

Encanto y desencanto del *flâneur* en “París” de Sarmiento

Los recorridos del escritor-mercancía

Martín Iván Califa

Facultad de Filosofía y Letras, UBA

Resumen

En este trabajo nos proponemos explorar el relato de Sarmiento en su carta “París”, compilada en *Viajes*, a la luz de las ideas de Benjamin (2002) sobre la *flânerie*, intentando ilustrar cómo el autor encarna esta figura en la construcción de sí mismo que hace en la narración de su relato por la capital francesa. Además, analizaremos cómo en este viaje iniciático, donde busca la consagración como escritor “americano”, Sarmiento atraviesa los conflictos propios de la ciudad moderna –en tanto *flâneur*– y los de la indiferencia que recibe por su condición de periférico –en tanto escritor-mercancía– articulando una nueva identidad y actitud en tanto intelectual latinoamericano frente a la cultura dominante.

En el “Prólogo” que Sarmiento escribió para su obra leemos que los relatos de sus viajes son producto de la necesidad de escapar al tedio de la tarea que lo embargaba; “el espectáculo de las naciones”¹ sería el aliciente que lo ayudaría a llenar los ratos libres que se abrieran entre sus obligaciones. Este gesto inscribe la escritura de Sarmiento en el terreno del esparcimiento, del goce, de la apropiación de una matriz de percepción diferenciada. Lo que este trabajo se propone es justamente explorar su “existencia ambulante”, lo que a la luz de las ideas de Benjamin se conoce como *flâneur*.

El *flâneur*, arquetipo del ciudadano decimonónico, encuentra en Sarmiento una peculiar realización. Este viajero vive la experiencia de París a modo de *shock* –del que Benjamin habla como constituyente de la vida urbana en “Sobre algunos temas en Baudelaire”–, como comprobamos con su narración del salvaje tránsito parisino, aunque sin dejar que la violencia lo paralice. La ciudad lo deslumbra pero no lo encandila. Tal vez la razón se deba a que Sarmiento es un seudo novato, en el sentido de que si bien nunca antes había puesto pie en una gran ciudad sí podemos conjeturar que tenía un conocimiento de lo urbano, resultado del amplio y arbitrario conjunto de lecturas que poseía.² Benjamin dice en “París, capital del siglo XIX”:

El *flâneur* desempeña el rol de un explorador en el mercado. Como tal, también es el explorador de la multitud. Dentro del hombre que se abandona a sí mismo a esta, la multitud inspira un tipo de ebriedad, acompañada por ilusiones muy específicas: el hombre se congratula a sí mismo al pensar que al ver un transeúnte pasar por la multitud, él lo ha clasificado con precisión, lo ha atravesado con la mirada hasta los intersticios más profundos de su alma. (Benjamin: 21)

Acá se halla la avidez clasificatoria de la que habla Viñas (1982), la sectorialización de la ciudad en términos de interés-consumo. También hay ecos de esta mirada atravesadora en el análisis que hace Sarmiento de la gestualidad de Mackau cuando se entrevista con él.

1 Sarmiento, D.F., *Viajes*, Madrid, Colección Archivos, 1993, p. 3. Todas las citas de la obra se harán a partir de esta edición. A continuación de cada una de ellas se indicará el número de página.

2 Tenemos la certeza de que Sarmiento había leído *Los misterios del París* de Sue antes de llegar a París y de que este libro había configurado parte de su imaginario sobre la ciudad.

Los recorridos de Sarmiento en sus ratos libres suponen una mirada desligada del trabajo, la que Raymond Williams (2001) piensa como necesaria para la configuración de un paisaje. Benjamin señala que esta postura es propia del *flâneur*,³ y que además hay en este un posicionamiento en los umbrales de la metrópolis, circunstancia que se da en Sarmiento, como americano ignoto en París, de manera casi literal.⁴

La singularidad de la mirada sarmientina se delinea también cuando se comparan sus juicios con los del parisino contemporáneo. De acuerdo con Harvey (2003), la representación social preponderante de los parisinos sobre sí mismos en aquel momento era rígidamente dicotómica. Sin embargo, en Sarmiento no hay rastros de semejante reduccionismo. El abanico de clases que despliega es mucho más amplio y complejo. Baste recordar sus aventuras por los restaurantes de la ciudad o su visita a los bailes públicos, donde, si bien la diferencia no desaparece, sus límites se difuminan.

Aun así, el aspecto de la caracterización benjaminiana que más interesa aquí es el circular del *flâneur* por espacios mercantilizados, en lo cuales él mismo deviene en mercancía, siempre a la zaga de un comprador (Benjamin, 2002: 10). Es bajo esta clave que el presente trabajo pretende hacer un recorrido por los encantos y desencantos de Sarmiento *flâneur*, Sarmiento mercancía, en París.

