

⇒ Sufragio cultural: masividad y democratización en revistas argentinas de 1920*

Geraldine Rogers

Universidad Nacional de La Plata/CONICET, Argentina

Resumen: El artículo analiza la relación entre democratización política y democratización cultural en revistas argentinas de 1920, en un contexto histórico caracterizado por dos fenómenos: la entrada de las masas en el teatro de la representación política y la emergencia de una industria cultural. Mientras que las publicaciones del circuito amplio (revistas de tango y de teatro) sacaron provecho de las nuevas aspiraciones colectivas que la promesa democrática y mercantil activaba incesantemente en el público, las revistas de la “nueva generación” tendieron a censurarlas, mostrando la persistente voluntad de jerarquización y control que las vertebraba.

Palabras clave: Revistas argentinas; Cultura masiva; Democratización cultural; Siglo xx.

Abstract: This article focuses on the links between political and cultural democratization in 1920s Argentinean periodical publications, in an historical context characterized by two phenomena: the entrance of the masses into political representation and the emergence of a cultural industry. While mass-culture publications (tango and drama magazines) took advantage of the new aspirations that democracy and commercial matters relentlessly triggered the wide readership, periodical publications of the “new generation” tended to censor those aspirations, showing a persistent will of hierarchy and control.

Keywords: Argentinean Periodical Publications; Mass-culture; Cultural democratization; 20th Century.

Como en otras regiones atravesadas por el proceso modernizador, en la Argentina de las primeras décadas del siglo xx *lo popular* casi no pudo pensarse ya al margen del proceso de constitución de *lo masivo*, con la presencia social de la multitud como *público*. El auge del populismo yrigoyenista y la expansión del mercado cultural son dos contundentes pruebas de la apetencia de las masas de hacerse visibles socialmente. Este proceso, de enorme importancia histórica, fue acompañado por la consolidación de un discurso que lo impugnó con una batería de argumentos reiterados que aducían engaño y manipulación.¹ Esa retórica, inaugurada por la élite local hacia 1900, cobró nueva fuerza en el discurso autoinstituyente de la “nueva generación”², dando curso a un sentido común de muy largo alcance. La concepción ilustrada sobre la pasividad del pueblo y sobre

* Este artículo es resultado de una investigación realizada en el Instituto Ibero-Americano de Berlín con el apoyo del DAAD, el CONICET y la UNLP.

1 Sobre la historia de esta tradición ver Laclau (2007).

2 Se trata de una expresión extendida en la década de 1920: En 1923 la revista *Nosotros* organiza una encuesta sobre “la nueva generación literaria” (no 168, pp. 5-25) y el subtítulo de *Inicial* es “Revista de la nueva generación”.

la cultura como distinción hizo que se ignoraran subjetividades, prácticas y modos de percepción implicados en fenómenos masivos contemporáneos de diversa índole –como el yrigoyenismo, el tango, la novela de kiosco o el sainete– sin preguntarse cuáles eran los puntos de apoyo de dispositivos tan poderosos de interpelación. La joven vanguardia de la década de 1920 se imaginó a sí misma como minoría, y desde ahí combatió o negó la cultura de masas en expansión.

Las publicaciones periódicas –tanto las “pequeñas revistas”³ del circuito letrado como las del circuito de mercado– son una superficie de inscripción particularmente sensible para leer las fuerzas en tensión desplegadas en torno a esas cuestiones. Entre las primeras se cuentan *Martín Fierro* (1919 y 1924-1927), *Proa* (1922-1923 y 1924-1926), *Inicial* (1923-1926), *Claridad* (1926-1941), órganos de grupo, con orientación estético-ideológica específica y reducida circulación (Poggioli 1964: 36-39; Masiello 1986). Entre la diversidad del segundo grupo, un conjunto da cuenta de la próspera solidaridad de tres de los fenómenos más significativos de la cultura emergente: tango, teatro e impresos baratos. En las revistas de teatro y de canciones puede leerse el ansia de sectores amplios no solo de consumir sino también de intervenir en diversos campos, lo que relativiza las hipótesis que atribuyen a la eficacia de lo masivo –se trate de apelación política o mercantil– una mera exterioridad instrumental.

Observar las revistas del circuito restringido junto con las de circulación amplia muestra cómo y contra qué se construye “la gran división” (Huyssen 2002) entre alta cultura y cultura amplia, revelando la dinámica complementaria que las recorre. Si –como afirma Poggioli (1964: 38)– “es precisamente el triunfo del periodismo de masas lo que motiva y justifica la existencia de la revista de vanguardia”, solo la diversidad del conjunto deja ver en toda su dimensión el rechazo de la joven élite cultural a reconocer legitimidad o mera existencia a espacios no controlados por ella, y confirma su desinterés por saberes, experiencias y deseos de participación que la cultura masiva hacía posibles. A la vez, permite advertir la existencia de nuevas subjetividades sociales y culturales, e invita a prestar atención a las necesidades presuntamente falsas que una “ingeniosa máquina de distraer”⁴, juzgada tan engañosa como la “farsa” política, alimentaba en una amplia capa de lectores y productores que desde comienzos del siglo presionaba por surgir.

La “farsa” del sufragio

En 1919 la revista *Martín Fierro*, dirigida por Evar Méndez, inauguraba su primera época con una clara manifestación contra lo masivo, rechazo que constituía un gesto de fundación de identidad grupal excluyente, afirmada precisamente a partir de su diferencia con respecto a aquello que dejaba fuera. Se presentaba como “todo lo contrario de lo que suele entenderse como propaganda; en vez de procurar, a semejanza de los políticos y los comerciantes, atraernos la masa, hemos tendido a reducir el círculo de nuestros posibles lectores”.⁵ Esa voluntad de diferenciación y restricción caracterizaría no solo el discurso de su sucesora *Martín Fierro* (2º época, 1924-1927) sino también las otras

3 La crítica inglesa y norteamericana caracterizó este tipo de publicaciones como *little magazines*.

4 Yunque, Álvaro: “Nuestro teatro”, en: *Inicial* 5 (1924: 284).

5 “Martín Fierro en la calle”, en: *Martín Fierro* 1 (1ª época) (1919: 6).

“pequeñas revistas” de la joven generación de la década, como *Proa* e *Inicial*, e incluso en cierta medida a órganos de izquierda como *Claridad*. Tal unanimidad en el heterogéneo conjunto lleva a interrogar por la situación contemporánea a que aludía esa repulsa: ¿cuál era la imagen frente a la cual en mayor o menor grado las “pequeñas revistas” se concebían como alteridad?

