

Una vanguardia conservadora. La revista *Martín Fierro* ante la emergencia de las industrias culturales (1924-1927)

Mateo García Haymes¹
Universidad de San Andrés
mghaymes@udesa.edu.ar ◆

En las primeras décadas del siglo xx, el campo intelectual de Buenos Aires atravesó una serie de transformaciones que dieron lugar a la emergencia de un mercado editorial moderno y que, a su vez, generaron un espacio propicio para la aparición de las vanguardias. Tomando como eje la revista *Martín Fierro*, este artículo analiza las actitudes de estas vanguardias frente al mercado literario.

La hipótesis que se sugiere es que los jóvenes agrupados en torno a la revista combinaron ruptura y adaptación, participando del mercado literario a la vez que intentaban modificarlo. A la vez, contribuyeron a quebrar la unidad que caracterizaba la vida intelectual porteña de principios de la década de 1920 dando impulso a la autonomización del campo en relación con las industrias culturales.

Palabras clave: vanguardias, Buenos Aires, industrias culturales, mercado editorial, revista *Martín Fierro*.

Introducción

En la década de 1920 se produjo una ruptura estética dentro del campo intelectual argentino que encontró suelo fértil en una tradición cultural medianamente consolidada y prestigiosa. Parte de la generación posterior a los escritores del Centenario, que se formó en el viejo continente, volvió al país impregnada de las nuevas corrientes literarias ultramarinas, adaptando a la periferia las formas de las vanguardias transatlánticas. En Europa, obras

¹ Agradezco los generosos y agudos comentarios de Paula Bruno y Lila Caimari sobre una versión anterior de este artículo. Asimismo, se agradecen las sugerencias de los comentaristas anónimos de esta publicación.

como el *Ulises* de James Joyce, *La tierra baldía* de T.S. Eliot y *El cementerio marino* de Paul Valéry marcaban un cierre de las múltiples experiencias que habían comenzado en 1909 con el manifiesto futurista de Filippo Tommaso Marinetti. A partir de éste se produce una explosión de movimientos de renovación (surrealismo, dadaísmo, imaginismo y expresionismo, entre otros) que perdura hasta principios de la década de 1920. Entre esas corrientes surge el ultraísmo. Creado en España en 1919 por Guillermo de Torre, se caracterizaba por el uso de verso libre, la supresión de los adjetivos y la introducción del simbolismo en lugar de las formas tradicionales. Fueron esta corriente y la noción de que se estaba frente a una nueva sensibilidad las fuerzas que aglutinaron a los jóvenes escritores argentinos comprometidos con las nuevas formas de representación.

El surgimiento de las vanguardias en Buenos Aires es deudor de dos cuestiones relacionadas entre sí y que se dan simultáneamente: la consolidación de la figura del escritor profesional y el progresivo surgimiento de una industria destinada a producir bienes culturales. Este trabajo se propone analizar las actitudes de los jóvenes de la nueva sensibilidad frente a estos procesos. Buscamos indagar aquí la manera en que las vanguardias se articularon y entraron en tensión con un mercado literario que adquiría rasgos cada vez más industriales y planteaba nuevos desafíos. Para ello analizaremos la relación de estos escritores con los principales agentes del mercado literario: el público del lado de la demanda y los escritores profesionales, los editores y los librereros del lado de la oferta. En el primer apartado recorreremos algunos aspectos generales del campo literario de la Buenos Aires de las primeras dos décadas del siglo XX. Luego nos centraremos en lo que nos ocupa principalmente: la actitud de las vanguardias ante la industria cultural. Para alcanzar tal fin analizaremos primero la relación entre las vanguardias y el público, para detenernos luego en sus percepciones de la figura del escritor profesional.

La publicación de revistas, algunas más exitosas que otras, constituyó la forma privilegiada por los jóvenes vanguardistas para introducir nuevos modos de representación en la literatura, por lo que este tipo de publicaciones adquieren en este periodo una relevancia capital. De allí que centraremos nuestro análisis en la revista *Martín Fierro*, sin duda la más representativa y duradera de las publicaciones de vanguardia en Buenos Aires.

Fundada en su segunda época por Evar Méndez, *Martín Fierro* funcionó como núcleo de todas las propuestas formales de la vanguardia local.² Aglu-

² En su primera época, la revista *Martín Fierro* fue editada en 1919; sólo se publicaron tres números y participaron Evar Méndez, Arturo Cancela, Alberto Gerchunoff y Héctor

tinó a un grupo de jóvenes talentosos influidos por el ultraísmo español, el futurismo de Marinetti y el creacionismo de Huidobro. La revista había surgido de una iniciativa de Samuel Glusberg, editor de la editorial Babel y la revista del mismo nombre, reconocida por sus ediciones baratas y de gran calidad. Éste sugirió a Evar Méndez “recuperar el nombre de la desaparecida *Martín Fierro* para relanzarlo en una nueva revista”.³ Publicada entre 1924 y 1927 –con llamativa frecuencia comparada con experiencias similares–, fue la más paradigmática del movimiento de vanguardia literaria y por ello constituye una ventana privilegiada para indagar en las actitudes de las vanguardias porteñas ante las industrias culturales.

Del modernismo a las vanguardias

Adolfo Prieto, en un artículo sobre una revista de orientación futurista llamada *Los Raros*, de la que se publicó un solo número, sostiene que una serie de fracasos como ése construyen una cadena que une el espíritu del centenario con las primeras manifestaciones de vanguardia.⁴ Esta afirmación sugiere que, como sostiene Sarlo, más que una ruptura, las vanguardias porteñas son un producto histórico de la evolución del campo intelectual en el que estaban insertas.⁵ La razón es que desde principios del siglo xx, enmarcado en un proceso de modernización que abarcó todas las esferas de la sociedad, el campo intelectual porteño atravesó transformaciones que lo hicieron “un espacio habitable para la vanguardia”.⁶ La expansión del público, la profesionalización del escritor, la emergencia del editor moderno y el surgimiento de la crítica fueron algunos de los ejes que caracterizaron este proceso.

