opuesta a, por ejemplo, una estética de tipo leninista: «Es una insípida y notoria verdad que el arte no debe estar al servicio de la política. Hablar del arte social es como hablar de geometría vegetariana o de artillería liberal o de repostería endecasílaba» (2002: 343). No obstante, Borges se distancia también de la doctrina del Arte por el Arte, distinguiendo entre los *fines* del arte (que no deben ser políticos, pero tampoco puramente estéticos) y los *motivos* del arte («las excitaciones que lo producen», dice Borges), donde

sí cabe la política: «Parece fabuloso, pero la política es uno de ellos [estímulos del arte]». En otras palabras, un texto puede estar *motivado* por lo político, por raro que sea para el autor, pero es absurdo que su teleología, sus *fines*, sean políticos. «Hay constructores de odas», concluye irónicamente Borges, «que beben su mejor inspiración en el Impuesto Único, y acreditados sonetistas que no segregan ni un primer hemistiquio sin el Voto Secreto y Obligatorio. Todos ya saben que éste es un misterioso universo, pero muy pocos de esos todos lo sienten» (2002: 243).

La propaganda tampoco obtiene un juicio favorable en la visión borgeana cuando sus fines son escasamente éticos. En un diálogo con Sábato, fechado el 11 de enero de 1975, Borges descalifica el discurso político mostrando su falta de honestidad:

Creo que ningún político puede ser una persona totalmente sincera. Un político está buscando siempre electores y dice lo que esperan que diga. En el caso de un discurso político los que opinan son los oyentes, más que el orador. El orador es una especie de espejo o eco de lo que los demás piensan. Si no es así, fracasa (en Borges y Sábato, 1996: 75).

El argumento viene a completar lo apuntado en “Utopía de un hombre que está cansado”: el discurso político, y su canal mediático-propagandístico, adolecen de falsedad (de “irrealidad”, diría Borges). Su carácter artificial es análogo al de la propaganda cuando se enfoca, por ejemplo, al tema de la fama: comentando la antigua literatura anglosajona, Borges habla de una época «en que no existía la propaganda» y donde «se pensaba que si una persona era famosa lo era justa y merecidamente. En cambio, hoy la fama puede ser el resultado de una maniobra» (en Borges y Sábato, 1996: 81). Sólo hay que echarle un vistazo a nuestras actuales “celebridades” mediáticas para ver el sinsentido causado por este tipo de publicidad.

Si los políticos retroalimentan los deseos del público y le dicen sólo lo que desea oír, nos encontramos en las antípodas del socratismo y el diálogo racional; un socratismo que Borges reivindicó en plena Segunda Guerra Mundial, comentando en el artículo “Dos libros” (*Otras inquisiciones*, 1952) un ensayo de Bertrand Russell, “Free thought and official propaganda”¹⁵. En este ensayo, Russell:

¹⁵ La relación (y la deuda) de Borges con Russell se encuentra desarrollada en Borges y Ferrari, 1992: 218-223.

propone que las escuelas primarias enseñen el arte de leer con incredulidad los periódicos. Entiendo que esa disciplina socrática no sería inútil. De las personas que conozco, muy pocas la deletrean siquiera. Se dejan embaucar por artificios tipográficos o sintácticos; piensan que un hecho ha acontecido porque está impreso en grandes letras negras; confunden la verdad con el cuerpo doce; no quieren entender que la afirmación: "Todas las tentativas del agresor para avanzar más allá de B han fracasado de manera sangrienta" es un mero eufemismo para admitir la pérdida de B. Peor aún: ejercen una especie de magia, piensan que formular un temor es colaborar con el enemigo... Russell propone que el Estado trate de inmunizar a los hombres contra esas agüerías, y esos sofismas. Por ejemplo, sugiere que los alumnos estudien las últimas derrotas de Napoleón, a través de los boletines del Moniteur, ostensiblemente triunfales (Borges, 1996, II: 103).

Escrito en un ambiente intelectual y social que el propio Borges, citando de nuevo a Russell, califica de "irracional", este texto viene a suponer otra crítica al fenómeno propagandístico que, cargado de sofismas y retórica, nos sitúa de nuevo en un mundo de representaciones falsas donde lo publicado cobra entidad por el mero hecho de estar publicado. Por otro lado, el texto nos demuestra otra de las funciones negativas que puede tener el periodismo: transformarse en pura propaganda al servicio de intereses determinados; un hecho, por otro lado, rastreable en toda la historia de la prensa, pero que en nuestro siglo, y tras la "propaganda científica" de la Primera Guerra Mundial, adquirió carácter masivo en la lucha por el control de las mentes.

Sin duda, Borges compartía las mismas alarmas de Russell acerca de la propaganda, y así se plasma no sólo en su obra estética y ensayística, sino también en su labor periodística: como ha observado Luz Rodríguez, el objetivo de los textos borgeanos en *El Hogar* no es «el de reemplazar una norma por otra, sino el de transformar al público en lectores que piensen por sí mismos y dejen de ser carne de cañón para la propaganda» (2000: 27). Años después, Borges volverá a comentar las ideas de Russell, reincidiendo en la manipulación a través de la prensa y apuntando el poder de la propaganda en Argentina: «creo que algo hemos sabido de eso en este país, ¿no?, ¡quizá demasiado, quizá todo! Y sin duda seguimos a merced de esa propaganda» (en Borges y Ferrari, 1992: 221).

Propaganda, periodismo y cine se unen en una reflexión de 1952 incluida también en *Otras inquisiciones*, "El pudor de la historia", donde Borges denuncia la manipulación propagandística (con la ayuda

del medio periodístico y del cine-espectáculo) de la Historia, acaso de modo más radicalizado bajo el totalitarismo:

El 20 de septiembre de 1792, Johann Wolfgang von Goethe (que había acompañado al duque de Weimar en un paseo militar a París) vio al primer ejército de Europa inexplicablemente rechazado en Valmy por unas milicias francesas y dijo a sus desconcertados amigos: «En este lugar y el día de hoy, se abre una época en la historia del mundo y podemos decir que hemos asistido a su origen». Desde aquel día han abundado las jornadas históricas y una de las tareas de los gobiernos (singularmente en Italia, Alemania y Rusia) han sido fabricarlas o simularlas, con acopio de previa propaganda y de persistente publicidad. Tales jornadas, en las que se advierte el influjo de Cecil B. de Mille, tienen menos relación con la historia que con el periodismo: yo he sospechado que la historia, la verdadera historia, es más pudorosa y que sus fechas esenciales pueden ser, asimismo, durante largo tiempo, secretas (1996, II: 132).