A comienzos del siglo xx la naciente industria cultural empezó a coincidir con las nuevas formas de la política en su común interés por lo popular, que en la Argentina comenzaba a articularse con lo masivo, acoplando la lógica democratizadora con la del mercado, dos instancias dependientes de los grandes públicos (Martín-Barbero 1987). En la década del veinte, los intelectuales de la “nueva generación” siguieron apegados a los valores de la cultura letrada, y desde ahí observaron el fenómeno de seducción de las mayorías. Al imaginar ese colectivo oscilaron en ver en él un tirano despótico y una inocente víctima de maniobras calculadas por los “explotadores de la multitud”.⁶

En 1916 había tenido lugar la primera elección presidencial por sufragio universal masculino. El triunfo de Yrigoyen, votado por un electorado mayoritario, implicaba un cambio significativo que se venía gestando desde fines del siglo anterior: la entrada de las masas en el teatro de la representación política. El mecanismo fue evaluado anticipadamente –por derecha y por izquierda– como un ardid destinado a manipular a una presa colectiva sugestionada y confusa: “si el pueblo entra todavía por algo en esa farsa política, lo hace ofuscado por las frases de charlatanes”, decía el manifiesto electoral del socialismo en 1896 (cit. según Oddone 1934: I. 250).

En el plano cultural, la emergencia de las masas se comprueba en el aumento cuantitativo de materiales de lectura y de un nuevo público. En 1920 la importancia del fenómeno se verifica, entre otras cosas, en su capacidad de seguir provocando reacciones en la élite intelectual, y en particular en los jóvenes letrados que en varios planos propiciaron “lo nuevo” pero que, tanto en su versión esteticista como en su versión politizada⁷ mantuvieron la fuerte impronta dirigista de la generación precedente. Desde un lugar jerárquico, la joven generación elaboró la imagen especular de un espacio cultural postulado como su *otro*, con frecuencia de manera sobreactuada, como lo demuestran los múltiples lugares de cruce, cuando no una activa participación de los mismos sujetos en ámbitos del mercado cultural que aquellas reacciones postulaban como excluyentes.⁸ De ese modo se buscaba demarcar un terreno que en los hechos no siempre estaba tan delimitado.

Sin duda los grupos sociales mayoritarios se habían consolidado ya como la nueva audiencia cultural y política. “La masa” –o, según quien la nombrara, “el pueblo”, la “ralea mayoritaria”, el “público-plebe”, “populacho” o la “chusma peludista”– era un elemento omnipresente en el imaginario de quien interviniera en la esfera política o cultural. Tanto el triunfo del yrigoyenismo como el de las empresas ligadas a la industria de la cultura eran evidencias de la nueva situación, que implicaba el auge de eficaces mecanismos de interpelación masiva, lo que desde ciertos lugares de enunciación equivalía a la manipulación de un colectivo inerte.

6 Yunque, Álvaro: “Nuestro teatro”, en: *Inicial* 5 (1924: 284).

7 En *Proa* y *Martín Fierro* (2a época) predomina el interés por cuestiones estéticas, mientras que en *Martín Fierro* (1a época), *Inicial* y *Claridad* prevalecen los temas político-culturales.

8 Protagonistas de la vanguardia literaria como Oliverio Girondo, Raúl González Tuñón, Roberto Arlt y Jorge L. Borges entregaron asiduamente textos a publicaciones del circuito masivo como el semanario *Caras y Caretas* o el diario *Crítica*.

En el primer número de la revista *Martín Fierro* (1a época, 1919) una nota firmada por Samuel Eichelbaum⁹ planteaba que “el país, el pueblo” tres años antes se había volcado por error “hacia la derecha” donde “estaba el partido radical acechándolo”, “cuánta farsa, por un lado, y cuánta inconciencia por otra”. Una estimación similar conducía a detectar la alienación cultural de las mayorías: “El amor al tango –decía la misma nota– completa la conciencia cívica de nuestro pueblo”. El ensayista Juan Agustín García planteaba que el teatro comercial –compuesto por melodramas de estilo imbécil y psicología simplista, escritos en un dialecto vulgar e inferior que desafinaba brutalmente al oído y solo buscaba provocar la risa– armonizaba enteramente con “el sistema actual de la cultura argentina” y se correspondía “por su concepto estético, por su fondo y por su forma, con las demás manifestaciones sociales” (García 1921: 96). El teatro, junto con la escuela, era una de las grandes fuerzas que moldeaban las almas, impresionando la inteligencia y la sensibilidad. Como la vida imita al arte –decía García en una particular interpretación de las palabras de Oscar Wilde– la vulgaridad en los escenarios nacionales traía como consecuencia el rebajamiento de las almas: los espectadores salían “como infiltrados por la ola maleva de los bodegonos, por el lenguaje del conventillo, por su sensibilidad perturbada por la contemplación continua de lo malo, de lo vulgar, de lo feo” (96).

Pero no solo los conservadores de la generación precedente opinaban de ese modo. En una etapa de rupturas y cambios relevantes en el plano cultural, el discurso contra la emergencia de lo masivo atravesó las jóvenes revistas *Martín Fierro*, *Proa*, *Inicial* o *Claridad*. En su evaluación de lo que ocurría en el circuito amplio mantuvieron el diagnóstico elaborado a fines del siglo anterior, renovado por contribuciones contemporáneas y asentado como sentido común por una concepción que daba por sentada la distancia del arte o la relación intrínseca entre cultura y pedagogía (Montaldo 1987). Más allá de sus diferencias estéticas o ideológicas, las “pequeñas revistas” de vanguardia coincidieron en componer –y luego vetar– la imagen de una mayoría postulada como su propia contratara, un *otro* que por sus inclinaciones políticas y culturales alienadas, en mayor o menor medida según el caso, provocaba la negación, el mero rechazo o la voluntad de reforma, movilizándolo proyectos de intervención o de invención orientados a crear una representación colectiva más acorde con sus expectativas ideales. En cualquier caso, muy distinta a la “masa” que se ponía en evidencia en los logros de la política y el mercado.