Tal vez los protagonistas más relevantes de estas transformaciones hayan sido los escritores nucleados en torno a la revista *Nosotros*. Dirigida por Alfredo Bianchi y Roberto Giusti y con el patrocinio de uno de los escritores más reconocidos de la década de 1910, Manuel Gálvez, esta

Pedro Blomberg, entre otros. La revista era predominantemente política y destinada a criticar al gobierno de Hipólito Yrigoyen, tras la matanza de la Semana Trágica. Había existido además, en 1904, otra revista llamada *Martín Fierro*. Dirigida por Alberto Ghiraldo, ésta tenía una tendencia anarquista. En uno de sus números Macedonio Fernández colabora con un poema. Ver Lafleur, *Las revistas literarias*. Sobre la primera *Martín Fierro* anarquista, ver Ansolabehere, “Anarquismo, criollismo y literatura”.

³ Tarcus, *Mariátegui en la Argentina*.

⁴ Ver Prieto, “Una curiosa revista”.

⁵ Sarlo, “Vanguardia y criollismo”.

⁶ Sarlo, “Vanguardia y criollismo”, p. 217.

publicación funcionó en los años que siguieron al Centenario como órgano de consagración y difusión por excelencia. Además, contó con colaboraciones de un poeta social como Evaristo Carriego, un poeta moderno como Enrique Banchs y una romántica como Alfonsina Storni, entre otros. Estos nombres dan cuenta de la heterogeneidad de estilos que coexistían en la revista. Sin ningún programa estético en particular, *Nosotros* era una suerte de antología de lo que se estaba produciendo en la literatura porteña. Fue esa diversidad la que hizo posible que las primeras propuestas ultraístas tuvieran lugar y buena acogida en la revista de Bianchi y Giusti. El hecho que un artículo de Borges que presentaba los rasgos del ultraísmo y algunos poemas de esta corriente literaria fuesen publicados en *Nosotros* da cuenta de que no fue el sistema literario vigente y consagrado quien expulsó a las vanguardias porteñas, sino que éstas comenzaron a reclamar un espacio propio. Al menos en esas primeras manifestaciones, el espacio consagrado se mostró dispuesto a incorporar las formas de la renovación literaria.

Lo cierto es que las propuestas de Borges y los demás jóvenes ultraístas no eran del todo ajenas al escenario montado hacia principios de la década de 1920. Desde 1916 el modernismo y sus derivas venían sufriendo ataques desde diversos frentes. Aunque sin dejar una marca demasiado visible, ese año habían pasado el chileno Vicente Huidobro y su creacionismo por Buenos Aires. Una revista homónima a la que nuclearía las experiencias de vanguardia –y dirigida por el mismo Evar Méndez– había anticipado en 1919 las formas contradeterminantes clásicas del martinfierrismo (“Si a Ud. le interesa seriamente la elección de una corbata, no lea Martín Fierro”). Ese mismo año, la ya citada revista *Los Raros* había llamado la atención sobre las experiencias que desde *Ultra* y *Grecia* venía promoviendo Rafael Cansinos-Assens. Por ello, el arribo de Borges y la aparición de la revista mural *Prisma*, primera experiencia de los jóvenes de la nueva generación, fueron más un producto de la evolución del campo intelectual que una irrupción ruidosa y escandalosa.

Cabe mencionar que, a diferencia del caso mexicano, en Buenos Aires las vanguardias estéticas y las vanguardias políticas no convivieron en un mismo grupo. Si los primeros se agruparían en torno a la constelación Martín Fierro –compuesta principalmente por las revistas *Prisma*, *Proa*, *Inicial* y la misma *Martín Fierro*–, los segundos lo harían en torno a la constelación Claridad, cuyos órganos principales fueron las revistas *Los Pensadores*, *Extrema Izquierda*, *Dinamo* y *Claridad*. Estos dos grupos se autodenominarían Florida y Boedo, respectivamente, y serían protagonistas de una largamente comentada polémica cuyo eje, a grandes rasgos, sería la revolución en el arte o el arte para la revolución. Mientras los de

Florida se proponían renovar las anquilosadas formas del modernismo dariano, los de Boedo planteaban sus batallas contra la literatura social “del 900” con fines muy distintos. Según éstos, la literatura social precisaba renovarse, pues era maniquea,

filantrópica, mesiánica, sentimental, que se dirige a la descripción de la injusta situación de los oprimidos, sin llegar a una comprensión histórica de la clase obrera, de su poder y sus luchas [...], durante 1923 [...] el problema de una literatura realista y de intención social [...] se hace paulatinamente acuciante y parece exigir nuevas formas y formulaciones más drásticas y violentas. Se toma conciencia de la necesidad de agruparse para realizar una tarea más efectiva.⁷

Presididos por el español Antonio Zamora, su programa incluyó la intención de hacer accesible la alta cultura a las masas mediante la edición de libros baratos. Editaban desde ficción europea hasta ensayos políticos, con la intención no sólo de satisfacer las demandas del nuevo público, sino también de reproducirlo, según Sarlo, “proporcionándole una literatura responsable desde el punto de vista moral, útil por su valor pedagógico, accesible tanto intelectual como económicamente”.⁸ Aunque con propuestas diferentes, unos y otros contribuyeron a quebrar la unidad que caracterizaba al campo intelectual porteño hacia principios de la década de 1920.