Si el periodismo era una pobre versión de la literatura, aquí la propaganda trivializa y transforma en espectáculo la afirmación de un genio literario; del mismo modo, escribe Borges más adelante, que «el elemental sabor de lo heroico» se ve entorpecido en nuestro tiempo «por las torpes imitaciones de los profesionales del patriotismo» (1996, II: 133). De la calidad a la vulgaridad, y de la realidad al simulacro mediático.

La literatura omnipresente

Pasando a la práctica, podemos conjeturar que las colaboraciones de Borges con los medios de comunicación de masas fueron, además de no muy numerosas, una extensión virtual de su tarea como escritor. Más, muchísimo más numerosas fueron las entrevistas que le hicieron en las últimas décadas de su vida¹⁶. En las entrevistas, Borges suele reproducir sus obsesiones literarias y, en ocasiones, muestra un marcado entusiasmo que ha llevado a algunos a señalar que para Borges la entrevista era un género literario (lo mismo ocurre con el prólogo, en cuya redacción fue maestro, o con el arte de poner títulos a las obras). Muy distinta es, sin embargo, la visión que nos da Mario

¹⁶ "Proporcionalmente, desde 1960 hasta la fecha [1988], los libros de "entrevistas" a y con Jorge Luis Borges superan y en mucho cualquiera de las otras categorías de la producción borgiana" (Mignolo, 1988: 292).

Paoletti de los contactos mediáticos de Borges en las décadas de 1970 y 1980:

Son los años de las entrevistas periodísticas, a razón de tres o cuatro por día, en las que el maestro unas veces responde seriamente, otras se burla de sus entrevistadores y otras dice, por cortesía, lo que cree que están esperando que diga el personaje Borges. Por si acaso, y para evitar equívocos, dejaré escrito que «lo que decimos no siempre se parece a nosotros» (1999: 31)¹⁷.

A tenor de lo que afirma Paoletti, ¿se transformó el Borges tardío en una mera representación mediática, atildada con toda la fama y las respuestas programadas que él mismo criticó en otras ocasiones? Puede ser. En una sentida reseña de las magistrales entrevistas televisivas que Joaquín Soler Serrano mantuvo con Borges en 1976 y 1980, Carlos Pujol define estos encuentros como «una obra de arte de imagen pública, inteligencia, cultura, ingenio, humor y cierta pose muy bien estudiada de olvídense de lo que he escrito, no sé qué ven en mí»¹⁸. En cualquier caso, pensamos que Borges volcó bastante entusiasmo en esos años, cuando su obra ya era reconocida mundialmente, y siguió predicando su evangelio literario en cada prólogo, entrevista o conferencia pública en que se involucró. Por necesidad de trabajo a finales de los años 30, y por su *status* de Viejo Maestro de la Literatura en los 70 y 80, Borges nunca rechazó la relación con los medios de comunicación de masas (la prensa, especialmente); más bien, mantuvo una postura de colaboración que sólo chirriaba cuando entraban en conflicto temas éticos, los mismos temas por los que Borges descalificaba la propaganda y otras manifestaciones poco honestas. De hecho, su relación con los periódicos nunca fue idílica: María Kodama señala que

no deben olvidarse sus confrontaciones con la prensa a través de sus opiniones sobre la política o el fútbol. Borges me decía que no entendía

¹⁷ Entre otras cosas, Borges criticó a los periodistas el hecho de que «tratan de que yo hable mal de los demás escritores argentinos y del mundo. Hay dos que se mencionan siempre: Cortázar y Neruda. Son dos ideas fijas. Como yo no hablo mal se desilusionan. Otra cosa que se supone, es que me paso la vida pensando en recibir el Premio Nobel». En general, «los reportajes (...) suelen ser aburridos» (Borges, en Vázquez, 1986: 125), y las preguntas que le formulaban a Borges los periodistas parecen ser de lo más absurdo (cfr. Vázquez, 1986: 121-125).

¹⁸ «El escritor confidencial», en *ABC Cultural*, 12 de junio de 1999, p. 23.

por qué se producía todo ese escándalo en torno a sus declaraciones. Él era un escritor y un hombre ético, de modo que, si eran inteligentes, debían imaginar sus respuestas ante esos temas (1999: 111).

En cuanto a lo que Borges escribió *para* los medios, y sin detenernos demasiado en los guiones cinematográficos de Borges y Adolfo Bioy Casares¹⁹, ni en contactos más o menos anecdóticos con la comunicación de masas (como el folleto que escribió con Bioy Casares para publicitar cuajada²⁰, o el ya mencionado disco donde recita sus poemas), destacan sobre todo los trabajos de Borges para medios de comunicación no exclusivamente literarios (quedan aparte sus colaboraciones literarias en *Sur* y otras revistas²¹), como los publicados al principio de su carrera en periódicos de *Europa*, los editados en el diario bonaerense *La Prensa* (para el que escribirá 25 artículos entre 1926 y 1929)²², los de la revista semanal *El Hogar* entre 1936 y 1939²³ o los textos publicados en *La Nación*. A título de curiosidad,

¹⁹ Véase nota 5.

²⁰ Bioy Casares comenta las circunstancias que rodean la escritura de este texto publicitario en Alifano, 1988: 84.

²¹ No incluimos en el concepto de colaboraciones periodísticas el gran número de textos borgeanos escritos para revistas literarias y culturales como *Grecia*, *Ultra*, *Cosmópolis*, *Nosotros*, *Prisma*, *Proa*, *Los anales de Buenos Aires* (que Borges dirigió), *Martín Fierro*, *Síntesis* o la ya citada *Sur*.

