LECTURA Y PASAJE EN EL FIN DE SIGLO

POR

HORACIO LEGRAS
Georgetown University

Aunque la actividad de periódicos, revistas, diarios y otras formas letradas no librescas gozó de una amplia popularidad en el fin de siglo argentino su importancia ha sido a menudo opacada por la atención que la crítica literaria ha prestado al libro –ya sea texto literario o ensayo de interpretación– como plasmación estética de las preocupaciones de su tiempo. Al proponer la historia de la producción cultural letrada como síntesis de la totalidad de la memoria histórica, la historiografía tradicional reduce la historia de todos a la autobiografía espiritual de la élite. Esta situación ha comenzado a cambiar en los últimos años en buena medida por la influencia de los estudios culturales que ha llevado a cuestionar la conformación histórica de la gobernabilidad político-cultural en Argentina. La reciente historiografía argentina sobre el fin de siglo XIX, por caso, insiste en el estudio de ámbitos y formas de expresión dejados de lado por el relato canónico de la formación de la cultura nacional. En esta historiografía son los espacios públicos y no el salón (a menudo incluso reemplazado aquí por el “café”), las festividades callejeras y no los discursos parlamentarios, el vértigo de la ciudad y de sus calles y no la mirada reposada de la carta o la memoria, las que demandan la atención del investigador. Se trata de un corpus formidable, que continúa ampliándose y que ha forzado ya a una reevaluación profunda de nuestra concepción de ese período.¹

Esta nueva mirada historiográfica se inserta en una narrativa ya establecida sobre el significado socio-cultural del fin de siglo: la del pasaje de sociedades tradicionales a

¹ Algunos de los textos fundamentales son la colección *Historia de la vida privada en Argentina*, Vol 2, dirigida por Fernando Devoto y Marta Madero; en el terreno del estudio de la ciudad como espacio de modernización son imprescindibles los libros de Adrian Gorelik *La grilla y el parque* y de Jorge Liernur y Graciela Silvestri *El Umbral de las metrópolis*. Una nueva perspectiva histórica sobre el período que presta atención a las tensiones entre la naciente sociedad civil y el estado oligárquico liberal se encuentra representada en el texto de Lidia Bertoní *Patriotas, cosmopolitas y nacionalistas*. El malestar de la modernización en la élite ha sido ampliamente documentado y discutido por Oscar Terán en *Vida intelectual en el Buenos Aires fin-de-siglo*. Finalmente el texto que inicia esta renovación es el de Adolfo Prieto, *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. En todas estas narrativas la historia del fin de siglo ha cesado de ser “la biografía espiritual de la élite”, y aun en aquellos textos que prestan una atención fundamental a la élite del ‘80 como *El cuerpo del delito*, de Josefina Ludmer, este sector políticamente dominante está lejos de ser el elemento explicativo fundamental de la sociedad de su tiempo.

sociedades modernas. En el ámbito que nos interesa aquí –el de la prensa periódica, la lectura y la conformación de públicos– ese pasaje conlleva una mutación fundamental en la función mediadora intelectual. Mientras en buena parte del siglo XIX el intelectual aparece investido en la demarcación de fronteras internas, que separan la representación de la patria íntima de un afuera bárbaro, mulato, aborígen, femenino, o inmigrante (la lista es larga); la naciente modernidad fuerza en el intelectual una actitud integradora que es en rigor de verdad el primer vislumbre de la ideología del estado nacional popular que dominará el horizonte político y cultural latinoamericano en el siglo XX. Obviamente, aunque el movimiento es, tendencialmente hablando, hacia una amplia incorporación, la modernidad y sus saberes producen también nuevas fronteras internas y nuevos sistemas de exclusión que son igualmente esenciales para su entendimiento.²

LA PRENSA MASIVA EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS DEL SIGLO XIX

El texto que comienza esta vasta revisión de la cultura de fin de siglo, *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna* de Adolfo Prieto, comienza su evaluación del período colocando en el centro de aquel universo el fenómeno de la extraordinaria masividad de la prensa periódica sobre todo cuando ésta es confrontada con el estancamiento, tanto en el ámbito simbólico como material, de la forma *libro*. Y aun en el terreno del libro, subraya Prieto, se trata de un tiempo de tiradas espectaculares en que los *best sellers* de la élite (*Juvenilia*, 1.200 ejemplares vendidos) fueron opacados por otros títulos consumidos fundamentalmente en los sectores populares (*Martin Fierro* y sus legendarias 40.000 copias vendidas a lo largo de seis años, pero fundamentalmente *Juan Moreira* de Eduardo Gutiérrez con su no menos legendarias 100.000 copias vendidas antes del fin de siglo).

Juan Moreira aparece ya en folletín, inserto entre las páginas de un periódico: *La Patria Argentina*, editado por el hermano de Eduardo Gutiérrez, el extraordinariamente polifacético Juan María Gutiérrez. La prensa periódica alcanza por entonces una significativa masividad favorecida por una creciente tecnificación por un lado y por el influjo sostenido de la inmigración por el otro. Disponibilidad y mercado potencial comienzan a justificar la aventura editorial como inversión económica. Adolfo Prieto escribe que hacia 1877, en un país que tiene por entonces 2.347.000 habitantes, existen 148 periódicos “de índole y ritmos de aparición diversos” (34). Cinco años después, en 1882, los habitantes superarán los tres millones, pero la cantidad de periódicos habrá crecido hasta alcanzar los 224 títulos colocando a Argentina en el tercer lugar mundial en la relación periódicos-habitantes. A un promedio de un periódico cada 13.509 habitantes, la difusión de cada uno era necesariamente limitada. Sin embargo recurriendo aun a cálculos conservadores, el tiraje total de periódicos editados diariamente a mediados de la década del ‘80 ronda los 322.500 ejemplares (Prieto 35). Dado que las modalidades de lectura del período, sobre todo en los sectores populares, descansaban en gran medida en prácticas de préstamo, canje y lectura

² Dos agudos comentarios sobre la articulación entre ciencia, disciplinamiento y exclusión en el fin de siglo lo constituyen los libros de Jorge Salessi, *Médicos, maleantes y maricas*, y de Gabriela Nouzeilles *Ficciones Somáticas*.

compartida, la cantidad de lectores potenciales por cada texto publicado debió al menos duplicar su tiraje efectivo.