En 1919 la revista *Martín Fierro* (1a época) lamentaba el error del apoyo popular a “la derecha” representada por el presidente elegido en 1916 y adhería a la Revolución Rusa, apuntando a la vez contra el masivo mercado cultural emergente y contra la hegemonía política del yrigoyenismo, dos fenómenos que vinculaba por su manipuladora apelación masiva: “la adulación de las multitudes para hacerse de ella un instrumento: he ahí la maniobra de los escamoteadores y prestidigitadores del sufragio universal. Fingen adorar al fante de cuyos hilos tiran. La teoría del radicalismo es una farsa: sienta premisas cuya falsedad conoce: fabrica el oráculo, cuyas revelaciones simula adorar”.¹⁰

En los tres números de esta primera etapa *Martín Fierro* dedicó muy poco espacio a la literatura: solo dos poesías cuyo tema era un sujeto colectivo revolucionario. La primera, “Canto a los marineros de Kiel”, de Héctor Pedro Blomberg, exaltaba a los obreros alemanes

9 Eichelbaum, Samuel: “Baulito, expresión de la conciencia nacional”, en: *Martín Fierro* 1 (1a época), (1919: 4).

10 “De H.F. Amiel”, en: *Martín Fierro* 2 (1a época) (1919: 6).

que, afines al espíritu de la Revolución Rusa del año anterior, habían originado el levantamiento de 1918.¹¹ La segunda, del anarquista Federico A. Gutiérrez, cantaba a los herreros que buscaban “romper en mil pedazos/el régimen del mundo...”, y no parecían “esclavos/antes, por su actitud,/que quisieran liberarnos/de toda esclavitud...”.¹² La contrapartida de esa imagen heroica era la de una manifestación radical que –según consignaba una de las crónicas– había derivado en violencia y baile en una esquina del centro porteño: al compás de una banda de música que ejecutaba el himno nacional, quienes encabezaban el acto se habían puesto “a hacer figuras de tango, imitándolos numerosos correligionarios” comportándose en forma bárbara y violenta.¹³ En 1919 *Martín Fierro* exaltaba a los revolucionarios alemanes y a los herreros anarquistas y repudiaba a “la panacea democrática del doctor Sáenz Peña” que había instalado la urna, “un elemento destructor, un modelo implacable para desvirtuar propósitos [...], ninguna arma tan despreciable como el voto”.¹⁴ En el mundo social que estaba a la vista lo más cercano al “pueblo” era la mayoría que había elegido a Yrigoyen y se apasionaba por los impresos baratos, los sainetes y los tangos, maldiciones que arrastraban y perdían a una multitud que se dejaba llevar.

Revistas de vanguardia y del circuito popular

Las primeras décadas del siglo xx muestran una expansión creciente de espectáculos y publicaciones accesibles, tanto desde el punto de vista económico como simbólico. Distintos aspectos del mercado editorial de esa etapa fueron abordados por una amplia bibliografía que ha ido haciendo el mapa de producción y consumo del variado conjunto –revistas, periódicos, folletos, novelas de kiosco– que continuó y desarrolló un fenómeno iniciado a fines del siglo anterior (Prieto 1988; Rivera 1998; Sarlo 1985; Romero 1995; Montaldo 1987 y 1989; Delgado/Espósito 2006; Rogers 2008; entre otros). Hacia 1920 la ampliación de la industria cultural implicó la solidaridad creciente entre espectáculos y materiales impresos: diarios y revistas de gran tirada contribuyeron a la difusión de la cartelera porteña e instalaron la imagen pública de actores y actrices que empezaban a incluir letras cantadas en las obras. Como bien recuerda Juan José Saer, muchos de los tangos más exitosos que se transformaron en clásicos tienen un origen teatral, lo que explica la presencia de monólogos narrativos y el componente melodramático de muchas letras (Saer 1999: 149).

Los periódicos del circuito restringido de la vanguardia coincidieron en evaluar a todos esos productos en términos similares a los expresados por la revista *Martín Fierro* a propósito de “una sub-literatura, que alimenta[ba] la voracidad inescrupulosa de empresas comerciales creadas con el objeto de satisfacer los bajos gustos de un público semianalfabeto”.¹⁵ Las “pequeñas revistas” eran su contratara: órganos de movimiento estético o

11 Blomberg, Héctor Pedro: “Canto a los marineros de Kiel”, en: *Martín Fierro* 2 (1a época) (1919: 2).

12 Gutiérrez, Federico A.: “Los metalúrgicos”, en: *Martín Fierro* 3 (1a época) (1919: 6).

13 Bronstein, Manuel: “El himno, el tango y el machete”, en: *Martín Fierro* 2 (1a época) (1919: 4).

14 Martínez Cuitiño, Roberto: “Política criolla”, en: *Martín Fierro* 2 (1a época) (1919: 2). También *Inicial* se posicionó contra “los apologistas del sufragio universal, del parlamentarismo y la democracia de nuestros días, mentiras fraguadas en el gabinete de los banqueros”. *Inicial* 1 (1923: 2).

15 “Suplemento explicativo de nuestro ‘Manifiesto’. A propósito de ciertas críticas”, en: *Martín Fierro* 8-9 (2a época) (1924: 56).

político, con escasa y altamente selectiva circulación, como correspondía a su proclamado carácter anti-comercial. En 1919, *Martín Fierro* sostenía un criterio de exclusión fundado en razones político-ideológicas:

Si en su modesta opinión las ideas se deben combatir a palos, no lea *Martín Fierro*
 Si en enero de 1919 fue Ud. guardia blanca, no lea *Martín Fierro*
 Si lamenta que no haya un cardenal argentino, no lea *Martín Fierro*.¹⁶

En 1924 retomó la formulación selectiva para delinear un público que se distinguía de la masa “amorfa” por su indiferencia hacia los ídolos del periodismo masivo y su desprecio por la representación parlamentaria:

Si cree Ud. que Firpo es una gloria nacional: no lea *Martín Fierro*
 Si juzga que colaborar en los grandes diarios supone talento, no lea *Martín Fierro*
 Si Ud. cree que los senadores y diputados son personas útiles a la Nación: no lea *Martín Fierro*.¹⁷

Las pequeñas revistas buscaron diferenciarse de las publicaciones cultas tradicionales, pero sobre todo de las de gran circulación. Su lógica fue claramente excluyente. Su público restringido, así como el vasto y amorfo que se le contraponía, era a la vez causa y efecto de la gran división fundada en el principio según el cual había dos tipos de lectores: los que entendían y los congénitamente ineptos para comprender y saber¹⁸, destinados irremediablemente a la manipulación a través del sufragio y las interpelaciones masivas. Entre estas últimas se contaban las revistas de teatro y de canciones, ofrecidas como “populares” o “nacionales” por empresarios que realimentaban el circuito impulsando una producción caudalosa (Viñas 1986; Pujol 1988). En medio de esa trama de diestro cálculo comercial, hay motivos para conjeturar que quienes respondían a su apelación pudieron imaginar un sistema que los abarcaba, incluso en alguna medida como productores, y que los ámbitos de sociabilidad con que contaban eran propicios para dar curso a sus aspiraciones a partir del material que les proveía el circuito masivo.