²² Algunas de estas publicaciones están recogidas en *Textos recuperados*. 1919-1929 (cfr. Borges, 1997b). Sobre su colaboración en *La Prensa* recordaría Borges que «cada vez que publicaba un artículo en ese diario a mí me pagaban setenta pesos. Entonces yo destinaba nueve pesos para comprar un libro de Groussac» (citado en la página web *Un siglo de Borges (1899-1999)*, sección Diarios y Revistas. Disponible en Internet -01.07.2002-: <http://www.buenosaires.gov.ar/cultura/biblioteca/borges/usb/diarios.htm>). En 1927 se dictó en el Salón Dorado de este diario la conferencia sobre «El idioma de los argentinos», que al parecer, y debido a su timidez, Borges no pronunció.

²³ En su juventud Borges colaboró en medios como *Última hora*, de Mallorca, y *El Faro*, de Galicia, según informa Javier Bozalongo en el artículo «Borges y el periodismo» (basado en una conferencia homónima pronunciada por María Kodama en Granada en abril de 2001). El texto está disponible en Internet (01.07.2002): <http://www.elmurocultural.com/wgranada03.html>. Borges también colaboró en el diario *Clarín* y en el suplemento literario de *La Nación*, y codirigió con Ulyses Petit de Murat la *Revista Multicolor* de los Sábados del diario *Crítica*, donde publicó notas y artículos sobre literatura entre 1933 y 1934 (cfr. Borges, 2002: 54, nota 7), y, lo que más nos interesa, narraciones que aparecerían posteriormente en *Historia universal de la infancia* (sobre el trabajo de Borges en la *Revista Multicolor* véase Mayer, 1996: 3-4). En *Textos recuperados* 1931-1955 (cfr. Borges, 2002) pueden hallarse decenas de textos borgeanos publicados en la *Revista Multicolor* y en el diario *La Nación*.

recordaremos que la primera publicación de Borges, una traducción de "El príncipe feliz" de Oscar Wilde, se publicó en el diario *El País* de Buenos Aires el 25 de junio de 1910.

Nos detendremos sobre todo en los textos de *El Hogar*²⁴. ¿Qué hizo Borges en este «semanario social muy difundido y de bastante frivolidad», como él mismo lo definió (en Alifano, 1988: 100)? La revista tenía un apartado dedicado a temas culturales y literarios, en una de cuyas páginas ("Libros y autores extranjeros") colaboraba Borges. La página se dividía en cuatro secciones: ensayos, biografías sintéticas, reseñas y comentarios sobre el mundo literario, y en casi todos ellos podemos observar (y disfrutar con) las características del discurso borgeano: erudición asombrosa, pronunciada subjetividad, estimación de lo literario según parámetros rigurosamente estéticos, con-

Borges también fue, en sus propias palabras, «director de una revista pseudocientífica llamada *Urbe*, que en realidad era el órgano de promoción de un sistema privado de transporte subterráneo en Buenos Aires» (1999c: 76). En relación a este último dato encontramos en *Textos recobrados 1931-1955* un texto de Borges, "El nuevo subterráneo", publicado en el n° 3 (febrero de 1936) de la *Revista Mensual Ilustrada Obra*, editada por la compañía Chadopyf de Subterráneos de Buenos Aires, donde Borges fue secretario de redacción en 1936, si bien colaboró en la revista desde 1935. Salvando el cambio de nombre de la publicación, los datos parecen coincidir con los de su quehacer en *Urbe*. No obstante las posibles coincidencias, la nota editorial que abre los *Textos recobrados* menciona las dos revistas como publicaciones distintas (cfr. en Borges, 2002: 8), de forma que, efectivamente, no deben ser la misma a pesar de las coincidencias contextuales. En cualquier caso, lo que más nos interesa destacar es que el tono de "El nuevo subterráneo" es visiblemente publicitario: «Nadie ignora que los dos terminales de la nueva línea son el pasaje obligado de toda la población suburbana del norte y del sur (...). Ello quiere decir que para todos, la obra realizada es un verdadero acontecimiento, y singularmente para nosotros, dado el carácter especial de esta publicación (...). El nuevo subterráneo es la obra de sus propios beneficiarios, del público para quien fue construido (...). En breve, Buenos Aires contará con la red de subterráneos que reclaman las necesidades más inmediatas de su tránsito» (Borges, 2002: 348-349). Sería uno de los escasísimos ejemplos de Borges como publicista comercial.

Para un listado exhaustivo de las publicaciones periodísticas borgeanas, según un listado cronológico de su obra, véase *Jorge Luis Borges. Bibliografía completa* de Nicolás Helft (1997: 23-123).

²⁴ No es nuestra intención, por razones de espacio y por el tema de nuestro artículo, efectuar un análisis sistemático de todas las colaboraciones periodísticas borgeanas, lo cual sería objeto de una investigación mucho más amplia.

En concreto, la labor de Borges en *El Hogar* ha sido contextualizada detalladamente por Enrique Sacerio-Garí (1986). Para un análisis extenso de las colaboraciones de Borges en *El Hogar*, véase Barei, 1999. Un excelente análisis de estos textos borgeanos, centrado sobre todo (y desde una perspectiva retórica) en el género epidíctico y las biografías sintéticas, puede encontrarse en Rodríguez, 2000.

densación de la información verdaderamente importante, teorización sobre la literatura, ironía corrosiva... incluso, vemos en algunos de estos textos detalles e ideas que prefiguran algunos cuentos de Borges, como la reseña de *Der totale Krieg*, de Ludendorff, cuyo tema reaparecerá, amplificado, en "Deutsches Requiem", o la nota sobre la novela *Excellent Intentions*, de Richard Hull, donde Borges centra la reseña en exponer una idea para una novela policíaca que contiene frases que reaparecerán casi literalmente en el relato "Examen de la obra de Herbert Quain" en 1941, tres años después (lo que nos permite hablar, siguiendo a Silvia N. Barei -cfr. 1999: 168-, de cierta "ficcionalización" de la crítica). Como ha señalado Luz Rodríguez, las estrategias y los temas de las ficciones y ensayos borgeanos de la época son los mismos que los de *El Hogar*, si bien «los géneros escogidos como vehículo son los populares, aquellos que eran familiares para el público porteño de los años treinta: el género epidíctico, o didáctico, la biografía, la antología, la novela policial y la ciencia ficción» (2000: 23). Para Enrique Sacerio-Garí (en Borges, 1986: 17), estos textos borgeanos son indispensables «para el conocimiento de sus ficciones críticas». Sacerio-Garí también afirma que «la obra realizada por Borges en *El Hogar* durante los años 1936-1939 permite volver a enfocar su narrativa y su obra crítica madura desde una nueva perspectiva» (1986: 25).