La masividad no es el rasgo más llamativo de aquella prensa, sino más bien “la profusión de sus títulos y la variedad de los contenidos” (Prieto 35). Esta prensa irregular, a veces de vida efímera, representa diversos grupos étnicos, sociales e incluso lingüísticos (hacia mediados de la década del ochenta hay en Buenos Aires, Rosario y Córdoba, publicaciones periódicas en 11 lenguas distintas con algunas lenguas, como el italiano, en posesión de más de media docena de periódicos). En este panorama de dispersión aparecen también las primeras empresas comerciales que se ocupan de editar revistas de interés general. Serán esas nuevas publicaciones, como *Don Quijote*, que en 1890 superó todo record imaginable de venta para la época, agotando una tirada de 61.000 ejemplares, las que serán más exitosas en conformar un nuevo público lector extraído de la masa babélica, cosmopolita y multilingüe que habita las ciudades argentinas de la cuenca del Plata. En esta línea editorial el título sin duda más importante es *Caras y Caretas*, que aparece hacia el final del siglo, en 1898. La revista fundada por el español Eustaquio Pellicer estará llamada a constituir por muchas décadas la publicación más importante de la historia gráfica argentina: en 1910, con motivo del centenario de la independencia, *Caras y Caretas* edita 201.150 ejemplares de un número especial de 400 páginas generosamente ilustrado. Tendrán que transcurrir más de dos décadas antes que otro semanario, la revista femenina *Para Ti*, rompa, duplicándolo, el record de venta de *Caras y Caretas*. Finalmente, periódicos y revistas no agotan el campo de las publicaciones masivas del fin de siglo. A partir de los últimos años de la década del noventa el teatro pasa a constituirse en el fenómeno de masas más importante de su tiempo.³ En tanto tal, contó con editoriales especializadas en la publicación de sus piezas (esta práctica, notoriamente, ha desaparecido) y otro tanto ocurriría en el terreno de las canciones populares y más tarde con las letras de tango.

La previa y sumaria exposición de algunos aspectos de la prensa periódica entre 1880 y 1910 tiene el propósito de exponer una dificultad inherente a su estudio. Se trata de un período, el de la modernización, que condensa enormes problemáticas y significaciones; y de un ámbito, el de la prensa masiva, que ha sido poco estudiado y cuyas referencias históricas no son fáciles de consultar. Confrontado con esas dificultades, este ensayo circunscribe tres instancias que arrojan luz sobre el fenómeno de la prensa periódica y la lectura en el fin de siglo: el primero es una empresa singular que constituye nuestra principal fuente de información sobre periódicos y lectura en la década del ochenta: el *Anuario bibliográfico* editado por Navarro Viola entre 1879 y 1886. En una segunda instancia quiero prestar atención, a través de la lectura de *¿Inocentes o Culpables?* la novela de Antonio Argerich (1884), a la relación que los herederos de la ciudad letrada mantienen con este auge de la prensa masiva. Me interesa en este caso la representación *literaria* de la lectura no literaria (o sub-literaria) como lugar de anudamiento de los “síntomas” de la modernidad. El ensayo concluye con una consideración de *Caras y*

³ Jacobo de Diego estima que mientras en 1897 la cantidad de funciones teatrales llegaba apenas a las 222 anuales con un público total de 27.952 personas, trece años después, en 1910, las funciones reparían a 1234 en el año congregando a 469.738 espectadores. “El Teatro: el gauchesco y el sainete” 36*.

Caretas como la primera instancia de superación de la dispersión del público masivo y las dicotomías de fin de siglo (letrados tradicionales/intelectuales modernos; cultura popular representacional/cultura de los géneros literarios; educación /entretenimiento y otros) a través de la creación del *magazine* “de interés general”.

1880. EL ANUARIO BIBLIOGRÁFICO DE NAVARRO VIOLA

Como ha señalado Adolfo Prieto casi todo lo que sabemos de la extensión, volumen y variedad de publicaciones en los primeros años de la década del ochenta proviene de la labor casi solitaria pero importantísima de Alberto Navarro Viola, quien edita entre 1879 y 1888 el *Anuario Bibliográfico del Río de la Plata*. A diferencia de otros emprendimientos similares, como el *Boletín Bibliográfico Sud Americano*, que aparece por un corto tiempo a comienzos de 1870, el *Anuario* de Navarro Viola tendrá no sólo continuidad, sino también la intención de hacer una revisión exhaustiva de las publicaciones del período. Su objetivo fundamental es conformar un archivo y una memoria de los tipos de publicaciones aparecidas en el país. En sus páginas se encuentran referencias a novelas, folletines, memorias, documentos oficiales, balances municipales, documentos del Ministerio de Relaciones Exteriores o disertaciones universitarias. Algunas veces esas obras son solamente mencionadas –como en el caso de los documentos oficiales–; otras veces, como en el caso de las tesis universitarias, se acompaña la información con una reseña crítica, muchas veces firmada por figuras importantes del mundo político e intelectual como Domínguez Sarmiento o Bartolomé Mitre. Finalmente el criterio de exhaustividad lleva a Viola a ocuparse también –aunque invariablemente en términos condenatorios– de las ediciones de la cultura popular de la época, permitiéndonos así una visión más amplia del campo cultural del fin de siglo. Cabe anotar sin embargo que existen en el *Anuario* ausencias conspicuas: toda la variedad de prensa socialista, anarquista y sindical no tiene cabida en sus páginas.

El *Anuario* de 1880 clasifica toda actividad editorial en 21 categorías. Así sabemos que en 1879 se editan 472 publicaciones que reflejan el trabajo de 290 autores. Si exceptuamos la más ambigua de estas clasificaciones (Variedades, con 127 títulos), la mayor cantidad de títulos corresponden a las áreas de Literatura (64); Derecho y Ciencias Sociales, (47) y Obras médicas (46), –aunque aquí se incluían también ciencias exactas y naturales, problema que se resolvería con la ampliación de las categorías el año siguiente. Mientras la información sobre 1879 no computa diarios y periódicos, el anuario dedicado al año 1880 (aparecido por lo tanto en 1881) sí. Entonces los periódicos ocupan cómodamente el primer lugar, 109 títulos en 1880, 165 para el año 1881.

Se puede obtener una idea gráfica del crecimiento de la prensa periódica –y su variedad– comparando las cifras reportadas en 1881 y 1887, último año de aparición del *Anuario*. El *Anuario* separa las publicaciones periódicas de acuerdo a tres criterios: *nacionalidad, tema y frecuencia*. Si atendemos a la *nacionalidad* de las publicaciones, las argentinas van de 145 a 396 y las extranjeras crecen de 20 a 47. Dentro del ámbito de los periódicos extranjeros (se entiende por ello mayormente periódicos de comunidades), los españoles van de 4 a 5; los italianos de 7 a 17; los alemanes de 4 a 8; los franceses de 2 a 8; los ingleses de 3 a 6; bajo la designación “idiomas varios” aparecen 3 publicaciones,