Podemos leer en el texto mismo que Sarmiento confiaba en que su recientemente publicado *Facundo* le abriría las puertas de la ciudad. La consagración intelectual como escritor americano era la credencial –el “título”– indispensable para su presentación al mundo de las ideas, pero no porque de lo contrario le faltaran las oportunidades. Sarmiento dice: “No he querido ser presentado a Michelet, Quinet, Luis Blanc, Lamartine, porque no quiero verlos como se ven los pájaros raros; quiero tener títulos para presentarme a ellos, sin que crean que satisfago una curiosidad de viajero.” (p. 121) Aquí se comprende que el rótulo de escritor es la etiqueta que convertiría a Sarmiento en objeto de deseo para los ojos de los demás y no solo en un espectador.

Pero, ¿qué encanta a Sarmiento? En principio, la *flânerie* misma. “Esa beatitud del alma” significa para Sarmiento un frenesí desconocido, que en su ejercicio le permite dar vueltas, acercarse, alejarse, “meter sus narices por todas partes” y hasta perderse (porque sabe que siempre habrá un buen parisino para orientarlo). Si Sarmiento cifra su valor en tanto escritor no se puede dejar de pensar en la propuesta de Michel de Certeau (1988), que considera al caminar por la ciudad como la escritura de un texto (el primero de este tipo para nuestro viajero) por lo que para Sarmiento el placer del deambular es de por sí el placer de una escritura que hace sobre el texto París, el más narrado de su época (Iglesia, 2007).

En este tránsito en el que Sarmiento vive el entorno como una gran exposición no se puede sino imaginar al autor mismo exhibiéndose para los otros. Sarmiento experimenta: simula ver rarezas que no están allí para atraer la presencia de los transeúntes, resalta su extranjería ostensiblemente para ver qué efectos causa, etc; en definitiva, busca ser mirado a su vez.

Al mismo tiempo, el ejercicio de la *flânerie* descubre el otro gran encanto: que *todo* pueda ser mirado en París. De acuerdo con el ángulo que se escoge, el “prisma” parisino revela las maravillas con las que nadie pueda haber soñado jamás. El modo en que Sarmiento describe esta enorme variedad hace pensar en las grandes vidrieras de las exhibiciones mundiales, auge de la época. Al respecto dice Benjamin: “[las exhibiciones mundiales] abren una fantasmagoría en la que una persona entra para ser distraída. La industria del entretenimiento facilita esto al elevar a la persona al nivel de la mercancía.” (Benjamin, 2002: 7) Nuevamente, se revela la misma tónica que fue señalada arriba: Sarmiento como *flâneur* ingresa al juego de mercado, en el que todo puede ser consumido, incluso él mismo.

3 “(...) the city opens out, becoming landscape –as it will do later, in subtler fashion, for the flâneurs.” (Benjamin, 2002: 6).

4 Podría también pensarse en la otra distancia de la que habla Michel de Certeau (1988) para la ciudad actual pero que tiene el mismo efecto: permite ver el todo en el que se está inmerso (en su caso, leer el texto que contribuye a escribir).

Bajo esta luz resulta llamativo el pasaje que Sarmiento dedica a narrar sus aventuras gastronómicas. París puede ser saboreada (ver Viñas, 1982) por todos los bolsillos, y, si bien no todas las experiencias son placenteras, se obtiene la seguridad de que la ciudad no les es negada a nadie, ni siquiera a un americano forzado a una economía de guerra en pos de extender su estadía, como lo atestiguan el escrupuloso diario de gastos de Sarmiento.

Sin embargo, los encantos pronto se esfuman y se revela la crudeza de tan exigente ciudad-mercado. Sarmiento confiesa, anécdota graciosa mediante, cómo el Río de la Plata y todo lo relativo a este no son más que objeto de la más fría indiferencia entre la opinión pública francesa. ¿Cuál es el atractivo de un escritor proveniente de una región inhóspita que, para colmo, se propone desentrañar sus problemas, causa del más infalible sopor para cualquiera? El planteo de este interrogante significa para el Sarmiento *flâneur*, Sarmiento mercancía, la toma de conciencia de su invisibilidad frente a las miradas, de su ínfimo valor. Es lógico pensar que para el recién llegado resultaba natural pensar que, así como él observaba todo, él también sería objeto de escrutinio y de deseo; a pesar de ello, el juego de las miradas se revela más competitivo y permanece en un punto ciego.

A partir de aquí la decepción no hace sino profundizarse. El prejuicio y desinterés de Dessage seguidos por la irritante idiotez de Mackau –que le vale a este una maldición de Sarmiento– consiguen solo acentuar la indignación. La entrevista con Thiers parece tener un efecto apaciguador, pero su discurso en el parlamento muestra que el Río de la Plata –y por ende, Sarmiento mismo– es un comodín de guerra contra el gobierno y que su contenido importa poco o nada.⁵

A pesar de lo último, las dos sesiones parlamentarias que presencia son ocasiones de asombro y aprendizaje para Sarmiento, que hasta el momento se ha paseado por la ciudad-mercado con notoria ingenuidad. Sarmiento aprende que en una ciudad donde todo es espectáculo no bastan los buenos argumentos, sino que es imperativo poseer el histrionismo necesario para hacer una puesta en escena de ellos y, además –la lección más amarga de todas– que así como en París todo puede ser consumido, los políticos también pueden serlo si se averigua su justo precio. Como afirma David Viñas, Sarmiento se da cuenta de que no hay “dioses en Europa” (1982: 44).