En la misma página de la reseña de *Excellent Intentions*, correspondiente al 15 de abril de 1938, encontramos otra muestra significativa del marcado carácter literario que Borges imprimía a estos textos periodísticos: la nota biográfica del escritor T.F. Powys, abierta con un párrafo que podría encontrarse en cualquier cuento de Borges:

En una casa de las sierras de Dorset -sur de Inglaterra- hay algunos miles de libros en inglés y en latín, una taciturna mujer que entiende de rosas y un enlutado hombre alto, de pelo encanecido y ojos azules. De tres y media a seis de la tarde hace ya treinta años que ese hombre escribe una o dos páginas por día, caligrafiando con obstinado amor cada letra (1996, IV: 358).

Los textos apuntados son ejemplos extremos de cómo lo literario puede inundar la reseña periodística, pero lo cierto es que, aunque en menor grado, los textos de *El Hogar* comparten en general los rasgos típicos de la literatura borgeana, destacando sobre todo la mezcla genérica como algo común; lo cual responde a una de las mayores

innovaciones borgeanas: crear un tipo de artefacto textual a medio camino entre el ensayo y el cuento. Con razón ha hablado Barei (que califica estos textos como “periodismo cultural” –cfr. 1999: 12–) de la “estética de la mezcla” y la hibridación como mecanismos determinantes (cfr. 1999: 50), a lo que se añade la visión del crítico literario como lector; visión que, por otra parte, preside toda la obra de Borges: «No sé si soy un buen escritor; creo ser un excelente lector o, en todo caso, un sensible y agradecido lector», escribió en el “Prólogo” genérico de su *Biblioteca personal* (1996, IV: 449). Estos textos, en definitiva, se separan de la frialdad descriptiva que atenaza en ocasiones al periodismo cultural en su vertiente más objetivista y entroncan de lleno con la miscelánea visión que de lo literario tenía Borges. Además, poseen una cualidad que los emparenta con el resto de ensayos breves que escribió nuestro autor, plenamente literarios: muchas reseñas están enfocadas a un público con determinados conocimientos literarios previos, de ahí la lluvia de referencias, reflexiones teóricas y hasta comentarios filosóficos que las pueblan. En otras palabras, en *El Hogar* se vislumbra «la infinita intertextualidad de Borges» (Sacerio-Garí, 1986: 26).

Algo parecido ocurre con los textos aparecidos en *La Prensa*, donde escribirá sobre todo acerca de temas literarios, desde la presencia de Buenos Aires en la poesía a la teoría de la traducción, pasando por Quevedo, el culteranismo o los cuentos del Turquestán. Por ejemplo, en 1935 Borges escribió para ese diario ensayos de cierta extensión sobre escritores y obras muy apreciados por él, como Kafka, Poe o el Martín Fierro...²⁵ elementos que, en suma, suponen la savia de la propia literatura borgeana. Lo mismo sucede con el primer texto que Borges publicó en un periódico de la capital argentina, *El Diario Español*, el 23 de octubre de 1921, que es una poética del Ultraísmo (cfr. 1997b: 108-111), o con la revista *Obra*, donde publicó, entre otros textos, un artículo titulado “Laberintos”, o con el primer artículo de Borges para *La Nación*, aparecido en febrero de 1940, que versaba sobre Nietzsche. También en *La Nación* se editó una nota sobre *The Purple Land* que acabaría engrosando (en una versión distinta) el libro de ensayos *Otras inquisiciones*, con el nombre “Sobre *The Purple Land*”²⁶. En cuanto a sus trabajos para el diario *Crítica*, Marcos Mayer observa que Borges los aprovechó «para poner en práctica

²⁵ Véase Borges, 2002: 110-114, 120-123 y 126-130.

²⁶ Véanse los textos citados en Borges, 2002: 158-160, 180-184 y 186-188.

muchas de las ideas que estaban siendo anticipadas en los ensayos, sobre todo aquellos que integran el volumen de *Discusión*, aparecido en 1932» (1996: 4). La tónica de los temas borgeanos tratados en la *Revista Multicolor de Crítica* y en el diario *La Nación* es, en general, la habitual: desde las reflexiones sobre la cuarta dimensión al *Martín Fierro*, pasando por Kipling, los laberintos, el *Quijote*, etc. Incluso su teoría literaria emerge entre estos textos periodísticos: «Alguna vez he conjeturado en estas columnas», escribe Borges en *La Nación* el 20 de septiembre de 1953, «que todas las metáforas son variantes de un reducido número de arquetipos; acaso esta proposición también es aplicable a las fábulas» (2002: 306), idea que acabará plasmándose en la metafísica literaria de “Los cuatro ciclos”. En *La Nación* también publicó Borges cuentos como “La espera”, el 27 de agosto de 1950, o “El Sur”, el 8 de febrero de 1953 (cfr. Helft, 1997: 73, 76)²⁷, y muchos de los importantes ensayos de *Otras inquisiciones* están recogidos en las páginas de ese diario entre 1949 y 1952 (cfr. Helft, 1997: 72-75), de igual forma que uno de los poemas más estimados por el propio Borges, “Límites”, se publicó en *La Nación* el 30 de marzo de 1958 (cfr. Helft, 1997: 80), y lo mismo sucede con muchos otros poemas del Borges tardío.