entre ellos un periódico en “eslavo.” Cuando el *Anuario* reporta los distintos temas en que se organizan estos periódicos, más del cincuenta por ciento de la producción total (92 de 165 en 1880, y 264 de 443 en 1886) se agrupan bajo la designación “Políticas, noticiosas, comerciales de intereses generales y por lo regular, aunque incidentalmente literarias” (Sic Sagastizabal, 129). El concepto de lo literario se comienza a apartar aquí del de “interés general” hasta llegar a ser una sub-categoría (una sección) de la edición de interés general. Paralelamente se verifica una reducción y especialización del concepto de lo literario cuyo rubro es uno de los pocos que decrece en términos de los títulos editados (10 en 1880, 7 en 1886). Bastante más atrás en las preferencias del público aparecen las ediciones especializadas en intereses comerciales, agrícolas e industriales (que van de 16 a 50 títulos); de artes y recreo (3 a 40) y educación (6 a 16). Finalmente, la sección que ofrece información sobre la frecuencia de aparición de estas publicaciones muestra también la gran variedad de opciones que se desarrollan a mediados de la década de los ochenta: los semanarios ocupan el primer lugar con 121 títulos, seguidos por los de aparición diaria, 80; dos veces por semana 60; mensuales 45; quincenales 25; aunque un importante rubro es el de los “no determinados (71) a los cuales Navarro Viola separa de los “irregulares” (10). Vemos así que la palabra “periódico” refiere a un amplio espectro de publicaciones que representaban una incipiente variedad de opciones genéricas que hoy asociamos con la revista o la publicación especializada tanto como contenía formas hoy desaparecidas.

La información contenida en el *Anuario* permite también deducir la emergencia de nuevos actores culturales en el horizonte de posibilidades abierto por el proceso modernizador. La más importante de estas figuras es sin duda la del editor profesional. Jorge Rivera ya había llamado la atención, en una revisión de la edición en el siglo XIX, sobre la presencia solitaria de Carlos Casavalle, quien en la década del setenta edita las obras completas de Esteban Echeverría y la *Historia de Belgrano* de Mitre, pero también se aventura en una edición de las “copiosas colecciones de la *Revista de Buenos Aires* (1863-1871), *La Revista del Río de la Plata* (1871-1872) y la *Revista de la Biblioteca Pública de Buenos Aires* (1879-1882)” (Rivera 328). En su estudio del *Anuario* de Navarro Viola, Leandro de Sagastizabal señala acertadamente que a partir de los tomos III y IV (publicados en 1882 y 1883) el *Anuario* muestra una mayor preocupación con la dimensión material de la prensa. En 1883 el *Anuario* registra no sólo la figura del editor sino también la aparición concomitante de las primeras “casas editoriales” (independientes de las librerías que hasta muy recientemente recibían y vendían libros que sus autores solían costear e imprimir en Europa). El *Anuario* registra cerca de 40 editores hacia 1882. La mayoría sin embargo sólo publica un libro o folleto al año. Seis casas editoriales se reparten el 90% de las publicaciones reportadas. A la cabeza aparece M. Biedma con 91 libros publicados y Pablo Coni con 83. Significativamente, el cuarto lugar en esta lista está ocupado por la calificación “sin pie de imprenta” (42 títulos), lo que indica la creciente influencia de una prensa que ya sea por su carácter comprometido (sindical o político) o por su carácter meramente comercial (ávida de publicar lo que se lee y evitar el pago de impuestos y regalías) se aventura a una publicación sin otra garantía que el probable atractivo de sus títulos.

EL PROYECTO DIRIGISTA DE LECTURA Y EL FENÓMENO DE LA IDENTIFICACIÓN ESPONTÁNEA

Cerremos el círculo y velemos sobre él.
Miguel Cané, 1884

Lejos de constituir un campo integrado, el mundo editorial del fin de siglo presenta “la coexistencia en el mismo escenario físico y en un mismo segmento cronológico de dos espacios de cultura en posesión del mismo instrumento de simbolización –el lenguaje escrito” (Prieto 13). La cultura masiva y popular por un lado, y la cultura de la élite liberal por el otro (para poner nombres sin duda no del todo adecuados a la fluida descripción de Adolfo Prieto) se encarnan y confrontan, además, alrededor de dos formas precisas: el libro y el folletín (este último multiplicado también en el libelo o el periódico sindical).

La animosidad entre ambos campos se hace ya visible en la edición de 1880 del *Anuario Bibliográfico*. El *Anuario* despacha el mayor éxito editorial de la década, los folletines de Eduardo Gutiérrez con un comentario tajante: “Es la literatura más perniciosa y malsana que se ha producido en el país” (citado en Rubione 22). Con el calificativo de “malsana” –en el que resuena distintamente la ideología positivista que comienza a subyacer toda evaluación cultural en la élite liberal– la problemática de la lectura –esta vez a nivel de sus efectos– hace su ingreso al universo de preocupaciones sociales y políticas del período.

Adolfo Prieto caracteriza el ideal de lectura favorecido por la élite liberal como “dirigista.” Este dirigismo no implica solamente una actitud moralizante sino la construcción a partir de la circulación de los textos y su lectura de una *diferencia* entre quienes se encuentran en una posición de mando y aquellos que, sujetos a ilustración, deben obedecerles. Escritura y lectura naturalizan, así, la forma dominante de la relación política general en el país hacia el fin de siglo. Para Jorge Rivera la cuestión del “dirigismo” especifica incluso los atributos de ambos “espacios de cultura”: “Cambaceres, Cané, Podestá y Argerich,” dice Rivera, “se proponen ‘alertar’, ‘reconvenir’ y ‘orientar’ con sus obras, desde una posición claramente signada por el compromiso ideológico con un determinado sector de la sociedad argentina”. Ese espacio moral que se propone como casi indistinguible de la figura “autor” lo encuentra Rivera notoriamente ausente en los folletines de Gutiérrez (*Eduardo Gutiérrez* 324).

La existencia del ideal dirigista de lectura responde tanto a razones históricas como a necesidades ideológicas. Del lado de los motivos históricos debemos computar la larga pervivencia en casi toda Latinoamérica de los ideales ilustrados. Al universo ideológico pertenece la presuposición de que la letra admite, para continuar con la terminología introducida por Prieto, tan sólo un “espacio de cultura”. Ese espacio es o bien vehículo de ilustración o bien perversión en el sentido estricto de la palabra: desviación del cauce naturalizado de la cultura. Por tal razón cuando el folletín y la prensa periódica introducen un segundo espacio –popular o masivo– la élite tiende a leer su sola existencia como un gesto de insubordinación.