Revistas de tango y de canciones

En 1922 el empresario Francisco Hostench centralizó en su sede porteña de calle Salta 994 la administración de las revistas *La Milonga* y *El Teatro Nacional* y de la colección “La Novela Galante”, en cuya lista de títulos se incluía *La viciosa Edelmira*, *Memorias de una mujer* y *Cuentos picarescos* de Benjamín de los Llanos, *Amor prohibido* de Francisco Giralt y *Carne de sacrificio* de Juan Caruso. La variedad del conjunto indica que se trataba de un sistema cuya diversificación apuntaba a capturar los distintos sectores de la demanda.

16 Sin título, en: *Martín Fierro* 1 (1a época) (1919: 8).

17 Sin título, en: *Martín Fierro* 1 (2a época) (1924: 3).

18 El español José Ortega y Gasset desarrolló esta concepción en sus escritos y conferencias de la década de 1920, etapa en la que tuvo contacto con los jóvenes vanguardistas argentinos (Rogers 2009).

En 1921 se había inaugurado *La Milonga Popular. Revista típica nacional*. Varios elementos, entre los que se cuentan el tipo de material publicado –letras de “tangos valeses, aires y estilos”– y las imágenes los de artistas –fotografías de Antonio Caggiano, José Betinotti, Gabino Ezeiza, Juan de Dios Filiberto, Ángel Villoldo, Alberto Vaccareza, José Podestá– muestran la continuidad entre el mundo criollista-payadoresco y el del tango (Selles 2006). Cada tanto incorporaba además algunas partituras –como la de “El jilguero” de Juan de Dios Filiberto– ofreciendo así a sus consumidores elementos para ensayar por su cuenta las composiciones, acompañándose de instrumentos musicales. Al poco tiempo de su inicio abrevió su nombre a *La Milonga* y empezó a incluir anuncios y comentarios sobre la colección de narrativa.

En el mismo año también había empezado a venderse a 0,20 cts. *Canciones populares*. *Tangos*, que incluía “zambas, tangos, estilos, valeses, cuecas y dúos de los mejores autores nacionales”, ilustrados con imágenes fotográficas de cantantes, compositores y actores como Carlos Gardel, José Razzano o Blanca Podestá, entre otros. Junto a las canciones incluía datos concretos sobre la cartelera de espectáculos en los que aquellas se insertaban:

“El prisionero (tango canción)”, con letra de M. Romero y música de E. Delfino. Cantado con gran éxito por Ignacio Corsini en la obra *La vuelta de Pirincho*.¹⁹

“Celosa (tango)”. Creación de Evita Franco en la revista *El verbo amar* que se representa con todo éxito en el TEATRO SMART, todas las noches. Por la compañía nacional Simari-Franco.²⁰

“La patotera (tango)”. Cantada con gran éxito por la primera actriz Olinda Bozán en el Teatro Avenida en la obra *El inglés de Santa Cruz*.²¹

“El mueble que fu... (tango)”. Cantado por la primera actriz Blanca Pozas en la obra de A. de Bassi y A. de J. Ballestero *Cabaret chic... cabaret reo...* en el Teatro porteño.²²

Desde 1922 *Canciones del pueblo. Revista de composiciones populares* fue administrada por Andrés Pérez, hijo de uno de los principales editores de literatura criollista durante las décadas previas²³, otro dato que indica que no se estaba ante una desaparición de la industria editorial del criollismo en Buenos Aires sino ante la progresiva transformación de un fenómeno que desde el inicio implicó la impregnación mutua de lo rural y lo urbano y que llevó al pasaje del payador al cantor de tangos.²⁴ Ofrecía por 0,10 centavos

19 *Canciones populares* 2 (1921: s. p.).

20 *Canciones populares* 2 (1921: s. p.).

21 *Canciones populares* 2 (1921: s. p.).

22 *Canciones populares* 2 (1924: s. p.).

23 Tres fueron las principales casas editoras responsables de propagar la literatura criollista en el pasaje del siglo XIX al XX: Salvador Matera, Francisco Matera y Andrés Pérez. Prieto señala que en 1921 este último mandó a imprimir 45.000 ejemplares de *Santos Vega el payador*, de Luis Bellazi, lo que interpreta como el “canto del cisne de la industria editorial del criollismo en Buenos Aires” (Prieto 1988: 80).

24 Dentro de la Biblioteca Criolla reunida por Lehmann-Nitsche se incluyen títulos que muestran esa vinculación: *El gaucho Hormiga Negra. Con el tango De pura cepa* (s/f), *Cantos del alma. Gran colección de versos y aires nacionales por Francisco Bianco cantor argentino. Contiene además el popular tango La morocha...* (s/f), *Canciones nuevas. Variedad de tonadas, cuecas, vidalitas, tangos, habaneras, etc.*

letras de milongas, aires criollos, tangos y zambas, además de fotos del mundo del espectáculo. Sus anuncios exhortaban a adquirir los otros productos de la empresa, corroborando así la lógica de la diversificación mercantil:

No deje de comprar La Revista Teatral, publicación de actualidades teatrales.

La Guitarra Popular. Revista quincenal de canciones nacionales.

Ediciones que se encuentran a la venta en la Casa Editorial Pérez: “Nuevo correo del amor”, “Santos Vega el payador”, “La cocina moderna”, “El Borracho” de Joaquín Castellanos, “Genoveva de Bravante”, “Versos rantifusos”, “La inmortal y Amorasas” por Almafuerte, “oráculo novísimo o sea el libro de los destinos” y “El triple almanaque de los sueños editado por la Casa Pérez para los años 1922 y 1923”.²⁵

En conjunto, estas revistas de canciones –cuyo insistente recurso al “pueblo” y a lo “popular” se hacía explícito en los títulos– difundían los espectáculos en cartel, orientando interesadamente a consumir los productos que auspiciaban, aunque hay indicios también de que daban lugar a la participación –en parte real, en parte imaginaria– del público en instancias de la producción.