La prueba de fuego, no obstante, es desafiar a los dioses propios. La cita con San Martín le demuestra que incluso lo más noble es pasible de degradarse: “San Martín es hombre [no dios] y viejo, con debilidades terrenales, con enfermedades de espíritu adquiridas en la vejez (...) Aquella inteligencia tan clara en otro tiempo, declina ahora; aquellos ojos tan penetrantes que de una mirada forjaban una página de la historia, estaban ahora turbios [no como la mirada ya esclarecida de Sarmiento]” (p. 119).

El *flâneur* gana en astucia, en madurez. Acaba la inocencia y se fortalece la experiencia. De ahora en más, se sabe cuáles son las reglas del juego de la exhibición. Sarmiento gasta cien francos en la traducción (cifra astronómica teniendo en cuenta la austeridad que se había impuesto) admitiendo que el español no es un idioma que venda, y se dedica a hacer circular el extracto, solo un extracto (y esta es otra concesión que hace Sarmiento), por entre los editores parisinos. Finalmente, su insistencia y –démosle esto a Sarmiento– su talento le ganan una reseña en la *Revista de Ambos Mundos*. Por fin alguien le ha prestado algo de atención y le ha encontrado un valor. Sarmiento *flâneur*, Sarmiento mercancía, ha dado con el comprador que ha estado buscando.

Por último, la delicia final que Sarmiento comparte con nosotros es la de los bailes y el hipódromo. Estos espectáculos públicos despiertan en Sarmiento profundas reflexiones (ver p. 123) y sentimientos de esperanza para América (ver p. 126-127) y resulta tentador tratar de responder por qué. Para el *flâneur* devaluado que ha conseguido venderse solo a un precio menor del que esperaba, resulta utópica la escena de la igualdad social de los festejos callejeros. Sarmiento por

5 Esto es lo que precisamente le espeta sin medias tintas Armand Marrast, redactor de *El Nacional*.

fin encuentra un espacio en París en el que una “costurera de ropa blanca” puede devenir, aunque sea por una noche, en una reina que “lores ingleses, boyardos y príncipes rusos pagarían cien francos para [ver desde] primera fila” (p. 124). O se regocija pensando cómo la instalación de hipódromos en América haría que más de un argentino o chileno dejase “pasmado” a los parisinos. En fin, Sarmiento elige terminar su *flânerie* por París –como de costumbre capitalizando sus carencias– rescatando los paisajes de la subversión de los valores, en los que alguien como él seríapreciado por todos.

Bibliografía

- Benjamin, Walter. 1972. “Sobre algunos temas en Baudelaire”, en *Poesía y capitalismo. Iluminaciones II*. Madrid, Taurus.
- , 2002. “Paris, the Capital of the Nineteenth Century [Exposé of 1935]”, en *The Arcades Project*. Cambridge, The Belknap Press of Harvard University Press. [Los citas de este y el siguiente texto han sido traducidas por mí.]
- , 2002. “Paris, the Capital of the Nineteenth Century [Exposé of 1939]”, en *The Arcades Project*. Cambridge, The Belknap Press of Harvard University Press.
- De Certeau, Michel. 1988. “Walking in the city”, en *The Practice of Everyday Life*. Berkeley-Los Angeles, University of California Press.
- Harvey, David. 2003. “Rhetoric and representation”, en *Paris, Capital of Modernity*. Londres/Nueva York, Routledge.
- Iglesia, Cristina. 2007. “París-Copiapó: la ruta de la escritura. Notas sobre *Viajes de Sarmiento*”, *America. Cahiers du Criccal*, N° 36. Voyages et foundations (2° série). París, Presses de la Sorbonne Nouvelle.
- Viñas, David. 1982. “El viaje balzaciano”, en *Literatura argentina y realidad política*, Buenos Aires, CEAL.
- Williams, Raymond. 2001. “Agradables panoramas”, en *El campo y la ciudad*. Buenos Aires, Paidós.

CV

MARTÍN CALIFA ES PROFESOR DE INGLÉS DEL ISP “JOAQUÍN V. GONZÁLEZ” Y ACTUALMENTE CURSA LAS ÚLTIMAS MATERIAS DE LA LICENCIATURA EN LETRAS DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS (UBA). SE DEDICA A LA DOCENCIA DE LENGUA INGLESA Y HA PARTICIPADO DE GRUPOS DE INVESTIGACIÓN DE LINGÜÍSTICA ANTROPOLÓGICA.