En este contexto el saber positivista ofreció a la intelectualidad de la élite un discurso desde el cual confrontar estas “anomalías” de la modernización. Pero el positivismo estaba lejos de poder constituir un discurso hegemónico. Hace ya varias décadas, Martin Stabb

notaba que “el grueso de la gente permaneció ... incontaminada por el racismo de estos escritores” (14). En verdad los límites de circulación del discurso positivista –sobre todo en sus versiones más extremas, como el darwinismo social– estaban ya prefigurados por su incompatibilidad con el dinamismo de las fuerzas del mercado y, en el caso que nos interesa aquí, por su incompatibilidad con el creciente rol de la prensa periódica en el fin de siglo. La prensa otorga al folletín –casi sinecdóquicamente– un principio de objetividad que hace imposible un dirigismo o un pedagogismo que no estuviera ya inscripto de cierta manera en la cultura de sus consumidores. No se trata, por supuesto, de proponer que el dirigismo de la élite se encuentra contrabalanceado por un espacio de libertad. Las nuevas formas de lectura e identificación marcan, más bien, un recambio histórico en las formas culturales de sujeción. En ningún lugar es ese cambio más claro que en los presupuestos éticos de lo que significa leer. Mientras el sujeto de lectura presupuesto por la estrategia *dirigista* es un sujeto clásico, desapasionado, siempre susceptible de ser afectado –y por lo tanto educado– por las fuerzas de un exterior que lo modelan, la subjetividad lectora producida por el folletín se caracteriza, como lo ha notado Prieto, por favorecer “una identificación absolutamente espontánea y contagiosa” (53). De ese espontaneismo y contagio tenemos sobradas pruebas en el fin de siglo. La lectura del *Moreira*, y más aun su representación teatral, conllevan oleadas de “moreirismo” y hacen que durante años se considere que su representación es incompatible con cualquier estado de conmoción social. La lectura comienza a ser aquí indistinguible de la expresión, y la expresión es la forma íntima y epocal del naciente régimen de mercado y de su correlato social, la democracia liberal. Con los héroes de folletín y –como veremos más tarde al considerar las estrategias editoriales de *Caras y Caretas*–, con la creciente atención prestada a la representación de la cotidianeidad en la prensa, ser y representación comienzan a anudarse de una manera impensable para la teórica clásica y dirigista de la relación entre texto y lector.

Basta considerar algunas de las descripciones de la élite de la lectura de los folletines para confirmar este cuadro. Ernesto Quesada, uno de los intelectuales de la élite que meditó con mayor profundidad los cambios acarreados por la modernización de fin de siglo, describe los folletines como materiales que “halagando todas las bajas pasiones de las masas incultas, adquirieron una popularidad colosal; ediciones económicas a precios ínfimos los pusieron en manos hasta de los más menesterosos. Todos los que viven en pugna con la sociedad, desde el ladrón hasta el desterrado de la fortuna ... todos los fermentos malsanos de la sociedad experimentaron verdadera fruición al leer las hazañas de esos matreros” (Rubione 186).

El nuevo carácter identificatorio e inmediato favorecido por la lectura del folletín se hace evidente en la cita de Quesada donde el acto de leer queda sensualmente determinado como pasión, esto es, como inversión de la relación propia entre intelecto y cuerpo. La condena de Quesada no se detiene sin embargo en la sensualidad que el acto de leer ha adquirido sino que se ocupa, fundamentalmente, de condenar su masividad y su capacidad de alcanzar los bordes mismos (“fermentos malsanos”) de la sociedad de su tiempo. Las objeciones que Quesada levanta contra los folletines como el *Juan Moreira* resultan inseparables del universo material que hace posible su popularidad. El carácter mercantil del folletín, su accesibilidad, termina por introducir el dato más problemático en la

evaluación de las políticas editoriales y de lectura del fin de siglo: Quesada es conciente que para cotizar en el mercado del gusto (o de la falta de gusto) literario, la élite no cuenta todavía con ninguna mercancía atractiva. Parcialmente esta problemática se resolverá en el campo de los sectores dominantes a través de un acercamiento, antes que un rechazo, con la cultura popular y campesina. A principios de los noventa se comienza a notar un desarrollo alternativo en la política cultural del la élite: la condena a folletines como *Juan Moreira* comienza a coexistir con el resquebrajamiento del cerco que la cultura letrada había tendido alrededor del *Martín Fierro* de José Hernández. La élite no había aplaudido la primera parte del *Martín Fierro* y había malamente tolerado la segunda.⁴ Pero ya en esta época, y especialmente a la luz de la conjunción entre modernidad e identificación lectora, comienza a dibujarse una oposición entre literatura folletinesca y criollista popular y otra entonación igualmente criollista en su forma pero profundamente anti-moreirista en su contenido. Se abren entonces dos destinos singularmente distintos para dos textos notoriamente parecidos. El *Martín Fierro* terminó siendo entronizado como el libro nacional de los argentinos; mientras *Juan Moreira*, siempre condenado, emergerá sólo esporádicamente de los silencios en los que lo hunde el desarrollo institucional de la Argentina.⁵

Existen por supuesto obvias diferencias temáticas que hacen que *Martín Fierro*, un gaucho arrepentido de su pasado que regresa a la civilización, sea más aceptable que aquel otro héroe que muere peleando a las partidas y sin intención de reintegrarse a la comunidad que lo ha expulsado, entre otras cosas, sin duda, para que sea su testigo. Leopoldo Lugones, como es sabido, anclará la esencia propiamente nacional del *Martín Fierro* en una tradición épica cuya instancia inicial es la indistinción comunicativa entre decir y leer propia del recitado del poema épico. La obra de Hernández, *dicha*, se presta mejor a esta interpretación que un texto como el *Juan Moreira* (pero incluso como el *Facundo* de Sarmiento) que son textos *escritos*. Pero hay un segundo elemento esencial a la canonización del *Martín Fierro* que pertenece estrictamente al universo de la lectura como proceso social, y que a menudo se cifra en una iconografía del acto de leer por la cual se intenta reinscribir el momento identificador en una entonación dirigista. Se trata de la iconografía del círculo o de la ronda, que evocan en su misma forma ese otro círculo, propiamente hermenéutico, cuya especificación constituye la obsesión impostergable del nacionalismo cultural.

Círculo y circulación acaban por ser las dos figuras en que se encarna el antagonismo de la lectura en el fin de siglo. En una imagen incrustada en la (des)memoria cultural, al

⁴La criminalización de la lectura del *Moreira* no debe inducir a pensar que el *Martín Fierro* fuera aplaudido o tan siquiera comprendido por la élite. Los letrados de su tiempo extendieron juicios como: "Usted se ha contentado con improvisar después del mate" (José Tomás Guido); "Su trabajo escrito, sin duda, por mero pasatiempo" (Arturo Pelliza); "Algo me ha encantado de su estilo, Hernández, es la ausencia absoluta de pretensión de su parte" (Miguel Cané). Todas las citas anteriores aparecen en la edición sobre *Martín Fierro* preparada por María Teresa Gramuglio y Beatriz Sarlo para la colección *Historia de la literatura argentina* del Centro Editor de América Latina.

⁵Sobre este aspecto de "reemergencias" de *Juan Moreira*, ver el agudo comentario de Josefina Ludmer en *El cuerpo del delito. Un manual*.