Sus lectores no solo cantaban las canciones al ritmo de sus instrumentos, como lo atestigua el hecho de que *La Milonga Popular* incluyera partituras, o *Canciones populares*. *Tangos* organizara en 1921 la rifa de un piano entre los lectores. Además, en *La Milonga*, una sección titulada “Correo sin estampillas”²⁶ registra la existencia de lectores-escritores que enviaban sus composiciones, las cuales a veces eran publicadas o se transformaban en motivo de comentarios. Es el caso de una nota sobre “ladrones literarios” donde se incluyen fragmentos de correspondencia entre colaboradores que se imputaban mutuamente usurpación y “piratería”. Uno de ellos solicitaba que se desenmascarara a un plagiador y pedía que si llegaran a enviar otras composiciones no fueran publicadas.²⁷ La revista propiciaba un clima contencioso plagado de denuncias y escándalos relativos a ese tema. “Lamentamos no poder dar traslado de este robo literario al departamento central de Policía” decía, y recomendaba a los lectores que si encontraran alguna “colaboración defraudada” lo comunicaran, ya que estaba dispuesta “a desenmascararlos por piratas y sinvergüenzas”²⁸, declaración orientada quizá a fomentar nuevos y sabrosos altercados y posiblemente también a aventar sospechas sobre sus propias prácticas con los derechos de autor. A veces hacía intervenir a un tercer lector que desempataba aportando una prueba contundente a favor o en contra de los implicados. De ese modo se escenificaban disputas reales o imaginarias sobre un asunto de sumo interés y actualidad. *La Milonga*

(1911), *Tangos populares* (1909), entre otras. *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna* de Adolfo Prieto es un libro fundador indispensable para el estudio de esta etapa, aunque por momentos parece ver lo popular como exterior a lo masivo, como si el fenómeno del criollismo no hubiera estado desde sus comienzos ligado a un mercado incipiente.

25 Anuncios aparecidos en varios números sucesivos de *Canciones populares* (1921-1924: s. p.).

26 El semanario *Caras y Caretas*, iniciado en 1898, incluía una sección de igual título donde comentaba los trabajos de lectores escribientes que enviaban sus textos para una eventual publicación en la revista.

27 “Ladrones literarios. Acusados y acusadores”, en: *La Milonga* 16 (1922: s. p.).

28 *La Milonga Popular* 16 (1922: s. p.).

publicaba las quejas absteniéndose de tomar partido, con el argumento de que desconocía personalmente a los firmantes, lo que resulta sintomático del cambio que describimos. Que los problemas de autoría y derechos intelectuales fueran materia de discusiones en las que aparecían involucrados los lectores es un indicio de la considerable paridad que la emergente industria cultural hacía posible imaginar entre productores y consumidores.

Uno de los números de *Canciones populares*. *Tangos* insertaba una “Aclaración” que muestra esta obsesión por el problema de la propiedad autoral y de las versiones íntegras o adulteradas de los textos. La nota apuntaba a descargar de responsabilidad a un colaborador acusado de plagio por haber publicado con su firma una poesía que incluía dos estrofas ajenas. La revista desplegaba una detallada explicación sobre diferencias y similitudes entre tres composiciones —“El borracho”, “El alcoholismo” y “El vaso fatal”— atribuidas a dos autores conocidos y un tercero anónimo, y las publicaba en el mismo número “para que se cotejen” con el objeto de deslindar responsabilidades.²⁹

Como se ve, las revistas de canciones “populares” parecían no agotarse en el mero consumo reproductor. Incorporaban la figura del lector como figura activa y demandante, lo que permite imaginarlo componiendo e incluso publicando letras de canciones, ensayando piezas musicales en el ámbito privado o en espacios no comerciales como peñas o centros barriales propicios para el uso, la resignificación y la actualización de lo que ofrecía el mercado.

Revistas de teatro

Junto a las revistas de canciones populares hubo un auge de revistas de teatro que también se podían adquirir en los kioscos, estaciones de subterráneo y puestos de diarios (Mazzioti 1985; Seibel 2006). *Bambalinas*. *Revista teatral*, a cargo del autor y empresario Federico Mertens, comenzó a publicar en 1918 textos dramáticos completos, críticas de obras e información sobre la cartelera vigente. La propuesta parece haber funcionado muy bien, a tal punto que en el segundo número se anunció la reedición del primero, y en el tercero la frecuencia pasó de quincenal a semanal. Sus propósitos declarados eran dos: hacer crítica de las puestas en escena y publicar “las obras de mayor éxito artístico o popular” con el objeto de que llegara completo a “las manos del espectador de provincias el libreto, a veces mutilado por compañías irrespetuosas, capaces en ocasiones de transformar no solamente escenas, sino aun tipos, a favor de una interpretación que ellas creen más eficaz, y con esto rebotar el juicio sobre sus elásticas responsabilidades”.³⁰

Desde 1918 la revista *El Teatro Nacional* (2a época) estuvo a cargo de Francisco Hostench, administrador también de *La Milonga* y “La Novela Galante”. Publicaba sainetes de Alberto Vacarezza, Carlos M. Pacheco, Julio Sánchez Gardel, Alberto Novión y José González Castillo, obras estrenadas poco antes por las compañías de Pablo Podestá, Quiroga, Rosas-Arata y otras similares, muy exitosas en el mercado teatral, con “primeras figuras” del momento como Camila Quiroga, Pablo Podestá u Orfilia Rico. En los números iniciales prometió dedicarse a satisfacer “el buen deseo legítimo del público de no verse

29 *Canciones populares* 2 (1924: s. p.).

30 “Propósitos”, en: *Bambalinas* 1 (1918: II).

privado de la lectura de una obra que en la actualidad se representa”.³¹ Además, manifestó su intención de difundir la producción nacional y “atenuar en todo lo posible la escasez de originales, ya que esto va tomando un carácter alarmante” por “la enorme cantidad de libretos desaparecidos de los archivos, y por la ausencia de obras impresas”.³²

La Escena empezó a salir en 1918. En su primer número advertía que no venía a llenar un vacío sino a competir con las otras revistas, exhibiendo sin pudores su perfil comercial. Se presentaba como destinada a un público muy variado: coleccionistas de obras, actores rurales, aficionados al estudio, críticos, espectadores.³³ Estaba estrechamente ligada a la Sociedad Argentina de Autores Líricos y Dramáticos Nacionales, y su perspectiva era claramente la de los productores. Buscaba instalar o fortalecer su imagen, dar a conocer las obras y proteger sus derechos. En cada número destinaba un texto inicial a presentar al escritor de la obra que publicaba: Novión, Martínez Cuitiño, García Velloso, Cayol, Pagano, González Castillo, Discépolo, entre otros.