Martín Fierro ante “la impermeabilidad hipopotámica del venerable público”⁹

Como ya varios investigadores han estudiado, la ruidosa polémica no llega a acallar los múltiples puntos de contacto entre martinfierristas y boedistas. Uno de ellos es la percepción de unos y otros sobre los editores movidos por el afán de lucro: para ambos, ellos son actores centrales –si no responsables– de la degradación que el mercado provoca en la literatura. Los directores de la revista *Nosotros* y un sinnúmero de empresarios que editaban folletines y novelas semanales entran en esta categoría. Es que la misma unidad del campo intelectual sobre la que nos detuvimos en el apartado anterior hacía que éstos no operaran en espacios del todo

⁷ | *Historia de la Literatura Argentina*, pp. 961-965.

⁸ | Sarlo, *Una modernidad periférica*, p. 19.

⁹ | “Manifiesto de Martín Fierro”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 4, 15 de mayo de 1924.

distintos. Muchos de los escritores que publicaban en *Nosotros* también dirigían colecciones, editaban o escribían novelas de consumo popular. Esto era determinante de las características de la *penny press* local, que lejos de ser una apropiación por parte de las industrias culturales de una cultura popular “espontánea” –como ocurría en México–, eran en su mayor parte de genealogía ilustrada.¹⁰

A estas iniciativas que encabalgaban las fronteras entre alta cultura y cultura de masas, tanto el grupo de Florida como el de Boedo responderían con proyectos editoriales muy diferentes: *Proa* y *Claridad*, respectivamente. Mientras la primera editó obras comprometidas con las nuevas formas literarias, la segunda publicó libros de ensayos, novelas y poesías en impresiones de baja calidad y de precio accesible, con el fin de acercar la alta cultura a un público más amplio. Si para los de Boedo el soporte material de la obra no atentaba contra su contenido, para los martinfierristas esa materialidad ubicaba a las iniciativas editoriales de Antonio Zamora en el mismo nivel que los editores de novelas semanales. En ese sentido, para Méndez y sus amigos una edición de baja calidad acarrearía la degradación del contenido de la obra al hacerla económicamente accesible a un público demasiado amplio para su gusto.

[...] allá, por la calle Boedo, lejano rincón, característico, por cierto de Buenos Aires, ve la luz una popularísima edición de las *Prosas profanas* en vulgar papel diario, 32 páginas que contienen la obra en apeñuscada tipografía, sin omitir, excepto el estudio de Rodó, ni esas admirables y no igualadas “Ánforas de Epicuro” [...] Indefectiblemente se llega a las multitudes, fatalmente la plebe iletrada se adueña del tesoro mental y rítmico que no se halló en Goicondas, Balsoras y Eldorados para ella [...] las Milonguitas del barrio de Boedo y Chiclana, los malevos y los verduleros en las pringosas “pizzerías” locales recitarán [los poemas de Darío], acaso, en sus fábricas o cabarets, en el pescante de sus carretelas y en las sobremesas rociadas con ‘Barbera’.¹¹

En ese sentido, la materialidad cobraba para este grupo una importancia central, pues era determinante del grado de circulación de la obra, y éste, a su vez, determinante del nivel de degradación de su

¹⁰ Sobre las novelas populares de Buenos Aires, ver Sarlo, *El imperio de los sentimientos*. Sobre la *penny press* mexicana, ver, por ejemplo, Buffington, “La violencia contra la mujer”, pp. 287-325.

¹¹ Evar Méndez, “Rubén Darío, poeta plebeyo”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 1, febrero de 1924.

contenido. Para las vanguardias porteñas de los años veinte no sólo “no importa que el arte no llegue a los más”,¹² sino que era deseable que así fuera a fin de conservar su calidad. En ese sentido, las maniobras de exclusión del público eran un gesto típicamente martinfierrista. A modo de ejemplo, en el “Parnaso Satírico”, donde se despliega más que en ninguna otra sección el espíritu batallador de la revista, se suele confrontar de manera críptica con diversos actores del restringido campo intelectual porteño. En ese diálogo quien menos entiende es el público, ese otro frente al cual es necesario distinguirse en la medida que una de las búsquedas de las vanguardias estéticas era, precisamente, dividir el público proponiendo una “lectura entre iguales”.¹³ En las vanguardias europeas, este rechazo del público forma parte de una actitud antagónica mucho más amplia.¹⁴ Sin embargo, en el martinfierrismo este gesto adquiere diversas particularidades, sobre las que nos detendremos en este apartado.

La diferencia entre uno y otro proyecto editorial –*Proa* y *Claridad*– condensa en buena medida la actitud frente al público de los dos grupos. Como sostiene Claudia Gilman, para ambos el público era una plebe iletrada, pero mientras Boedo se ocupó de redimirla a través del arte con libros baratos, Florida se ocupó de despreciarla.¹⁵ Cabe, sin embargo, matizar esta afirmación. Para los martinfierristas, dirigirse despreciativamente –cuando no excluir– a “la innumerable plebe, sin sensibilidad y sin aspiraciones”, que debate en “la llanura mediocre”, era¹⁶ una operación que implicaba el rechazo de los mecanismos de consagración típicos de una industria cultural moderna, donde el público es el árbitro más poderoso. Sin embargo, este rechazo es moderado, pues, en última instancia, los martinfierristas, individualmente, eran escritores preocupados por vender sus libros en el mercado literario, aun cuando su aspiración o necesidad no fuera siempre vivir de la escritura. En ese sentido, uno de los imperativos de la editorial *Proa* era cuidar la calidad material de los libros, lo que hace suponer ciertas expectativas con respecto al público que los consumía. Pero esto convivió con la preocupación porque su precio no fuera demasiado elevado, a fin de

¹² “Representación gráfica y cromatizada de los estados de ánimo”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 7, 25 de julio de 1924.

¹³ Sarlo, “Vanguardia y criollismo”, p. 228.

¹⁴ Al respecto, ver Poggioli, *Teoría dell'arte d'avanguardia*.

¹⁵ Gilman, “Florida y Boedo”, p. 48.