Martín Fierro se lo lee en la ronda del fogón o en la siesta de la pulpería. Al folletín como al periódico se lo lee también, por supuesto, en una ronda. Pero se trata de la ronda del conventillo, donde alumbra una cultura alternativa educada en una circulación mercantil caprichosa y poco susceptible de ser capturada en las redes de la naciente institucionalización estatal. La iconografía de la ronda de lectura del *Martín Fierro* tiene en su misma visibilidad, en su implícito panopticismo, algo que la circulación inescrutable del folletín de Gutiérrez (los pusieron en manos de hasta los más menesterosos, dirá Quesada) viene a socavar. La escuela será el lugar donde más explícitamente se intentará resolver esta crisis de los modelos interpelativos que, hacia el fin de siglo, se presenta como una confrontación entre expresión y dirigismo. Es allí donde ocurrirá la mutación fundamental que intentará reescribir las viejas tesis dirigistas a partir de los materiales y el *ethos* que habían vuelto ese dirigismo impracticable en primer lugar.

ANTONIO ARGERICH Y LA CRÍTICA POSITIVISTA DE LA MODERNIDAD: LECTURA Y EMULACIÓN

El doctor Antonio Argerich ofrece esporádicas pero sugestivas reflexiones sobre la lectura de una novela publicada en 1884 bajo el título *¿Inocentes o Culpables?* En una problemática general donde lo que siempre está en juego es la valencia ideológica y política de la modernización, la pregunta nunca formulada pero siempre en ciernes es: los que leen, ¿están enfermos de fantasías o se inician en el arte de la pertenencia a una sociedad?

A quienes se está juzgando, aunque el que habla es un médico, es a los inmigrantes. En un prólogo que no deja dudas acerca de la orientación darwinista de su “estudio”, Argerich confunde los límites del estudio científico y del texto literario: “no me sería difícil robustecer cada página con citas científicas y estadísticas” (9) dice. Argerich manipula e inventa cifras para llegar al problema general que impulsa su texto: la población de la República Argentina se encuentra estacionaria. Es una sociedad tan enferma que ni siquiera puede reproducirse a sí misma. Y las dos teorías de la lectura que comienzan a habitar el fin de siglo –aquella que la ve como patología y aquella que la ve como proceso hegemónico– se anudan en la cuestión de la reproducción de un orden social. Los anti-héroes de la novela de Argerich son la familia Dagiore. José Dagiore es un inmigrante, trabajador hasta lo enfermizo: “Aberración económica” lo llama Argerich. Su mujer, Dorotea, aparece ya al comenzar el capítulo II, encinta. Mientras Dagiore ejemplifica la patología del ahorro improductivo, Dorotea encarna, sobre todo a través de su embarazo, la cuestión misma de la reproducción. Y en este contexto Argerich agrega: “La mujer en este estado es una pobre enferma, tal vez una loca, que debe ser considerada en todo sentido”. Inmediatamente esa locura se conecta con un segundo motivo: “las novelas que había leído se le presentaban ahora a la imaginación, la torturaban y la hacían entrar en pleno delirio” (33).

Las lecturas de novelas y periódicos que abundan en publicidades, hacen que Dorotea empuje a su marido en una carrera por la emulación social. Dorotea quiere tener una casa como en las revistas, alfombras como en los libros, muebles como en los avisos de los diarios y Argerich condena una y otra vez el mundo del impreso por hacer entrar en la mente de las clases bajas expectativas infundadas. Esas expectativas toman en Dorotea

forma de síntoma y destino de enfermedad. La mirada del médico, mientras tanto, inscribe en el cuerpo, “el lado oscuro del progreso” (Nouzeilles, “La plaga imaginaria” 180). Argerich está en lo cierto cuando ve en Dorotea un síntoma. Sólo que Dorotea es, estrictamente hablando, el síntoma de Argerich. Dorotea es también el síntoma de la modernización con lo cual se hace explícito que lo que registra carácter de patología es para Argerich la modernidad misma.⁶ El mercado y el consumo son elementos esenciales en esta sintomatología. Recientes estudios históricos han corregido una visión excesivamente arielista del fin de siglo y alertado sobre las dimensiones reales –y vastas– de las redes mercantiles en el Plata, y del impacto de esas redes sobre los sectores medios y medios bajos.⁷ El consumo está lejos de ser un fenómeno contemporáneo. ¿Pero qué hemos de entender específicamente por “consumo”? En su estudio del consumo en el cambio de siglo en Argentina, Fernando Rocchi cita la definición de Carole Shammas, quien había caracterizado el consumo masivo como cumpliendo con un criterio dual: lo consumido es comprado regularmente y por sectores de distinto ingreso económico (Shammas 78). El aspecto democrático del consumo (lo consumido es comprado por sectores de distintos ingresos) da lugar a una ansiedad cultural en los grupos medios altos, respecto a lo que viven como un asalto a los estándares privativos de su grupo. No se trata, por supuesto, que de la noche a la mañana un grupo indefinido de personas estuviera en condiciones de emular los hábitos de consumo de la élite económica. Sino que se trata más bien de que los objetos de consumo afloran como testigos irrefutables del carácter simbólico y cultural que la legitimación del poder toma en la modernidad. En un momento exquisito de *Inocentes o Culpables?*, momentos, en que no se sabe quién narra, una voz comenta: “no hay proletariado, propiamente dicho. Existen efectivamente sus representantes: todos hablamos diariamente con el carnicero, el panadero, el almacenero, el albañil ... pero sus familias, especialmente sus hijas, visten, si no con las mismas telas, al menos con las mismas modas que las nuestras” (38). A lo que Argerich apunta, por supuesto, es al consumo como ámbito donde se hace posible la imitación/emulación por parte de los sectores bajos respecto a aquellos predominantes en la escala social. Este lamento deviene un rosario en la literatura de fin de siglo.⁸

⁶ Dice Argerich: “Prueban en fisiología que cuando un miembro está atrofiado ó no funciona, los otros adquieren mayor desenvoltura y precisión. Lo propio sucede en la sociedad moderna con las facultades morales. Mientras el juicio duerme, la imaginación, siempre en juego, alcanza proporciones colosales” (116).

⁷ Los títulos que indagan la cultura desde el punto de vista del consumo se han multiplicado en los últimos años. Dos títulos comprensivos y representativos de este movimiento me parecen *Consumption and the World of Goods* editado por John Brewer and Roy Porter; y *The Social Life of Things* editado por Arjun Appadurai. Una excelente introducción a toda la problemática se encuentra en “Coming up for air: consumer culture in historical perspective” de Jean Christophe Agnew e incluido en *Consumption and the World of Goods*. En el caso de Argentina los recientes ensayos de Fernando Rocchi continúan la tendencia a un análisis del mercado como fenómeno cultural, un proyecto cuya formulación comprensiva aunque sin duda preliminar puede encontrarse en su disertación “Building a market, building a nation”, sustentada en el departamento de historia de la Universidad de California, Santa Bárbara.