Estas revistas manifestaban constantemente la necesidad de preservar la integridad de las obras, así como de registrarlas para proteger la propiedad autoral y evitar que se eludiera el pago de derechos. En 1910 se había sancionado la ley sobre propiedad científica, literaria y artística por la cual los autores dramáticos adquirirían entre el diez y el quince por ciento de la venta de entradas. Como se advierte en estas publicaciones y en muchos otros textos —entre los que se cuenta el tango combativo “¡Somos Federados Somos!”— las cuestiones gremiales y profesionales eran de gran actualidad.³⁴

El desarrollo de la actividad teatral era tan expansivo que los productores, organizados en torno a las asociaciones y revistas, intentaron poner orden en el creciente descontrol derivado de la proliferación de actores, no solo profesionales sino también aficionados, que hacían sus representaciones en lugares de toda índole, compitiendo en el mercado teatral sin pagar derechos, o descalabrando los textos a su antojo en espacios comerciales y no comerciales. Según consignaba *El Teatro Nacional*, existía un mercado negro de textos copiados a mano. Había casos en que el propio autor no disponía de sus propios libretos pero podía encontrarlos, adulterados, en el proliferante “archivo donde se canjean y se comercia con ellos”.³⁵ Las compañías teatrales, a falta de originales auténticos, echaban mano de cualquier versión manuscrita y representaban versiones modificadas, perjudicando así el bolsillo y la consideración del autor. Y había multitud de amateurs que ni bien se iniciaban en el arte escénico aderezaban la obra a su gusto. Por eso —planteaba la revista— había que

poner coto a tantos abusos —desgraciadamente frecuentes— que cometen los que poseen manuscritos cercenando o tergiversando conceptos, equivocando caracteres y psicología de los personajes, al extremo de hacer de una obra serena y consagrada, algo dislocado e híbrido,

31 “Exposición”, en: *El Teatro Nacional* 4 (2a época) (1918: s. p.).

32 “Rentrée”, en: *El Teatro Nacional* 1 (2a época) (1918: s. p.).

33 “A todo aquel por cuyas manos pasemos: al archivero que nos necesita para su colección; al actor rural o modestísimo aficionado que en busca de gloria o de prosaico vellocino de oro se entrega al estudio; al crítico sagaz que en aras de su misión depurativa se lanza al oteo de una ‘perla’; al buen contribuyente de nuestros teatros locales...”. “Buenas noches”, en: *La Escena* 1 (1918: s. p.).

34 Ese tango de Carlos Romeu, dedicado “a la Federación de gentes de teatro”, decía: “Por nuestra causa luchamos [...] Nadie se debe dejar explotar [...] Por esta Federación/que ha logrado vencer/al tirano patrón”. “¡Somos federados somos!”, en: *Canciones populares. Tangos* (1921) 1, p. 24.

35 “Propósitos”, en: *El Teatro Nacional* 3 (2a época) (1918: s. p.).

mal éste que va teniendo un carácter alarmante y que es corriente entre los aficionados al arte dramático.³⁶

Sin duda a aficionados como esos se dirigía *Bambalinas* en su sección de consejos básicos de actuación como el “Manual del perfecto actor”³⁷, con fotos e instrucciones sobre cómo representar determinados estados de ánimo, o notas sobre “Cómo se escribe una comedia”³⁸.

Incluso a través de la ironía –como en un texto que refiere el caso de alguien que sin haber leído nunca obras de teatro deseaba escribir una en muy pocos días³⁹– se compone una imagen de considerable paridad entre productores y consumidores. El correlato indudable era la creciente afición a ser actor o autor de textos, tal como se ve frecuentemente en las revistas. En agosto de 1918 *Bambalinas* anunció un concurso de obras inéditas; tras ser evaluadas por un jurado presidido por Armando Discépolo, las tres mejores serían publicadas por el semanario. En su tercer número de abril de 1918, *La Escena* publicó una página titulada “Aviso” donde anunciaba dos novedades que sin duda estaban relacionadas. En primer lugar, gracias a la excelente recepción por parte del público, pasaría de la frecuencia quincenal a la semanal. En segundo lugar, invitaba a los consumidores a convertirse en ocasionales productores de textos: “abrimos, por otra parte, al lector una sección de *Crítica* referente a los estrenos de la semana, reservándose la dirección el derecho de seleccionar aquellas que crea más conveniente. Las críticas no firmadas no se publicarán. Los originales se reciben hasta el sábado de la semana correspondiente al estreno”⁴⁰.

Las funciones que cumplieron estas revistas de teatro fueron varias: competencia en el rentable mercado de impresos baratos, difusión y propaganda de las obras teatrales propias o de grupos cercanos, publicación de textos dramáticos completos para impedir la piratería. Igual que las revistas de canciones populares, permiten imaginar un público de lectores que al menos en alguna medida excedían el papel de consumidores pasivos: aspiraban a escribir crítica, a leer por su cuenta las obras de teatro e incluso a ensayarlas o llevarlas a escena en espacios participativos como clubes, comités, asociaciones de fomento o grupos filodramáticos.

La multitud, mecenas del siglo xx

En abril de 1924 la revista *Inicial* publicó un texto titulado “Nuestro teatro” que llevaba la firma de Álvaro Yunque.⁴¹ El mismo artículo, con variantes mínimas, fue reeditado por *Claridad* tres años después⁴², en el marco de un nutrido conjunto de materiales que en los distintos números de la publicación dirigida por Zamora ofrecían una mirada muy crítica del teatro comercial-popular y proponían la creación de una corriente alternativa,

36 “Propósitos”, en: *El Teatro Nacional* 3 (2a época) (1918: s. p.).

37 *Bambalinas* 2 (1918: I).

38 *Bambalinas* 2 (1918: II).

39 “Carta abierta”, en: *Bambalinas* 3 (1918: II).

40 “Aviso”, en: *La Escena* 3 (1918: s. p.).

41 Yunque, Álvaro. “Nuestro teatro”, en: *Inicial* 5 (1924: 289).

42 Yunque, Álvaro: “Nuestro teatro”, en: *Claridad* 136 (1927: s. p.).

orientada a la transformación social desde una perspectiva de izquierda. El hecho de que el mismo artículo fuera editado en ambas revistas con diferencia de tres años confirma la vigencia adjudicada al problema y a los argumentos desplegados, así como la coincidencia de dos publicaciones de perfil ideológico muy diverso al evaluar uno de los fenómenos más exitosos de la cultura masiva.