¹⁶ Serge Panine, “Acotaciones a un tema vital”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 10-11, 9 de octubre de 1924.

asegurar el éxito de ventas. La editorial *Proa* se propuso “el designio de abaratar el libro nacional, revolucionando el mercado al lanzar a la plaza ediciones al menor precio posible”, a la vez que buscó distinguirse de la “apeñuscada tipografía” de los libros de *Claridad* produciendo “un tipo de libro especialmente estudiado, con carácter propio, de primera calidad como papeles, tipografía, impresión, estilo”.¹⁷

Lo que perseguía *Proa* al mantener bajo el precio de sus libros era bien distinto a lo que perseguía *Claridad*: los primeros no buscaban beneficiar al público –aunque indirectamente lo hicieran– sino proteger al autor, asegurando el éxito del libro en cuanto a ventas. Es decir, que si bien el público no era para los martinfierristas más que una “plebe iletrada”, era quien en definitiva determinaba el éxito o fracaso de una obra. En este sentido, el desprecio por el público convive con una preocupación por su juicio. Por ello, para los de Florida era fundamental la promoción estratégica de las obras en el mercado. La editorial *Proa* se preocupó por promocionar el libro “en las mejores condiciones de presentación por medio de prospectos críticos, fajas anunciadoras, carteles de propaganda, organización de exposiciones en vitrinas de librerías, garantizando de tal modo una excelente difusión, beneficiosa para autor, librero y editor”.¹⁸ Éstas no serían las únicas herramientas de publicidad propias de un mercado moderno que utilizarían estos escritores: la revista *Martín Fierro* funcionó como plataforma de promoción, no sólo a través de las críticas, sino también mediante innumerables avisos publicitarios de libros, librerías y editores. La búsqueda del éxito comercial, aunque subordinada a otras cuestiones, no sólo se limitaría al mercado local, sino también al extranjero. Un artículo del séptimo número de la revista que se quejaba de la falta de libros americanos en las librerías españolas muestra de manera expresa la preocupación por no quedar fuera del mercado literario. En un tono marcadamente nacionalista, el artículo no se limitaba a criticar a los libreros españoles, sino que también denunciaba “la diligencia que los libreros porteños ponen al servicio del libro extranjero”¹⁹ en perjuicio de los títulos nacionales.

Por lo expuesto hasta aquí, las vanguardias porteñas se mostraron preocupadas por competir en el mercado de productos culturales al

¹⁷ “Editoriales Proa y Martín Fierro”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año III, núm. 34, 5 de octubre de 1926.

¹⁸ “Editoriales Proa y Martín Fierro”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año III, núm. 34, 5 de octubre de 1926.

¹⁹ “Confraternidad intelectual hispano-americana. Casos concretos denunciados por un argentino”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 7, 25 de julio de 1924.

punto de, en varias ocasiones, asociar la calidad de la obra al éxito comercial. En 1926, cuando *Don Segundo Sombra*, de Ricardo Güiraldes, se convirtió en uno de los libros más vendidos, la revista no escatimó elogios para un escritor “de los suyos” que, una década antes y a raíz de las malas críticas, había arrojado al aljibe de su estancia todos los ejemplares de *El cencerro de cristal*, en un gesto que muestra la importancia atribuida por éste a los mecanismos de consagración propios de un mercado literario moderno, en este caso, la crítica. Para los martinfierristas era prueba de la calidad de la obra que se hubiera vendido la edición en tres semanas sólo en los comercios centrales de Buenos Aires.²⁰ En este sentido, incluso para los escritores más ricos de las vanguardias –Güiraldes provenía de una familia de grandes terratenientes–, las ventas ocuparon un lugar central entre marcas de éxito de una obra, más por lo que ello implicaba en cuanto a reconocimiento y prestigio públicos que como recompensa económica.

La actitud del grupo de Florida con respecto al público, que en parte condensa la relación de los martinfierristas con el mercado literario, es compleja: lo desprecia y lo excluye a la vez que le concede cierto grado de soberanía. “El escritor (martinfierrista) siente a la vez la fascinación y la competencia del mercado”, sostiene Sarlo; “lo rechaza como espacio de consagración pero, secretamente, espera su juicio”.²¹ Los martinfierristas fueron conscientes de la existencia de un mercado literario; lo rechazaban, pero no querían quedar del todo fuera de él. Competieron en el mercado literario y a la vez intentaron transformar sus mecanismos de consagración menos que los principios estéticos que lo regían. De allí su preocupación programática por educar el gusto, más propio de las aristocracias que de las vanguardias europeas. Como sostiene Francine Masiello, “el mercado de vanguardia presentará un doble aspecto, ya que integrará siempre textos híbridos porque sirven a un programa a la vez público y personal”.²² Este rasgo de las vanguardias porteñas de la década de 1920 acentúa su moderatismo, aspecto sobre el que se ha detenido Beatriz Sarlo,²³ pues si una de las actitudes esencialmente vanguardistas consiste en alejarse lo más posible de las reglas que rigen al mercado literario, los martinfierristas se ubicaron en el punto medio entre vanguardia y tradición.

²⁰ “Editoriales Proa y Martín Fierro”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año III, núm. 34, 5 de octubre de 1926.

²¹ Sarlo, “Vanguardia y criollismo”, p. 227.

²² Masiello, *Lenguaje e ideología*, p. 14.

²³ Ver Sarlo, “Vanguardia y criollismo”.