⁸ Santiago de Calzadilla se queja, en *Las beldades de mi tiempo*, del anonimato que rodea un viaje en tranvía. Mientras tanto en una sesión del parlamento del 7 de Julio de 1891 decía el imperturbable

En este ámbito de problemas y significaciones uno de los fenómenos más extendidos en el fin de siglo es la aparición de lo que C. Fairchild llamó “populuxes”. El concepto, aplicado originalmente al París del siglo XVIII, nombra las copias baratas de productos habitualmente consumidos por la aristocracia. El *populux* es revelador en tanto codifica las diferencias sociales en un espacio de emulación práctica.⁹ La práctica del populux se expandió enormemente y comenzó a cubrir hasta los aspectos más impensados del consumo finisecular. La emulación simbólica a través del consumo no era por lo tanto tan sólo una fantasía, sino también, aunque degradada, una posibilidad cierta de la praxis cultural de fin de siglo. Por otro lado, el consumo funciona también como lugar de inscripción de una politización notablemente ausente, en sus formas institucionales tradicionales. En “Inventado la soberanía del consumidor”, Fernando Rocchi subraya cómo el lenguaje publicitario de fin de siglo incluía una apelación directa a una soberanía del sujeto difícilmente distinguible en su retórica de la soberanía política adscripta, aunque sólo “teóricamente”, a ese sujeto. En ese contexto el “usted elige” de la publicidad no podía sino aparecer como un doloroso recordatorio del “usted no elige” de la política cotidiana. La conciencia de esta contradicción entre modernización social y modernización política, que ha sido insistentemente señalada como el núcleo fundamental de las contradicciones político-cultural en el fin de siglo en la historiografía reciente, era plenamente visible para los críticos del sistema liberal de aquel tiempo. En su primer número del 12 de diciembre de 1890, *El Obrero*, primer periódico programáticamente marxista de la Argentina, diagnosticaba con lucidez la paradójica relación entre modernización social y estancamiento político. “Las leyes capitalistas, o sea de la sociedad democrática burguesa”, escribía su editor Ave Lallemand, convierten “el unicato incondicional [referencia al gobierno de Roca] en un absolutismo insufrible y absurdo”.¹⁰

La patologización de la lectura, sobre todo en tanto ésta da lugar no tan sólo a una identificación “espontánea y contagiosa”, sino que sirve como lugar de inscripción de luchas y resentimientos de clase señala un nuevo avatar del esquema dirigista de lectura alentado desde posiciones ilustradas. Sólo que esta estrategia tiene, como lo hace explícito la cita anterior de Ave Lallemand, un ineluctable destino de derrota. Modernización social y modernización política parecen no coincidir pero esta no coincidencia aparece ahora “insufrible y absurda”. Curiosamente tanto los intelectuales que representan al bloque de poder como los que enuncian desde posiciones populares o progresistas notan una brecha entre modernidad deseada y modernidad obtenida, aunque no la misma brecha. Para los grupos dominantes, desde un discurso paternalista y positivista, la no coincidencia entre el orden del deseo y la realidad es una patología de lo popular; para los sectores populares una incoherencia en la lógica que se les propone, desde el poder, como lógica de gobernabilidad.

Mansilla “Mi madre ... se casó con unas enaguas que están ahí en una caja y con un abanico que yo tendría vergüenza de regalar a mi cocinera” (Citado en Bertoni 24). Miguel Cané sintetiza el efecto de la modernidad en una queja “Hoy nos sirve un sirviente europeo que ... se viste mejor que nosotros”. Citado de *Prosa ligera*, en Oscar Terán, *Vida intelectual en el Buenos Aires fin-de-siglo*, 133.

⁹ Citado en Rocchi, “Building a nation, Building a market” (176).

¹⁰ Citado en Víctor García Costa, *El Obrero: Selección de textos* 42.

LOS NOVENTA, *CARAS Y CARETAS* Y EL PASAJE DE FIN DE SIGLO

Aunque el público lector de la década del noventa es vasto y casi indescriptible, ese mundo caótico y esos lectores abigarrados terminarán por reconocerse, como dice Rivera, “en forma inmediata en un magazine ... que aporta un conjunto de fórmulas editoriales y comerciales hasta entonces inéditas. *Caras y Caretas*” (332). *Caras y Caretas* es la publicación donde el fin de siglo y la modernidad finalmente *pasan* en la cultura argentina mientras abre también la posibilidad de otros muchos pasajes: el de la política de comité a la política inscrita en las opciones culturales; el de la autoridad de la palabra a una autoridad compartida y verificada por la fotografía o la imparcialidad del *reporter*; el de una sociedad donde la palabra se basa en la autoridad del nombre propio al pseudónimo, que encierra en su misterio la posibilidad de nuevas y ciegas adhesiones.

Caras y Caretas, Semanario festivo, literario, artístico y de actualidades, para dar su título completo, aparece en forma casi ininterrumpida desde 1898 hasta 1939 alcanzando 2139 ediciones. De ese amplio espectro temporal me interesan aquí sobre todo sus dos primeros años de existencia y las distintas estrategias con las que la revista modeló un mundo reconocible para lectores que eran, tal vez por primera vez, lectores de un material “de interés general”. La constitución de esa “generalidad” es de hecho uno de los enigmas culturales del fin de siglo en Argentina.¹¹ *Caras y Caretas* no construye la generalidad —ningún medio podría arrogarse tal función— pero si le da a esa generalidad una tonalidad determinada en tanto la identifica, exitosamente, con el ethos cultural de una clase media emergente. El número 43 del 29 de Julio de 1899 se abre, por ejemplo, con dos fotos de una masiva movilización de industriales y comerciantes en la recientemente abierta Avenida de Mayo. En tanto el público efectivo de *Caras y Caretas* excedía en mucho los límites de una clase media clasificada por parámetros estrictamente económicos (*Caras y Caretas* trabaja de hecho como un *populux*), la revista se cuida de tomar en cuenta las preocupaciones y expectativas de un amplio espectro social. Mientras tanto, la atención prestada a la manifestación de los industriales y comerciantes representa fielmente dos operaciones recurrentes en la revista: la cobertura de toda manifestación pública en la ciudad (de vendedores ambulantes a carnavales, de festividades oficiales a protestas callejeras,) y, como ya indiqué, la defensa de los valores sociales de la naciente clase media. *Caras y Caretas* opera en la divisoria entre lo público y lo privado, traduciendo el espacio babélico de la ciudad a un lenguaje de doble interioridad: el interior burgués reflejado y constituido en la interioridad del hogar. Este énfasis en trazar un mapa “gráfico” de una ciudad que era ignota para el recién llegado o se había convertido en extraña para sus habitantes, se hace evidente ya desde los números iniciales la revista. Durante 1898/9 una serie de notas ofrece una pintura de la ciudad a veces cruzada por un criterio temporal (la mañana, el mediodía, la tarde) o geográfico (notas específicas sobre un barrio o colectividad.) En el verano de 1899 una nota, “Los héroes del fuego”, por

¹¹ He intentado avanzar en la elucidación del proceso de constitución cultural de una ciudadanía unificada en “La cultura popular argentina de cambio de siglo. Elementos para una nueva articulación”, en *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana* y en “Palimpsesto, cultura popular y modernidad política en el Juan Moreira teatral”, en *Latin American Theatre Review*.