La conclusión es evidente: a pesar de su juicio teórico negativo sobre el periodismo, las publicaciones de Borges en la prensa anticipan y/o participan de los mismos temas e inquietudes que están en el centro de su obra “oficial”. Más aún, la presencia en la prensa diaria o semanal de textos e ideas borgeanas importantes permite aseverar que la obra de Borges se desarrolló en parte en los periódicos que tanto denostaba.

El hecho de que sus reseñas y trabajos periodísticos no hagan sino retroalimentar la particular mitología literaria borgeana no se limita sólo a sus textos sobre libros o autores; también está en sus críticas de cine. Fuera de los comentarios técnicos o estrictamente cinematográficos (evolución histórica, comparación entre las estéticas de distintos países, etc.), las críticas de cine de Borges están plagadas de referencias a géneros, autores y obras literarias, comparaciones entre libros y películas, analogías de recursos literarios... Conrad, Wells, Dostoievsky, Stevenson, la Biblia, el Martín Fierro, Kafka,

²⁷ Estos dos cuentos ya se habían publicado en *El Aleph* (1949) y *Ficciones* (1944), respectivamente. De “El Sur” dijo Borges en 1944 que «es acaso mi mejor cuento» (1996, I: 483).

Chesterton, la doctrina del Eterno Retorno y otros muchos pobladores del universo borgeano aparecen en estos comentarios sobre cine. En una conversación con María Esther Vázquez afirma Borges que de *Psicosis* le interesa «la ingeniosa y a la vez patética idea de alguien que cree ser la persona que él ha matado. Es otra variación sobre el tema del doble, que es tan atractivo» (en Vázquez, 1986: 97); una prueba más de las relaciones que Borges establece entre lo puramente literario (ese “tema del doble” que obsesionaba a Borges está presente en sus ídolos literarios: Stevenson, Wilde, etc.) y otras manifestaciones artísticas y comunicativas.

En cuanto a la literatura de masas, la postura de Borges fue, de nuevo, ambivalente entre la teoría y la práctica, y, en cualquier caso, se benefició de la inyección de calidad que siempre supone el toque del autor. El Borges que en 1974 se sorprende de que se vendan libros en los quioscos (cfr. Borges y Sábato, 1996: 17-18) es el mismo que en 1985 dicta los prólogos para los libros de la colección de quiosco Biblioteca Personal, compuesta por textos de lectura imprescindible elegidos por Borges y publicada por Hyspamérica; el Borges que en 1939 deplora la orientación comercial de las novelas policiacas fue, sin embargo, un ferviente admirador (y hasta compilador) del género durante toda su vida (cfr. 1996, IV: 424). De hecho, un género ocasionalmente (e injustamente) criticado por su baja calidad o su carácter comercial, como la ciencia-ficción²⁸, contó con el beneplácito de Borges en los honorables casos de H.G. Wells o las *Crónicas Marcianas* de Ray Bradbury, con lo que regresamos a sus opiniones teóricas sobre los medios de comunicación y géneros de masas. Sobre otro género de la literatura popular, el western estadounidense, Borges escribe con Esther Zemborain de Torres que se trata de «un género subalterno y tardío. Fuerza es admitir, sin embargo, que es una forma de la épica, y que ha legado un símbolo al mundo, el cowboy solitario, justo y valiente» (1997a: 1042).

Menos ambivalente es su opinión sobre los *best-sellers*, que, simplemente, no son literatura: «En mi época no había *best-sellers* y no podíamos prostituirnos. No había quien comprara nuestra prostitución» (Borges, en Bravo, 1999: 76); lógico, en un hombre que se

²⁸ El autor de *El libro de Arena* prefería la traducción “ficción científica”, más ajustada gramaticalmente al original inglés “science fiction”. Para Borges se trata de un género de la literatura fantástica o ficción fantástica (en Borges y Ferrari, 1999: 41). El autor comenta ampliamente sus opiniones sobre este género en Vázquez, 1986: 154-157.

sorprendía de haber vendido 27 ejemplares de uno de sus libros (*Historia de la eternidad*). Acerca de los *best-sellers* y del hecho «de que la literatura sea comercial ahora como no lo fue antes» también recuerda Borges que:

cuando empecé a escribir, nunca pensábamos en el éxito o en el fracaso de un libro (...). Uno escribía para uno mismo y, acaso, como decía Stevenson, para un pequeño grupo de amigos. En cambio, ahora se piensa en la venta; sé que hay escritores que anuncian públicamente que han llegado a la quinta, a la sexta o a la séptima edición, y que han ganado tanto: todo eso hubiera parecido totalmente ridículo cuando yo era joven. O, mejor dicho, más que ridículo hubiera parecido increíble. Se hubiera pensado que un escritor que habla de lo que gana con sus libros lo hace como diciendo: «Yo sé que lo que yo escribo es malo, pero lo hago por razones comerciales, o porque tengo que mantener a mi familia» (en Sorrentino, 2001: 106).

No obstante, el propio Borges reconoce que los textos de *Historia Universal de la Infamia*, publicados en el periódico sensacionalista *Crítica*, «fueron hechos para consumo popular (...) y eran marcadamente pintorescos» (1999c: 75)²⁹. Además, ¿llegó Borges, en la vorágine de la fama, las entrevistas y los *mass-media*, a ser alguna vez un escritor de masas?³⁰ «He firmado tantos ejemplares de mis libros que el día que me muera va a tener gran valor uno que no la lleve» (Borges, en Bravo, 1999: 76); una triste y acaso desesperada conclusión para alguien que criticó el hecho de que «el escritor tiene que ser público, tiene que ser tan público como los políticos» (en Borges y Ferrari, 1999: 162), así como «esas ceremonias comerciales de presentación de libros, de firmas, de todas esas boberías que son una de las tantas pruebas de la ingenuidad de esta época» (Borges, en Vázquez, 1986: 271).

«Borges forever». Conclusiones.

Celebrado por algunos como un escritor para lectores que ya vienen de la literatura, por otros como el escritor para escritores, por otros como el escritor definitivo, y por casi todos como el paradigma

²⁹ En su juventud, Borges parecía tener una actitud muy distinta a la de la madurez en relación a las ventas de los libros y el acceso a un público amplio. Por ejemplo, en 1925 se interesaba por las ventas de *Inquisiciones* y, a través de Proa, por “desparramar el nombre y las opiniones” (1997b: 424).