Yunque titulaba su artículo con el nombre de una revista contemporánea para hacer desde el comienzo una evaluación demoledora de esa actividad en la Argentina. Su diagnóstico se apoyaba en varios puntos centrados en el carácter mercantil del teatro, sostenido por empresarios ignorantes y codiciosos, actores oportunistas y un público inconsciente. El llamado teatro nacional –decía– se había iniciado en el picadero como una actividad comercial, convertida ahora en una industria que daba “pingües ganancias” a los empresarios y a algunos actores y cómicos, y se había vuelto tan exitosa que podía competir con la vitivinícola o la de alpargatas, al punto que incluso producía para exportación.⁴³

El discurso recorría los ítems tópicos: las consideraciones económicas derivaban en evaluación estética y moral sobre un “mal nacional” comparable ya no con la fabricación de bebidas o calzado sino con la de “cigarrillos o la de ajeno: un tóxico con el que se ahíta la estupidez sensiblera o la risa procaz al público-plebe que llena las salas todos los días”. Las imágenes no daban lugar al matiz: el teatro era “una gran caballeriza o un chiquero” que no producía sino “chistes sucios, tipos caricaturescos y pasiones bajas” rebajando el nivel de las costumbres y llenando de “carcajadas estúpidas la masa encefálica del público-plebe que va allí a reír”. El problema no era local ni pasajero:

Bataclanes, revistas, vodeviles, comedias cursis, dramones de gran guiñol, gritos y risas, cabriolas y procacidades, todo lo inundan. Este ‘alimento intelectual’ pide el público-plebe de todas partes y eso le sirven los mercachifles empresarios, los mercachifles autores y los mercachifles actores. Esto en París como en Londres y en Madrid como en Buenos Aires. El mal tiene su origen en la sociedad capitalista; y solo desaparecerá por completo cuando esta desaparezca.

Los argumentos eran anticapitalistas, pero de perfil antimaterialista y espiritualista.⁴⁴ Aunque los géneros artísticos, y especialmente el teatro, estaban “manchados por el capitalismo” el problema radicaba en la ausencia de idealismo, tanto en los espectadores que buscaban diversión como en los actores, autores y empresarios que perseguían la ganancia. Faltaba un teatro que fuera “popular”, término que para Yunque tenía un sentido estrictamente espiritual:

43 Yunque coincide notablemente con los planteos –que por momentos copia sin citar– del ensayista conservador Juan Agustín García, publicados como columna de *La Prensa* y recogidas en libro en 1921: el teatro “es un capítulo importante de la economía nacional. Podría ocupar un lugar lucido en la columna de los productos del país... ¡millones en lana, trigo, maíz, carnes...! ¡tres millones de derechos de autor!” (García 1921: 15).

44 El contemporáneo César Tiempo subraya la formación católica de Yunque: “Contrariamente a Castelnuevo el autor de *Versos de la calle* no veía ‘de abajo’. Nació en La Plata, ciudad que su abuelo, Ángel Herrero y su padre, fundaron con Dardo Rocha. Los Herrero se encuentran afincados en el Río de la Plata desde 1810. Yunque se llama en realidad Aristides Gandolfi Herrero. Su familia chorreaba catolicismo y en su casa, donde había altar, como en la de Enrique Larreta, se rezaban novenas a San Roque con asistencia de vecinas” (Tiempo 1974: 14).

Desde el punto de vista del arte, es un grave error creer que se deba considerar como del pueblo a un hombre, sólo teniendo en cuenta su situación económica. Es un error grave que nos producirá desencantos. Se es del pueblo, cuando se tiene un ideal de fraternidad humana, si no se es público o plebe, vale decir: vulgo. Y esto, aunque se sea mendicante o potentado, analfabeto o doctor. La orientación espiritual es la que debe decirnos cuando un hombre es o no del pueblo. Tan burgués –burgués: sinónimo de individualismo egoísta– tan burgués es el miserable que sólo aspira a enriquecerse, como el mayor de los millonarios. Es un burgués espiritual, no económico.

Faltaba un teatro popular que fuera “templo de arte” con “apóstoles-artistas” desinteresados y “creyentes-pueblo que vayan allí poseídos de un ideal, a purificarse”. “Pueblo” era el que aspiraba a un ideal de fraternidad humana mientras que “Público y Plebe” carecían de todo ideal. Según Yunque era preciso hacer la distinción, porque solo el pueblo iría al teatro artístico una vez que este se fundara. Mientras tanto, el teatro actual era sostenido por el sufragio de un público masivo que era simultáneamente una presa inerme y un tirano despótico:

La multitud, mecenas del siglo xx, paga eso y eso se le fabrica [...]. El teatro, hoy, es una ingeniosa máquina de distraer, o sea de idiotizar. ¿Y qué otra cosa buscan los explotadores de la multitud?

Evaluaciones de ese tipo llegaron a ser tan generalizadas en los años veinte que hasta las propias revistas de teatro registraron la alarma.⁴⁵ En 1927 *Claridad* llegó a proponer la supresión de derechos de autor con el fin de acabar con la proliferación de autores teatrales, esos “mercachifles atraídos por el olor del dinero”.⁴⁶ De esa forma dejaría de ser tentador el oficio de autor dramático y muchos dejarían de escribir. Poco después, habiendo advertido que eso eximiría a los empresarios de pagar el porcentaje legal a los dramaturgos, mejoraba la idea: la propuesta era destinar lo recaudado por derechos de autor a obras de beneficencia. En cualquier caso la iniciativa contradecía una de las principales intenciones de las nuevas revistas de teatro: defender los derechos autorales y combatir la piratería.⁴⁷

Claridad apuntaba también contra los empresarios inescrupulosos y contra los malos autores:

Nuestra escena está invadida por un sinnúmero de “escritores” semi-analfabetos cuyas producciones, por el mezquino espíritu artístico que las anima, por la frecuente exaltación que se hace

45 En mayo de 1926, *Inicial* publicó un texto sin firma con el mismo título del artículo de Yunque –“Nuestro teatro”– donde apuntaba contra los sainetes, dramas y comedias: “pobre, mediocre, inútil, el teatro criollo no vale, en verdad, el fabuloso dinero que produce”. “Nuestro teatro”, en: *Inicial* 10 (1926: 721). También la revista teatral *Comoedia* señaló la mala calidad del melodrama y la grosería del sainete. “Síntomas”, en: *Comoedia* 2 (1926: 7).