ejemplo, informa sobre todos aquellos que deben trabajar en lugares calurosos en el tórrido verano porteño (panaderos, foguistas, planchadoras, hornos de fundición de plomo o ladrillos, la fragua de una fábrica de cocinas). En todos los casos las notas se acompañan con una abundante documentación fotográfica y un tono didáctico destinado a la apropiación simbólica del espacio urbano por el lector. El segundo énfasis, la alineación política con los valores de la clase media, toma normalmente una forma satírica que no deja de ser sin embargo comprometida. El número 59, del 18 de Noviembre de 1899, contiene en la tapa un ataque al fraude electoral a través de una caricatura que muestra al general Roca, con mirada extraviada trabajando en una máquina (la máquina electoral) mientras un pie de imprenta anuncia: “Al sufragio esta máquina se aplica/y es de tal precisión su mecanismo/ que todo lo que en ella se fabrica/ nos viene á resultar siempre lo mismo”.

El terreno de las publicidades vuelve a mostrar el compromiso con la formación de un *ethos* de clase media y el deseo de traducir este concepto mayormente económico a variables más bien culturales. La revista contiene publicidades desde su primer número. En los primeros años son de dos tipos: anuncios sobrios, que sólo dan a conocer la existencia de un producto o servicio; o anuncios con fotos o dibujos con su pie de imprenta rimado. Así una publicidad de la empresa fúnebre Fontana y Gutiérrez (el entierro acompañado por un cortejo fúnebre que recorre las calles de la ciudad es una novedad en el fin de siglo; hasta entonces la práctica había sido una prerrogativa de las familias más ricas y tradicionales del país) muestra un dibujo de un anciano en una silla, mientras abajo se rima: “De este señor tan flacucho/dicen Fontana y Guitiérrez/ que quiere morirse pronto/ sólo porque ellos lo entierren” (59: 3). El uso de la rima para los anuncios (del cual el uso de canciones en publicidades modernas es un descendiente lejano) tiene una doble explicación: por un lado representa la ya familiar conjunción de retórica y anuncio publicitario; pero, por otro lado, existe también un intento de ocultar a través de la rima (asociada con la estética y el arte) la dimensión comercial de la empresa. Existe en el fin de siglo, y *Caras y Caretas* es un fiel registro de esta ambigüedad, un pudor del dinero que coexiste con un fervor por el desarrollo mercantil y capitalista. En ningún lugar ese pudor se hace más evidente que en lo que toca a la relación de las mujeres con la esfera del mercado y el dinero. Si se revisan los números que van de 1898 a 1902, por ejemplo, se verá que la revista abunda en fotografías que testimonian la presencia de las mujeres en el mundo del trabajo del cambio de siglo. El lector se encuentra con dependientes, planchadoras, telefonistas, cocineras, costureras y sin embargo la revista continúa manteniendo un silencio obstinado en torno a la relación entre la mujer y el mundo del trabajo o el intercambio comercial. El número 10, del 10 de diciembre de 1898, se abre con una nota titulada “La fiesta del *woman’s exchange*”. Una foto que ocupa casi la mitad de la página muestra a señoras de la alta clase porteña (la mayoría mujeres inglesas o norteamericanas viviendo entonces en Buenos Aires) en un amplio salón, rodeadas de mantas, juguetes para niños, manteles, camisas y demás. La nota se abre con una justificada y significativa tribulación lingüística: “Si se nos ocurriera traducir un tanto literalmente *Woman’s Exchange*, querría decir “Mercado de mujeres”, pero no hay tal cosa” (1). El *Woman’s Exchange*, explica el cronista es un evento a través del cual estas mujeres subastan sus productos con fines filantrópicos. Se trata, como la revista explica con alivio, de una forma de producir y de ayudar a los más necesitados sin hacer entrar a

estas damas en los circuitos complejos y todavía sospechosos del intercambio monetario y mercantil.

A pesar de la presencia femenina en el registro fotográfico (hecho después de todo interesante, porque la revista rara vez incluye comentarios sobre este aspecto, reforzando la calidad de “inconciente óptico” de la fotografía), el lector de *Caras y Caretas* es siempre imaginado como masculino. En el número 78 de 1899, el dibujante Darío Giménez publica una caricatura que representa los múltiples posibles lectores de la revista: sólo un elemento los unifica, su pertenencia a la clase media. La ausencia de “lectoras” se hace conspicua, sin embargo, cuando se la compara con las varias apelaciones implícitas a la mujer en la secciones de publicidad, pero más aun, con el establecimiento de una norma de decoro gráfico que, inspirados en una especie de regulación moral de la mirada femenina sobre lo social, parece sin embargo organizar el tono y las opciones periodísticas de la revista.

¿DESDE DÓNDE SE LEE?

Superpuesta a la tensión entre lo público y lo privado que *Caras y Caretas* busca negociar, aparece un fenómeno que define toda la actividad cultural en el fin de siglo argentino: el asociacionismo ya sea en torno a lealtades de lengua, vivienda, regionales o nacionales. Uno de los efectos fundamentales de la suplantación del paradigma dirigista de lectura por otro basado en la identificación “espontánea o contagiosa” es que los efectos de la lectura deben ser verificados y ensayados en una arena mayor de representación. Así a la lectura del folletín sigue el disfraz del carnaval, tanto como a la lectura del anuncio publicitario sigue la *performance* callejera del traje a la moda o el carruaje de lujo. Por eso resulta hoy tan difícil imaginar la función de la lectura en aquella sociedad abigarrada, caracterizada por fronteras bien establecidas, pero simultáneamente habitada por tantas formas culturales diversas que la transgresión de esas fronteras resultaba una práctica cotidiana inevitable. Se trata incluso de una sociedad donde la representación pública de las distintas lealtades y pertenencias era una condición esencial para la pertenencia a la totalidad social. Tal vez se pueda dar una idea de esta complejidad refiriendo a la demostración que el club Gimnasia y Esgrima organiza en 1889 en honor al general Frías, uno de los últimos sobrevivientes del ejército de San Martín. Ana Bertoni nota que las celebraciones nacionales nunca habían sido populares en Buenos Aires (y cuando lo fueron, no fueron “nacionales”). En tal sentido, la celebración de 1889 será una instancia de unificación de la voluntad representacional de distintos grupos sociales, con las demandas nacionalistas alentadas desde un estado en fortalecimiento. Resulta particularmente interesante la conformación y orden de la procesión. La abren,

el Asilo de Huérfanos, el carruaje con el general Frías rodeado por los niños del Colegio Lacordaire [la entronización sarmientina de la niñez se hace sentir con plena fuerza en los ‘80 y ‘90], el Club de Gimnasia y Esgrima con el Club Militar y el Centro Naval y en seguida las diferentes sociedades en el siguiente orden: Sociedad Tipográfica Bonaerense, Instituto Geográfico Argentino, Club Social Francés, Club Unión Argentina, Academia Literaria del Plata, Centro Porteño, Estrella del Plata, Centro Gallego, Club del Plata, Orfeón Argentino, Colegio de Escribanos, Reduci delle Patrie Bataglie, Helvecia, La France, Centro de Estudiantes, Enfants de Beranger....