³⁰ En relación a este tema, véase Singer Kovacs, 1977.

de la exquisitez estilística, el purismo literario y la reserva de la cultura occidental, ni el esquivo Borges pudo evitar la reflexión sobre, o el contacto con, los medios de comunicación de masas y el expediente de degeneración cultural que éstos arrastran. Es importante, en todo caso, señalar que la crítica borgeana de la comunicación de masas no radica en un juicio negativo a priori sobre los medios. En su vejez Borges especificó que, si bien «vivimos continuamente aturridos por la televisión y por la radio», «un medio de comunicación, en sí, no puede ser ni bueno ni malo. Es como si se dijera que la escritura es buena o mala» (en Borges y Ferrari, 1999: 169). El medio, frente a McLuhan, no es el mensaje, y la reacción borgeana contra la cultura mediática debe entenderse en función del uso y de la calidad (escasa) de los contenidos mediáticos, más que en relación a la naturaleza de los mismos, sea esta última escrita, sonora o audiovisual.

La renuencia teórica de Borges a la comunicación social responde a su desprecio (también teórico) al fenómeno de la publicidad (entendida en un sentido amplio, no sólo comercial), que, como hemos visto, considera una aspiración grosera. «Detesto la publicidad», dice en una conversación con Esteban Peicovich; dos páginas más adelante, confiesa que la publicidad es su fobia particular (en Peicovich, 1995: 221, 223). Admirador de un país como Suiza, donde, como tantas veces comentó, mucha gente no conoce a los miembros del gobierno, Borges heredó de su padre (entre otras muchas cosas) este amor por el anonimato.

El problema de esta teoría son los últimos años de la vida de Borges y el status mediático que alcanzó. Como señaló Katherine Singer Kovacs en 1977, «to those who are familiar with his writings, Borges's transformation into a public personality is of supreme irony» (Singer Kovacs, 1977). Ricardo Piglia lo ha expresado inmejorablemente: «Borges aparece todo el tiempo en los diarios para decir que los diarios y el periodismo han arruinado la cultura»³¹. Parece que las paradojas de sus cuentos resurgen en estos años, y encontramos a Borges aludiendo al ideal paterno de ser un hombre “invisible”, a que le parece «muy grato ser desconocido» y a que suele aconsejar a la gente que no lea sus libros, sino los de otros (Borges, 1978: 103), en el guión de una película titulada *Borges para millones*, cuyo texto es

³¹ Entrevista a Ricardo Piglia, “Sobre Borges”, en Borges Brasil. On Line. Cuadernos de Recienvenido. Disponible en Internet (01.07.2002):

publicitado en la contraportada del volumen como una “charla” en la que Borges «volcó sin reticencias sus confesiones para millones de lectores». ¿Devorado al final por la publicidad que tanto criticó, o suplantado por ese *Doppelgänger* público que reveló en “Borges y yo”? La segunda hipótesis parece más plausible, a tenor de lo que confesó, ya octogenario, en una conversación con Willis Barnstone:

Borges representa todas las cosas que odio. Representa la publicidad, las fotos, las entrevistas, la política, las opiniones –todas las opiniones son despreciables, diría yo. También representa esas dos naderías, esas dos imposturas, el fracaso y el éxito (...). Él se dedica a eso, mientras que yo, digamos, yo represento, no el hombre público, sino el ser particular, la realidad, pues esas otras cosas son irreales para mí. Lo real es sentir, soñar, escribir –lo de publicar, eso pertenece, creo, a Borges, no al yo (Borges, 1988: 286-287. Traducción de Antonio Fernández Ferrer).

A María Esther Vázquez le ofreció otra explicación en 1975: comentando los muchos reportajes que le hacían, Borges aclaró que «la televisión es lo peor. Lo someten a uno a incomodidades basadas en la idea de que uno desea ser visto y yo no me considero especialmente lindo... No tengo ganas de que me vean»; Vázquez le pregunta (lógicamente) por qué contesta entonces a los periodistas, y Borges responde lo siguiente:

Porque no puedo decir que no; es un defecto mío. Pero si me piden un reportaje para un diario del interior, entonces pienso que puedo ayudarles y lo hago contento. Voy a ver si me desligo totalmente de la televisión. Esa gente está cobrando sumas enormes usándolo a uno y pagándole con incomodidad; es una especie de soborno a la vanidad y yo no tengo esa vanidad (en Vázquez, 1986: 127).

Es como si Borges hubiese querido tener, por ejemplo, la actitud de Salinger hacia la publicidad, pero sin conseguirlo. En 1974 Borges afirmaba, entre la melancolía y el humor, lo siguiente:

...he llegado a cumplir medio siglo de labor, llamémosla así, “literaria”. ¿Cuál es el resultado? El resultado es que muchas personas me conocen de vista en la calle y ése, evidentemente, no era el fin que yo me había propuesto (en Vázquez, 1986: 274).

“Mi fama basta para condenar a esta época”, dijo en alguna ocasión. “Olvídense de mis libros, lean a De Quincey”, pidió en otro momento.

Podemos concluir, en todo caso, que la postura de Borges como objeto de la comunicación periodística ocupa una posición intermedia entre el rechazo visceral y el entusiasmo potencial al considerar, por ejemplo, la entrevista como un género literario; algo consecuente con la panliteraturización a la que el argentino sometía la realidad.

Lo que demuestra el trabajo de Borges en *El Hogar* (...) es el aprendizaje de una actitud ante los medios masivos, que pondría en práctica en sus últimos años, cuando la fama era ya inevitable. Cuando se lo invitaba a programas, radiales o televisivos, con los cuales poco o nada tenía que ver, la posición con la que Borges respondía era suponer que su pasión por la literatura, por Chesterton, por Shakespeare, por el Quijote o por Stevenson, era compartida con igual intensidad, tanto por el eventual conductor como por el público. Así, cualquiera de sus entrevistas puede leerse como una lección de literatura, tal vez la forma más perfecta de la vida desde el punto de vista borgeano (Mayer, 1996: 4).