Martín Fierro frente a los escritores profesionales y sus “recetarios”

La consolidación de la figura del escritor profesional es característica de cierto grado de desarrollo del mercado literario. En la Buenos Aires de la década de 1920, la figura del escritor profesional, al menos como identidad social autónoma y como ocupación fuertemente vinculada con el periodismo, había desplazado a la figura de escritor *gentleman* tan atinadamente retratada hace tiempo por Viñas.²⁴ Como se ha dicho más arriba, ya desde la década anterior existía en la ciudad una producción de textos literarios dirigida a un público masivo, con tiradas relativamente altas de libros baratos y de frecuencia semanal, que posibilitaron a escritores y periodistas de clase media, muchos de ellos hijos de inmigrantes, vivir de la escritura.²⁵ Aunque buena parte de los martinfierristas presentaban algunos rasgos propios de los escritores profesionales, generalmente no dependían de su producción literaria o periodística para garantizar su subsistencia. En parte por ello su actitud ante esta nueva figura también es de burla o sátira. Las críticas hacia los escritores profesionales giraron en torno a la oposición entre lucro y arte que, como menciona Sarlo, es uno de los ejes que definen la actitud del martinfierrismo frente a la literatura como mercancía.²⁶ Para el grupo de Florida los escritores como Luis de Val, Carolina Invernizio, Jorge Onhet y sus émulos locales, especialmente Manuel Gálvez, no tenían lectores, sino clientes.²⁷

Los productos de la industria editorial no eran más que “enmohecidas literaturas fabricadas en molde”²⁸ para los jóvenes de la nueva generación. Producir bajo las reglas del mercado literario implicaba apelar a recetas probadas que seducían a la “plebe iletrada” y que aseguraban la prolificidad que requería el ritmo industrial. De allí sus críticas a, por ejemplo, Juan José Soiza Reilly, un escritor de folletines fuertemente vin-

²⁴ Viñas, *Literatura argentina y política*.

²⁵ Al respecto, ver por ejemplo Sarlo, *El imperio de los sentimientos*, y Merbilháa, “1900-1919”.

²⁶ Sarlo, “Vanguardia y criollismo”, p. 228.

²⁷ “Libros nuevos”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 7, 25 de julio de 1924. Manuel Gálvez fue uno de los escritores más exitosos de las décadas de 1910 y 1920. Perteneció a la llamada Generación del Centenario, que impulsó un fuerte nacionalismo cultural. Además, fue tal vez el principal impulsor de la profesionalización del escritor.

²⁸ Serge Panine, “Acotaciones a un tema vital”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 10-11, 9 de octubre de 1924.

culado a las industrias culturales a quien *Martín Fierro* dedicó varios de sus epitafios:

Hoy Soiza Reilly, el escritor barato
que “El Alma de los Perros” trató un día,
está escribiendo su autobiografía.
La debe titular “Alma de un Gato”.²⁹

O “Soiza Reilly su diarrea/ literaria terminó./ Ésta su lápida sea:/ L.P.Q.L.P”. Como sostiene Juan Terranova,

la “diarrea literaria” es una alusión a su sostenido ritmo editorial. La comparación, en todo caso, no deja muy bien parada la producción del periodista-escritor. [...] Sin embargo, no es sólo la gran capacidad de trabajo de Soiza lo que los martinfierristas atacan, sino su determinante (y explícita) alianza con el mercado y los medios de comunicación de masas.³⁰

En ese sentido, el artista que no conservara su obra al margen del sistema capitalista de producción corría el riesgo de transformarla en mercancía, lo que implicaba a su vez la prostitución del alma.

La Propiedad privada es la causa capital, directa y casi única de la prostitución, que es la antítesis del amor, y del afán logrero y mercantilista, que es la negación del arte [...] [El] profesionalismo artístico [es] enemigo fundamentalmente, y esto por razones obvias, del noble desinterés que debe regir al arte [...] Se crean profesionales de la emoción, que si en algo se diferencian de los profesionales del amor, es que mientras las prostitutas son arrastradas a su abyección por una fatalidad social y económica, ellos se relajan a conciencia, aun más, se pelean, se estorban la primacía en la venta de su dignidad emocional [...], encuentran denigrante fabricar ladrillos o chorizos para ganar y cantar libremente, prefieren vender sus obras de arte, las hijas de su alma, como si fueran chorizos o ladrillos y emocionarse a tanto la línea.³¹

²⁹ “Epigramas de Pedro García”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 8-9, 6 de septiembre de 1924.

³⁰ Terranova, “El escritor perdido”.

³¹ Eduardo González Lanuza, “Emoción y \$”, *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 10-11, 9 de octubre de 1924.

Es decir que la condena martinfierrista a los escritores profesionales fue a la vez estética y moral: una novela que buscaba vender era necesariamente mala, pero además su autor era un rufián o una prostituta. Para Méndez y sus amigos, los escritores movidos por el lucro no eran más que

poetas menores [que] han alcanzado el camino del éxito fácil y estridente adornando sus poemas esqueléticos con las rositas rococó, moñitos y puntillas de la vieja y prostituida lencería literaria [...] [Ellos tienen] una sensibilidad de clínica [y] de higiene social, misógina y depravada, de ésas que sólo se despiertan con el gramo de cocaína y cuya capacidad amoratoria se reduce a masturbarse imaginativamente ante los brazos desnudos de una violinista de café-concierto.³²

Con este gesto, los jóvenes de Florida desafiaban los mecanismos del mercado literario, pero además, en una actitud parricida típicamente vanguardista, desafiaban a la generación inmediatamente anterior, pues los escritores más paradigmáticos de la generación del Centenario celebraron la paulatina emergencia de un mercado literario. Ricardo Rojas en su *Historia de la literatura argentina* se mostraba entusiasmado por la modernización literaria, la aparición de “empresas” culturales y la expansión del público.³³ También Gálvez en *El diario de Gabriel Quiroga* planteaba, como sostiene Francine Masiello, una defensa del escritor que buscaba satisfacer intereses comerciales.³⁴ No por nada sus biógrafos Nicolás Olivari y Lorenzo Stanchina escribieron que Gálvez “no es ni periodista, ni político, ni profesor, ni rentista [...] por primera vez en nuestro ambiente intelectual, quiere vivir de su pluma, quiere vender sus novelas como el farmacéutico vende sus remedios y el industrial sus productos”.³⁵ Esta condición de escritor profesional –que para los martinfierristas podía traducirse como escritor malo– y de promotor del mercado literario iba a transformar a Gálvez en una de las principales víctimas de los jóvenes de la nueva sensibilidad.