46 “Por los teatros”, en: *Claridad* 138 (1927: s. p.).

47 En la página final de la primera obra dramática editada por *Bambalinas* se lee el siguiente aviso firmado por el autor: “Prohíbo toda representación que no se ajuste a este libreto”. “Carta abierta”, en: *Bambalinas* 3 (1918: II).

de gente de mal vivir y por el empleo de un lenguaje que no es el nuestro, hace de ella un algo denigrante y molesto para nuestras pretensiones de cultura.⁴⁸

Por eso llamaba a la crítica –cuya función específica era juzgar los valores artísticos y marcar el derrotero a sus artistas– a contrarrestar el efecto del desastre, realizando “en conjunto una seria campaña contra esa clase de producción; fustigando sin piedad a autores, compañías y empresas que las estrenen”. *Claridad* creía que a la larga también el público tendría en cuenta las observaciones, por lo que recomendaba no abandonar la función preceptora de una crítica calificada.

En 1916 Leopoldo Lugones protestaba contra las ilusiones creadas por la “falacia del sufragio” en “el pueblo engañado”, “pobre siervo, a quien como al dormido despierto de las Mil y Una Noches, le dan por algunas horas la ilusión de la soberanía”.⁴⁹ De manera análoga, las “pequeñas revistas” de la nueva generación de los años veinte impugnaron o buscaron controlar las ilusiones culturales que la promesa democrática y mercantil activaba incesantemente en el público. La habitual censura contra manifestaciones como el tango, el teatro o los impresos baratos muestran la persistente voluntad de jerarquización y control que las vertebraba. Pero sobre todo revela el desinterés por fenómenos de identificación y reconocimiento que eran la base de la “farsa” política o cultural capaz de seducir a las mayorías. Así lo muestran las revistas de canciones y de teatro que, entre otras formas de la cultura masiva emergente, atendían a la multitud del nuevo público, prestando oído a sus lenguajes y acompañando la creciente tendencia colectiva a traspasar los límites establecidos y buscar protagonismo en el plano imaginario, aunque no solo en él.

Bibliografía

- Benjamin, Walter (2009): “El autor como productor”. En: *Obras*. Madrid: Abada Editores, libro II, vol. 2, pp. 297-315.
- Delgado, Verónica/Espósito, Fabio (2006): “1920-1937. La emergencia del editor moderno”. En: Diego, José Luis de (dir.): *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, pp. 59-89.
- García, Juan Agustín (1921): *Sobre el teatro nacional y otros artículos y fragmentos*. Buenos Aires: Agencia General de Librería.
- Huyssen, Andreas (2002): *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Laclau, Ernesto (2007): “La denigración de las masas”. En: *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, pp. 15-91.
- Lugones, Leopoldo (1991): *El Payador*. Caracas: Biblioteca Ayacucho.
- Martín-Barbero, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.

48 “Por los teatros”, en: *Claridad* 138 (1927: s. p.).

49 “¡La política! He aquí el azote nacional. Todo lo que en el país representa atraso, miseria, iniquidad, proviene de ella o ella lo explota, salvando su responsabilidad con la falacia del sufragio [...]. Pobre siervo, a quien como al dormido despierto de las Mil y Una Noches, le dan por algunas horas la ilusión de la soberanía: ésta no le representa en el mejor caso, sino la libertad de forjar sus cadenas; y una vez encadenado, ya se encargan los amos de probarle lo que vale ante ellos” (Lugones 1991: 142).

- (1989): *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. México: Gustavo Gili.
- Masiello, Francine (1986): “Las pequeñas revistas: las alianzas mediante la escritura”. En: *Lenguaje e ideología. Las escuelas argentinas de vanguardia*. Buenos Aires: Hachette, pp. 51-81.
- Mazziotti, Nora (1985): “El auge de las revistas teatrales argentinas 1910-1934”. En: *Cuadernos Hispanoamericanos*, 425, pp. 73-88.
- Montaldo, Graciela (1987): “La literatura como pedagogía. El escritor como modelo”. En: *Cuadernos Hispanoamericanos*, 455, pp. 40-64.
- (1989): *Yrigoyen, entre Borges y Arlt 1916-1930*. Buenos Aires: Contrapunto.
- Oddone, Jacinto (1934): *Historia del Socialismo argentino*. Buenos Aires: Talleres Gráficos La Vanguardia, 2 vols.
- Poggioli, Renato (1964): *Teoría del arte de vanguardia*. Madrid: Revista de Occidente.
- Prieto, Adolfo (1988): *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Pujol, Sergio (1988): “El teatro argentino y la industria cultural”. En: *Todo es historia*, 248, pp. 52-63.
- Rivera, Jorge B. (1998): *El escritor y la industria cultural*. Buenos Aires: Atuel.
- Rogers, Geraldine (2008): *Caras y Caretas. Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*. La Plata: Edulp.
- (2009): “La isla del arte martinfierrista”. En: *Anclajes*, 13, pp. 165-174.
- Romero, Luis Alberto (1995): “Una empresa cultural: los libros baratos”. En: Gutiérrez, Leandro/Romero, Luis Alberto: *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*. Buenos Aires: Sudamericana, pp. 45-67.
- Saer, Juan José (1999): *La narración-objeto*. Buenos Aires: Seix-Barral.
- Sarlo, Beatriz (1985): *El imperio de los sentimientos. Narraciones de circulación periódica en la Argentina (1917-1927)*. Buenos Aires: Catálogos Editora.
- Seibel, Beatriz (2006): “La constitución de los escenarios nacionales”. En: Rubione, Alfredo (dir.): *La crisis de las formas. Historia crítica de la literatura argentina*. Buenos Aires: Emecé, vol. 5, pp. 267-294.
- Selles, Roberto (2006): “Del payador al cantor de tangos”. En: Rubione, Alfredo (dir.): *La crisis de las formas. Historia crítica de la literatura argentina*. Buenos Aires: Emecé, vol. 5, pp. 325-351.
- Tiempo, César (1974): *Clara Beter y otras fatamorganas*. Buenos Aires: Peña Lillo.
- Viñas. David (1986): “Prólogo”. En: *Teatro Rioplatense (1886-1930)*. (Selección y cronología Jorge Lafforgue). Caracas: Biblioteca Ayacucho, pp. IX-XLIV.