Un ejemplo de esa "intensidad" que destaca Mayer puede encontrarse en los diálogos transmitidos por radio que Borges mantuvo con Osvaldo Ferrari en Radio Municipal de Buenos Aires: como recuerda Ferrari, para Borges «dialogar era una forma indirecta de escribir (...). Borges, al conversar, prolongaba su obra escrita» (en Borges y Ferrari, 1999: 10).

Esta posición intermedia entre el rechazo visceral y la posibilidad de literaturizar (y elevar) los medios puede también aplicarse a su trabajo periodístico, a su postura como sujeto de la comunicación: en palabras de Roberto Alifano;

Borges tuvo poco en cuenta las colaboraciones que hizo para medios periodísticos, a pesar de que ponía en ellas casi tanto rigor como en escribir un cuento o un poema. Las consideraba menores, quizá sin demasiado valor literario, y las calificaba como un *small-paying job* (1988: 100).

Debemos entender esto en el contexto de una conclusión más amplia: en general, el diagnóstico teórico de Borges acerca de fenómenos como el periodismo o la publicidad (comercial y política) suele ser francamente negativo; en la práctica, nunca publicitó nada³² (ni

³² En el artículo «Borges on the Right», publicado en *Boston Review* en otoño de 1977, Katherine Singer Kovacs se basa en el apoyo de Borges al gobierno de Videla

siquiera su propia obra, aunque parezca lo contrario; si acaso, comunicó a quien pudo su entusiasmo por sus ídolos: Stevenson, De Quincey, Schopenhauer, etc.), y sus contactos con el periodismo se limitaron a la dirección y/o colaboración con publicaciones periódicas para las que escribía ensayos y reseñas que reduplicaban sus teorías sobre la literatura. Los medios, en cualquier caso, como extensión de su actividad literaria; algo lógico, por otra parte, en un escritor que declaró lo siguiente: «(...) todas las cosas del mundo me llevan a una cita o a un libro» (1996, III: 433)³³. Frente a los periodistas-escriores que incorporan a sus obras literarias elementos y técnicas periodísticas, Borges es un escritor que cuando escribe textos en la prensa nos muestra cómo la literatura y las pasiones artísticas e intelectuales se enseñorean e inundan la reseña o el artículo periodístico. Esto es: como todo en Borges, la literatura que inunda el periodismo o la crítica de cine, y que denuncia la politización o propagandización (son frecuentes las críticas a los escritores marxistas que politizan su literatura) de lo que en el canon borgeano debe ser arte de pura imaginación. «He was not a writer for the masses, not for the people, mind you, when political propaganda was rampant in Latin America and it was easy to divide the world in two», escribe Mauricio Betancourt sobre Borges³⁴. La literatura (y a ser posible, fantástica) inunda incluso contactos banales con la comunicación de masas como el anuncio de yogur que Borges y Bioy Casares escribieron para una empresa: como recuerda el segundo, Borges y él se tomaron el encargo de escribir el folleto comercial «como un hecho literario (...). Realmente agarramos para el lado de la literatura fantástica» (Bioy Casares, en Alifano, 1988: 84). Si hasta un anuncio de yogur puede literaturizarse, queda fuera de toda duda la hipótesis de que Borges aplicó a sus

para decir que «Borges has allowed his namesake to enter the political arena, where he now plays a key role in the propaganda apparatus of the Videla government» (Singer Kovacs, 1977). No obstante, es necesario recordar (para matizar ese posible rol de Borges como propagandista, que en todo caso sería involuntario) que Borges cambió radicalmente su opinión sobre el régimen militar argentino al conocer las noticias de los desaparecidos (cfr. Vázquez, 1986: 231).

³³ Fernando Savater resalta que la modernidad de Borges radica en haberse percatado de que «el discurso es la realidad de la realidad»; es decir, lo literario, en su caso, como núcleo verdadero de la realidad: «Por "literario" no hay que entender solamente lo que es habitual considerar narración o poesía, sino también esas otras formas poéticas o narrativas que son la filosofía, la teología, la teoría científica, las constituciones políticas o las proclamas revolucionarias» (Savater, 1983: 186).

³⁴ Mauricio Betancourt, "Jorge Luis Borges", en *Empire: ZINE*. Disponible en Internet (01.07.2002):<http://www.empirezine.com/spotlight/borges/borges.htm>

contactos con la comunicación de masas el proceso de estetización que era consustancial a su escritura.

La literatura no sólo inunda sus juicios y aproximaciones a los medios de masas; también está por encima de todos los medios. Incluso si nos centramos en un medio como el cine, del que Borges era entusiasta confeso, encontramos la preeminencia de la comunicación escrita. Por ejemplo, cuando Osvaldo Ferrari pregunta a un Borges ya octogenario por qué se refiere siempre a los libros especulando sobre lo que haría si recuperase la vista, el escritor responde que «después de todo, no creo que haya ningún film comparable a la *Enciclopedia Británica*, o a la enciclopedia Bro[c]khaus, o la enciclopedia europea de Garzanti, ¿no?, no creo que haya historias comparables a la historia de la filosofía» (en Borges y Ferrari, 1999: 185). La literatura es, en definitiva, el rasero de toda medida borgeana, como cuando se sorprende a mediados de la década de 1980 por la sustitución de asignaturas de literatura por otras sobre medios de comunicación: «parece muy raro que la literatura sea reemplazada por la radio, pero parece que todo es asombroso» (en Borges y Ferrari, 1999: 198).