Claro que para Gálvez no toda empresa literaria era deseable. El intelectual entrerriano criticaba a los inmigrantes, pues consideraba que éstos carecían de una sensibilidad refinada y consumían productos culturales de “mal gusto”. Esto establece un punto de contacto entre Gálvez y los martinfierristas. Si para Gálvez los inmigrantes que leen son el

³² Eduardo González Lanuza, “Emoción y \$”, *Martin Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 10-11, 9 de octubre de 1924.

³³ Ver Rojas, *Historia de la literatura argentina*.

³⁴ Masiello, *Lenguaje e ideología*, p. 46.

³⁵ Olivari y Stanchina, *Manuel Gálvez*, citado en Gramuglio, “Estudio preliminar”, p. 50.

público consumidor de novelas malas, para los de Florida los inmigrantes que escriben son profesionales, malos e inmorales. La figura del escritor profesional aparece en *Martín Fierro* ligada al producto de la inmigración masiva “de pronunzias (*sic*) exóticas” que disputaba un territorio históricamente ocupado por las familias tradicionales de la sociedad porteña –los “argentinos sin esfuerzo”– y que acarrea degradación moral y estética de la literatura. A juicio de la revista, sus fines netamente mercantilistas dejaban a los jóvenes vanguardistas “sofocados por el ambiente enrarecido en fuerza de plititud”.³⁶ Al respecto, cabe citar *in extenso* un ilustrativo artículo firmado en forma conjunta por toda la redacción donde además se expresa de nuevo el desprecio por el público masivo.

Sabemos [...] de la existencia de una sub-literatura, que alimenta con voracidad inescrupulosa empresas comerciales con el objeto de satisfacer los bajos gustos de un público semianalfabeto; conocemos glorias de novela semanal, genios al uso de las modistas y publicaciones que por sus títulos –“Novela Realista”, “Novela Humana”– parecen contener un alimento adecuado al paladar de nuestro crítico... (Y a propósito: recordamos haber visto en ellas los nombres de algunos redactores de *La Extrema Izquierda*). Cuando por curiosidad ha caído en nuestras manos una de esas ediciones, nos hemos encontrado con la consabida anécdota de conventillo, ya clásica, relatada en una jerga abominablemente ramplona, plagada de italianismos [...] tales engendros se justifican de sobra por el público a que están destinados: no hay que echar margaritas a puercos. Nunca imaginamos que pudieran aspirar sus autores a la consagración literaria. La reclaman, sin embargo, por boca del señor Mariani, quien llega a afirmar seriamente que ese grupo de fabricantes de novelas entronca mejor que nosotros con la tradición argentina encarnada en el poema de Hernández... ¿Será posible? Por nuestra parte, sólo les encontraríamos filiación, por lo que al lenguaje se refiere, en el *Martín Fierro* de Folco Testena [...] En los últimos tiempos hemos visto que han elegido como patrono, regalándolo con burdo incienso, a Manuel Gálvez, novelista de éxito, lo que confirma nuestra opinión sobre los fines exclusivamente comerciales de los famosos realistas “italo-criollos” [...] Nuestra redacción está compuesta por jóvenes con verdadera y honrada vocación artística, ajenos por completo a cualquier afán de lucro que pueda desviarlos de su camino.³⁷

³⁶ “La vuelta de *Martín Fierro*”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 1, febrero de 1924.

³⁷ “Suplemento explicativo de nuestro “Manifiesto”. A propósito de algunas críticas”, en

Es posible entender desde esta perspectiva la clásica polémica Florida-Boedo, aun cuando ésta se tratase de una discusión *pour la galerie*, como tantas veces se ha sostenido. Como afirma Sarlo, a la antinomia lucro-arte se agrega, muchas veces superpuesta, la antinomia argentinos viejos-inmigrantes, y entre ambas determinan los ejes en torno a los cuales se articula la actitud de los martinfierristas frente a la literatura como mercancía.³⁸ Para los martinfierristas, los escritores profesionales emergidos desde la clase media escribían mal, tanto por poseer una lengua adquirida –poco naturalizada– como por su afición al lucro. Por lo último, eran además moralmente inferiores. Esta visión los emparenta no sólo con Gálvez, sino también con los desplazados *gentlemen* de la década de 1880, a quienes reivindicaron en muchos artículos, principalmente a través de la figura de Cambaceres, considerado por éstos el “fundador de la novela argentina”.³⁹ Con éstos compartían la sátira y el tono crítico hacia sus contemporáneos. Como éstos, escribían movilizados por su vocación artística –aunque buscaban vender bien sus libros– y percibían sus ingresos en otro lado, fuere cobrando una renta o ejerciendo profesiones liberales. Incluso pagaban por satisfacer su vocación en una maniobra que los colocaba en una posición moral y estéticamente superior. “*Martín Fierro*, periódico redactado por la más brillante juventud intelectual argentina, se costea con el modesto peculio de sus redactores asociados”.⁴⁰

No se agota allí su relación con los escritores *gentlemen*. En *Martín Fierro* están omnipresentes el criollismo, la búsqueda en el pasado de un lenguaje “netamente argentino”, el arrabal borgeano y un *Don Segundo Sombra* que narra la adolescencia en la campiña “del 900” –aunque sin rasgos de modernización agraria–, donde predominan los valores de solidaridad en contraposición a la ciudad viciada. Todos estos elementos, que para los martinfierristas condensan tradición y modernidad, remiten a la búsqueda “de un algo sustancial que permanezca por debajo de los cambios”⁴¹ que expresaba Miguel Cané. La asociación entre los escritores profesionales con el producto de la inmigración masiva recuerda al Cané de *Prosa ligera*, inquieto por la modernización, la degradación moral, la

Martín Fierro, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 8-9, agosto-6 de septiembre de 1924. “El señor Mariani” es Roberto Mariani, escritor socialista vinculado con el grupo de Boedo.