Y siguen no menos de cuarenta asociaciones incluyendo la Unión Suiza, Unione e Benevolenza, Stella d'Italia, Portuguesa de Socorros, Lago di Como, Patria e Lavoro, Protectora de Inmigrantes Germánicos, Protectora de Inmigrantes Austro-Húngaros, Sociedad Quarnece, Centro Paraguay y las Sociedades de la Boca. Se podría escribir toda una sociología especulativa de la época tan sólo basado en esta lista de instituciones, en su común voluntad de compartir un espacio representacional, pero también en sus diferencias. Las distintas políticas de las sociedades inmigrantes se inscriben allí, tanto como la creciente importancia de algunos grupos sociales (estudiantes, literatos, periodistas, tipógrafos). Publicidad, asociacionismo y voluntad de manifestación, en un espacio político de restringidas posibilidades, dan las coordenadas más generales del período y afectan fundamentalmente la distribución de la información en los periódicos y las formas de su consumo. La lectura se desarrollan en esta sociedad por líneas ya establecidas y sugeridas en las distintas "asociaciones" que al mejor estilo de la enciclopedia china de Borges no parecen fundarse en ningún principio sistemático, sobre todo en tanto esta diferenciación de lenguas y lealtades sufre simultáneamente el efecto de los ámbitos de convergencia: el trabajo, la vivienda, el bar o el café. Mientras tanto, en la interioridad del hogar las fuerzas centrífugas pueden volver a actuar y hacerse presentes en los espacios de la carta privada, la memoria, el proyecto matrimonial, a veces incluso la organización sindical o la escuela de colectividad. Cuando se lee, como bien lo sabían los editores de *Caras y Caretas*, se lee también desde esas lealtades que luchan por pervivir en su diferencia y de esos espacios de mezcla donde se pierde necesariamente, aun en lo agónico de una pelea, la unicidad que se pretende defender en lo privado.

BIBLIOGRAFÍA

- Agnew, Jean Christophe. "Consumer Culture in Historical Perspective". *Consumption and the World of Goods*. John Brewer and Roy Porter, eds. London: Routledge, 1993.
- Altamirano, Carlos y Beatriz Sarlo. "El centenario". *Ensayos argentinos: De Sarmiento a la vanguardia*. Buenos Aires: Cedral, 1983.
- Appadurai, Arjun. *The Social Life of Things*. New York: Cambridge University Press, 1986.
- Argerich, Antonio. *¿Inocentes o Culpables? Una novela naturalista*. Buenos Aires: Hyspamérica, 1982.
- Bertoni, Lilia Ana. *Patriotas, cosmopolitas y nacionalistas. La construcción de la nacionalidad argentina a fines del siglo XIX*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2001.
- Calzadilla, Santiago. *Las beldades de mi tiempo*. Buenos Aires: Angel Estrada, 1944.
- De Diego, Jacobo A. "El teatro: el gauchesco y el sainete". *Buenos Aires. Historia de cuatro siglos*. José Luis Romero, Luis Alberto Romero, eds. Vol 2. Buenos Aires: Altamira, 2000. 137-47.
- Devoto Fernando y Marta Madero. *Historia de la vida privada en la Argentina. La argentina plural: 1870-1930*. Buenos Aires: Taurus, 1999.
- García Costa, Victor. *El Obrero. Selección de Textos*. Buenos Aires: Cedral, 1987.

- Gorelik, Adrián. *La grilla y el parque: Espacio público y cultura urbana en Buenos Aires, 1887-1936*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes, 1998.
- Gramugio, María Teresa y Beatriz Sarlo. "José Hernández". *Historia de la literatura argentina*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina, 1982.
- Legrás, Horacio. "La cultura popular argentina de cambio de siglo. Elementos para una nueva evaluación". *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana* 55 (2002): 53-72.
- _____. "Palimpsesto, cultura popular y modernidad política en Juan Moreira teatral". *Latin American Theatre Review* (2003): 21-40.
- Liernur, Jorge y Graciela Silvestri. *El umbral de las metrópolis: Transformaciones técnicas y culturales en la modernización de Buenos Aires*. Buenos Aires: Sudamericana, 1993.
- Lobato, Mirta Zaida. *Nueva Historia Argentina. El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)*. Buenos Aires: Sudamericana, 2000.
- Ludmer, Josefina. *El cuerpo del delito. Un manual*. Buenos Aires: Perfil, 1999.
- Navarro Viola, Alberto. *Anuario Bibliográfico de la República Argentina. 1882*. Buenos Aires: Imprenta del Mercurio, 1882.
- Nouzeilles, Gabriela. *Ficciones somáticas. Naturaleza, nación y políticas médicas del cuerpo (Argentina 1880-1910)*. Rosario: Beatriz Viterbo, 2000.
- _____. "La plaga imaginaria: Histeria, semiosis corporal y disciplina". *Revista de Crítica Literaria Latinoamericana* 52 (173-191).
- Prieto, Adolfo. *El discurso criollista en la formación de la argentina moderna*. Buenos Aires: Sudamericana, 1988.
- Rivera, Jorge B. "El escritor y la industria cultural". *Capítulo: la historia de la literatura argentina*. Buenos Aires: Cedral, 1978. 313-76.
- Rocchi, Fernando. "Building a Nation, Building a Market: Industrial Growth and the Domestic Economy in Turn-of-the-Century Argentina". Ph.D. diss. University of California, Santa Barbara, 1997.
- _____. "Inventando la soberanía del consumidor: publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina. 1860-1940". *Historia de la vida privada en la Argentina. La argentina plural: 1870-1930*. Devoto y Madero, eds. Buenos Aires: Taurus, 1999. 301-21.
- Rubione, Alfredo. "Estudio preliminar". *En torno al criollismo: textos y polémicas*. Buenos Aires: Cedral, 1983.
- Sagastizábal, de, Leandro. *Diseñar una nación. Un estudio sobre la edición en la Argentina del siglo XIX*. Buenos Aires: Norma, 2002.
- Salessi, Jorge. *Médicos, maleantes y maricas*. Rosario: Beatriz Viterbo, 1995.
- Shammas, Carole. *The Preindustrial Consumer in England and America*. Oxford: Clarendon Press, 1990.
- Stabb, Martin. *In Quest of Identity: Patterns in the Spanish American Essay of Ideas: 1890-1960*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1976.
- Terán, Oscar. *Vida intelectual en el Buenos Aires fin-de-siglo (1880-1910). Derivas de la "cultura científica"*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2000.