Queda, además, ese contacto de Borges con los medios de comunicación en los últimos años de su vida. Entre entrevistas ambiguas y homenajes de todo tipo, la prensa y la televisión ayudaron a fabricar el mito Borges que culminaría con la celebración del centenario del escritor en 1999 por todo el planeta. Así expone Harry Almela, en un artículo de ese mismo año («Borges forever»), la consagración mediática de Borges en paralelo a su incidencia en la cultura intelectual:

Quien en vida hizo de la Biblioteca platónica su morada, consume actualmente numerosas y reales, abarrotadas de notas y libros consagrados a su obra. Tengo la sospecha de que no hay día en que la prensa de habla hispana no inscriba su nombre. Y tengo la certeza de que no hay jornada de este mundo en el que algún escritor no pronuncie su gracia en el precario poema o desperdicie la oportunidad de confesar su presencia al acometer el cuento o conceder la inevitable entrevista. Como si sus múltiples declaraciones en contra de la inmortalidad fuesen su propia condena, Borges está destinado a padecer la fama que en parte le deparó la vida (Almela, 1999: 1).

Universidad de Sevilla

REFERENCIAS

- ALIFANO, Roberto
(1988) *Borges, biografía verbal*. Barcelona, Plaza y Janés.
- ALMELA, Harry
(1999) «Borges forever», en *Espéculo* n° 13, octubre de 1999-febrero de 2000. Disponible en Internet (09.07.2002):
- BAREI, Silvia N.
(1999) *Borges y la crítica literaria*. Tauro Producciones.
- BARNATÁN, Marcos Ricardo
(1986) «Preliminar» a BORGES, Jorge Luis: *Narraciones*. Madrid, Cátedra, pp. 11-59.
- BORGES, Jorge Luis
(1978) *Borges para millones*. Buenos Aires, Corregidor.
(1986) *Textos cautivos. Ensayos y reseñas en "El Hogar"*. Edición de Enrique Sacerio-Garí y Emir Rodríguez Monegal. Barcelona, Tusquets Editores.
(1988) *Borges AZ*. Selección, prólogo y notas de Antonio Fernández Ferrer. Siruela, Madrid.
(1996) *Obras completas*. 4 volúmenes. Barcelona, Emecé.
(1997a) *Obras completas en colaboración*. Barcelona, Emecé.
(1997b) *Textos recobrados. 1919-1929*. Buenos Aires, Emecé.
(1999a) *Borges en Sur. 1931-1980*. Barcelona, Emecé.
(1999b) *Borges por él mismo*. Libro + CD. Madrid, Visor.
(1999c) *Un ensayo autobiográfico*. Barcelona, Galaxia Gutenberg / Círculo de Lectores / Emecé.
(2002) *Textos recobrados. 1931-1955*. Barcelona, Emecé.
- BORGES, Jorge Luis, y CARRIZO, Antonio
(1983) *Borges el memorioso. Conversaciones de Jorge Luis Borges con Antonio Carrizo*. México D.F., Fondo de Cultura Económica.
- BORGES, Jorge Luis, y FERRARI, Osvaldo
(1992) *Diálogos*. Barcelona, Seix Barral.
(1999) *Reencuentro. Diálogos inéditos*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- BORGES, Jorge Luis, y SÁBATO, Ernesto
(1996) *Diálogos*. Compaginados por Orlando Barone. Buenos Aires, Emecé.
- BRAVO, Pilar (ed.)
(1999) «Diccionario de borgerías», en *Revista de Occidente* n° 217, junio de 1999, pp. 75-97.
- CAÑEQUE, Carlos
(1995) *Conversaciones sobre Borges*. Barcelona, Destino.

- CHAO, Ramón
(2001) «Una entrevista inédita con Jorge Luis Borges», en *Le Monde Diplomatique*, agosto de 2001, pp. 28-29.
- GARCÍA, Carlos
(1996) «Borges y las artes plásticas. En torno a un texto casi desconocido», en *Variaciones Borges* n° 2, 1996, pp. 188-191.
- HELFT, Nicolás
(1997) *Jorge Luis Borges. Bibliografía completa*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- KODAMA, María
(1999) «Borges en la memoria», en BORGES, Jorge Luis: *Un ensayo autobiográfico*. Barcelona, Galaxia Gutenberg / Círculo de Lectores / Emecé, pp. 111-115.
- MAYER, Marcos
(1996) «El periodista literario», en *La Maga*, nota del 1 de febrero de 1996. Disponible en Internet (01.07.2002):
- MIGNOLO, Walter
(1988) «Jorge Luis Borges (1899-1986)», en GOIC, Cedomil (coord.): *Historia y Crítica de la Literatura Hispanoamericana*. Vol. III. Época contemporánea. Barcelona, Crítica, pp. 285-304.
- PAOLETTI, Mario
(1999) «Biografía de yo», en *Revista de Occidente* n° 217, junio de 1999, pp. 7-32.
- PEICOVICH, Esteban (comp.)
(1975) *Borges, el palabrista*. Madrid, Libertarias/Prodhufi.
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro
(1993) *Historia de la propaganda*. Segunda edición, ampliada. Madrid, Eudema.
- RODRÍGUEZ, Luz
(2000) «Disiento suavemente». Jorge Luis Borges, periodista popular», en LEFERE, Robin (ed.): *Borges en Bruselas*. Madrid, Visor, pp. 21-36.
- ROFFÉ, Reina
(2001) *Conversaciones americanas*. Madrid, Páginas de Espuma.
- SACERIO-GARÍ, Enrique
(1986) «Borges: el lector en "El Hogar" (1936-1939)», en BORGES, Jorge Luis: *Textos cautivos. Ensayos y reseñas en "El Hogar"*. Edición de Enrique Sacerio-Garí y Emir Rodríguez Monegal. Barcelona, Tusquets Editores, pp. 21-30.
- SAVATER, Fernando
(1983) «Borges: doble contra sencillo», en *La infancia recuperada*. Madrid, Alianza, pp. 184-194.

- SINGER KOVACS, Katherine
(1977) «Borges on the Right», en *Boston Review*, otoño de 1977. Disponible en Internet (01.07.2002):
- SORRENTINO, Fernando
(2001) *Siete conversaciones con Jorge Luis Borges*. Buenos Aires, El Ateneo.
- VÁZQUEZ, María Esther
(1986) *Borges, sus días y su tiempo*. Buenos Aires, Javier Vergara Editor.
(1999) *Borges. Esplendor y derrota*. Barcelona, Tusquets.