³⁸ Sarlo, “Vanguardia y criollismo”, p. 228.

³⁹ “El ‘fundador’ de la novela argentina”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 5-6, 15 de mayo-15 de junio de 1924.

⁴⁰ *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 5-6, 15 de mayo-15 de junio de 1924.

⁴¹ Terán, *Vida intelectual*, cap. I.

“invasión” y el cuestionamiento de las jerarquías tradicionales. Escribía Ernesto Palacio, bajo el seudónimo de Héctor Castillo, en *Martín Fierro*:

Nuestras mesas
Están ahora invadidas por rufianes y “rastas”,
Pintorcillos mediocres, viejas prostitutas francesas,
Ladrones, novelistas semanales que escriben por gruesas,
Y una cantidad fabulosa de pederastas.⁴²

Allí están los escritores profesionales, novelistas semanales, entre una enumeración de arquetipos de la ciudad viciosa, colocados entre ladrones y pederastas, invadiendo un espacio que no les corresponde, pues si bien parece que están allí para quedarse, las mesas siguen siendo “nuestras”. No es de extrañar que varios de los jóvenes de la nueva sensibilidad terminaran militando en las filas del nacionalismo tras la disolución del grupo de Florida. Como sostiene Devoto, “para algunos jóvenes nacionalistas el pasaje por la vanguardia literaria martinfierrista será una etapa previa a la de su militancia política”.⁴³ Tal es el caso de Palacio.⁴⁴

Pero, una vez más, todo esto no implica que algunos escritores martinfierristas dejaran de reclamar su cuota del lucro disponible en la industria editorial. Todas las críticas expuestas hasta aquí convivieron con algunas defensas del derecho de los artistas a cobrar por sus obras. Estas defensas solían articularse con ataques hacia otros actores de las industrias culturales. Por ejemplo, Constancio Vigil, director de la editorial Atlántida y escritor de literatura infantil, era acusado de no pagar las poesías que publicaba:

⁴² “Epístola a Nale Roxlo”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 3, 15 de abril de 1924.

⁴³ Devoto, *Nacionalismo, fascismo y tradicionalismo*.

⁴⁴ Ernesto Palacio, nacido en 1900 en una destacada familia porteña, fue un abogado y escritor vanguardista, aunque alineado en la estela modernista de Rubén Darío. Políticamente, comenzó militando en el anarquismo y apoyó la Reforma Universitaria de 1918. Pero en la década de 1920 giró hacia el nacionalismo. En 1927, pasó a ser jefe de redacción de la revista de orientación nacionalista *La Nueva República*. Como sostiene Fernando Devoto, “los jóvenes de *La Nueva República* se percibían, en cualquier caso, como parte de ese antiguo patriciado que definía su derecho a la preeminencia social no por su riqueza, sino por su presunta antigüedad de instalación en el país que supuestamente los convertía, como a los “martinfierristas”, en “argentinos sin esfuerzo”. Ver Devoto, *Nacionalismo, fascismo y tradicionalismo*, p. 161.

Si bien puede explicarse pero no justificarse que ciertas empresas periodísticas avaras se nieguen a pagar los versos, ¿cómo hallándose un poeta al frente de Atlántida no logra que sus colegas cobren las poesías que publican?, ¿es que ésa, como otras empresas, cree que los versos no son trabajo intelectual y son cosa sin valor material, o bien que los suyos son los únicos versos cotizables?⁴⁵

Es que para los martinfierristas la independencia total entre lucro y arte parecía referirse más al universo de lo deseable que de lo posible. Conscientes de que formaban parte de un mercado literario con el que no buscaban romper del todo, algunos de los redactores de la revista propusieron cambiar las reglas que lo regían. Para tal fin se fundaron las ya mencionadas editoriales Proa y Martín Fierro. Estas iniciativas editoriales se presentaron distinguiéndose del resto, pues sus promotores “no persiguen especulación alguna ni es para ellos fuente de recursos”, sino que tenían como fin primordial “beneficiar honradamente y en la mayor medida posible a los escritores”. En ese sentido, estas editoriales ingresaron en el mercado literario, pero proponiendo nuevas reglas, “estableciendo el pago de derechos de autor, cosa inusitada en el país [...] y que en librería nadie practica sino en ocasión rarísima; el registro del libro como propiedad del autor, a la inversa de lo que hacen nuestros editores, que lo registran a su nombre cometiendo un latrocinio”. Además, se comprometían a devolver lo invertido por aquellos escritores que pagaron para editar sus libros. A éstos se le devolvería el producto de las ventas en efectivo y lo restante en libros al costo. En síntesis, las editoriales martinfierristas no se oponían, sino que intervenían como empresas culturales para modificar las condiciones de mercado a favor del artista –tal vez otro punto de contacto con Gálvez– y los principios estéticos vigentes, más que los mecanismos de consagración.

Consideraciones finales

Lo que deja en evidencia lo expuesto hasta aquí es, una vez más, el carácter moderado de las vanguardias porteñas. Ante las reglas de un mercado literario moderno, aunque emergente, combinaron ruptura con adaptación. El rechazo al público se combina con la búsqueda de éxito en las ventas, lo que coloca a esa “plebe iletrada” otra vez en el centro de los mecanismos de consagración. El desprecio en ocasiones xenofóbico de

⁴⁵ “Preguntamos”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 8-9, agosto-6 de septiembre de 1924.

la figura del escritor profesional convive con la protección del lucro del artista no por medio del patrocinio estatal, como proponía Gálvez, sino a través de nuevas reglas de mercado.

Más que oponerse y operar por fuera, los martinfierristas intervinieron en el mercado literario. Esta intervención acarrió como novedad más importante la división del público. Como ya hemos citado, la vanguardia martinfierrista funda para sus textos un tipo de lectura entre iguales. Si en la década de 1910 la frontera entre campo intelectual e industria cultural aún no se encontraba claramente delimitada, tras el surgimiento de las vanguardias se consolida la autonomía de los campos. Esto revela a su vez el carácter emergente de las industrias culturales. Hasta la década de 1930, cuando empezarían a operar de forma completamente autónoma con el auge del cine y de la radio, muchas de las industrias culturales parecen haberse ubicado en una franja indefinida entre el campo intelectual y un público más masivo.

En la década de 1930, como sostiene Huyssen, la consolidación de las industrias culturales hace obsoletas las prácticas de vanguardia.⁴⁶ Paradójicamente, los avances tecnológicos que inspiraban a los de Florida contribuyeron en gran medida en dicha consolidación. De aparatos que permitían la reproducibilidad técnica –como el linotipo *Intertype* que compraba la imprenta Porter Hermanos y los martinfierristas celebraban– surgieron los verdugos de las vanguardias.⁴⁷

Finalmente, aunque excede los límites de este trabajo, vale preguntarse si en algún punto bajo las actitudes de los martinfierristas ante el público y los demás agentes del mercado literario no se esconde el lamento de quien es desplazado del lugar de privilegio como producto del tránsito de una sociedad tradicional a una sociedad de masas. Más allá de su indudable impulso de renovación estética y vital del campo intelectual, sus preocupaciones por el ser nacional, ausentes en las vanguardias europeas, su apego a ciertas tradiciones, su represión sexual –cuando no homofobia o misoginia– y su desprecio por el producto de la inmigración masiva parecen desafiar la noción misma de vanguardia.

En la Buenos Aires de los años veinte, aunque los martinfierristas supiesen que “todo es nuevo bajo el sol”,⁴⁸ incluso el mercado literario, no estaban dispuestos a aceptarlo del todo.

⁴⁶ Huyssen, *After the great divide*, p. 6.

⁴⁷ “Progresos de Porter Hermanos”, *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año III, núm. 35, 5 de noviembre de 1926.

⁴⁸ “Manifiesto de Martín Fierro”, en *Martín Fierro*, 2ª época, Buenos Aires, año I, núm. 4, 15 de mayo de 1924.

Hemerografía

Martín Fierro, 2ª época, Buenos Aires, 1924-1926.

Bibliografía

Ansolabehere, Pablo

“Anarquismo, criollismo y literatura”, en *Entrepasados. Revista de Historia*, 16:32, (2007).

Buffington, Robert

“La violencia contra la mujer”, en Claudia Agostini y Elisa Speckman Guerra (eds.), *De normas y transgresiones: enfermedad y crimen en América Latina, 1850-1950*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 2005, pp. 287-325.

Devoto, Fernando

Nacionalismo, fascismo y tradicionalismo en la Argentina moderna. Una historia, Buenos Aires, Siglo XXI, 2002.

Gálvez, Manuel

El diario de Gabriel Quiroga. Opiniones sobre la vida argentina, Buenos Aires, Taurus, 2001.

Gilman, Claudia

“Florida y Boedo: hostilidades y acuerdos”, en Graciela Montaldo (comp.), *Yrigoyen entre Borges y Arlt (1916-1930)*, Buenos Aires, Paradiso, 2006.

Gramuglio, María Teresa

“Estudio Preliminar”, en Manuel Gálvez, *El diario de Gabriel Quiroga. Opiniones sobre la vida argentina*, Buenos Aires, Taurus, 2001, pp. 9-52.

Historia de la Literatura Argentina. Tomo IV, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1968.

Huyssen, Andreas

After the Great Divide: Modernism, Mass Culture, Bloomington, Indiana Press, 1986.

Lafleur, Héctor (et al).

Las revistas literarias argentinas 1893-1967, Centro Editor de América Latina, 1968.

Masiello, Francine

Lenguaje e ideología. Las escuelas argentinas de vanguardia, Buenos Aires, Hachette, 1986.

Merbilháa, Margarita

“1900-1919. La época de organización del espacio editorial”, en José Luis de Diego (dir.), *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2006, pp. 29-58.

- Olivari, Nicolás, y Lorenzo Stanchina
Manuel Gálvez. Ensayo sobre su obra, Buenos Aires, Agencia General de Librería y Publicaciones, 1924.
- Poggioli, Renato
Teoría dell'arte d'avanguardia, Milán, Società Editrice Il Mulino, 1962.
- Prieto, Adolfo
"Una curiosa revista de orientación futurista", en *Boletín de Literatura Hispánica*, núm. 3, Facultad de Filosofía y Letras, Instituto de Letras, Universidad Nacional del Litoral, Rosario, 1961.
- Rojas, Ricardo
Historia de la literatura argentina, Buenos Aires, Raigal, 1925 [1917].
- Sarlo, Beatriz
"Vanguardia y criollismo: la aventura de *Martín Fierro*", en Carlos Altamirano y Beatriz Sarlo, *Ensayos argentinos. De Sarmiento a la vanguardia*, Buenos Aires, Ariel, 1997 [1983].
— *El imperio de los sentimientos*, Buenos Aires, Norma, 2004 [1985].
— *Una modernidad periférica. Buenos Aires 1920-1930*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1988.
- Tarcus, Horacio
Mariátegui en la Argentina, o las políticas culturales de Samuel Glusberg, Buenos Aires, El Cielo por Asalto, 2002.
- 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.
- Terranova, Juan
"El escritor perdido", en *El interpretador*, núm. 28 (septiembre de 2006), <http://www.elinterpretador.net/28JuanTerranova-ElEscritor-Perdido.html>
- Viñas, David
Literatura argentina y política. II. De Lugones a Walsh, Buenos Aires, Santiago Arcos, 2005 [1964].