

LA RETÓRICA DEL CAPITAL EN EL ENSAYO MODERNISTA

POR

MIGUEL GOMES

The University of Connecticut-Storrs

1. LA REALIDAD ESTÉTICA Y ECONÓMICA DEL MODERNISMO

Una de las consecuencias de no ver en el modernismo hispanoamericano un movimiento literario con un perfil preciso ha sido la multiplicación de posturas que muerden el anzuelo lanzado por escritores que reclamaron para sí prestigio identificándose con lo que postulaban como valor fundamental: el cosmopolitismo. Cuando, en una encuesta dirigida por Enrique Gómez Carrillo en la revista *El Nuevo Mercurio* (1907), Carlos Arturo Torres señalaba que “el modernismo existe como una orientación general de los espíritus” (5: 508-9) o Roberto Brenes Mesén enfatizaba que no se trataba de “una escuela” sino de “una tendencia universal, cuyos orígenes se hallan en la filosofía trascendental” (6: 663), el individuo deseoso de “trascendencia” reafirmaba no tanto una visión objetiva como la aspiración a que su proyecto creador particular se tuviera por legítimo, con poderes mayores que los de lo meramente regional.

Si, en efecto, fuesen estrictamente acatables esas sugerencias, múltiples fenómenos de sociología literaria característicos del modernismo hispanoamericano acabarían siendo ininteligibles. No se advertiría, por ejemplo, el diálogo poscolonial entre las letras americanas y las españolas, suscitado por aquello que se designó como el “retorno de las carabelas”, es decir, la inversión de la dirección en las rutas de influencia estética, antes siempre provenientes de Europa, ahora, acaso por primera vez, hacia ella encaminadas desde América (Díaz Rodríguez 61); tampoco se percibiría el giro intelectual drástico que suponía la hispanofilia de las ex colonias tras decenios de hispanofobia heredada de la Guerra de Independencia; no se notaría la importancia del tema del neocolonialismo norteamericano, que en los escritores de “nuestra América” implicaba no una pérdida de poder económico real, como en el caso de las naciones europeas, sino la renovación de una antigua situación de sometimiento; mucho menos se entendería el galicismo formal o “mental”, la arqueología léxica o el experimentalismo métrico como búsquedas de modelos de resistencia, reaccionarios o no, a las cosmovisiones que acompañaban la reorganización mundial llevada a cabo por el capitalismo industrialista en expansión. Lo cierto es que el modernismo hispanoamericano no puede disociarse de la modernidad en general, pero tampoco conviene confundir el anhelo de lo moderno con su producción. Haber sido moderno en Managua, Caracas o Lima hacia 1900 no equivale a haberlo sido

en Nueva York, Londres y París; las causas se localizan en la configuración de esas respectivas sociedades: en ese entonces y ahora, muy lejos de la homogeneización, el “mercado global” ha patrocinado “diferencias internacionales intensificadas” (Mandel 183).

Acaso un equívoco lingüístico, aunado a un conocimiento insuficiente de lo hispánico, está en la raíz de las posiciones de quienes, desde tradiciones foráneas, han tendido a igualar el modernismo con fenómenos que reciben nombres semejantes.¹ A esa iniciativa se ha sumado la de los hispanistas que niegan la existencia de un “movimiento modernista” por creer que dicha conceptualización sería empobrecedora y postergaría lo político o lo filosófico en estos escritores –lo cual, a mi entender, no pasa de ser una falacia porque la percepción de lo que en el modernismo hispánico hubo de movimiento resulta uno de los medios más seguros de reconstruir los mecanismos sociales que permitieron que en la cultura de los países de lengua española se manifestara, como dijo hace mucho Federico de Onís, una “crisis universal de las letras y del espíritu” (XV). Parto, al sugerir lo anterior, del concepto de “formación” introducido por Raymond Williams para analizar procesos de socialización no necesariamente reglamentados por los “aparatos ideológicos estatales” althusserianos pero que interactúan con ellos en la configuración de una cultura (*Marxism* 118). Las formaciones “se reconocen como tendencias conscientes (literarias, artísticas, filosóficas o científicas)” que se relacionan dialécticamente “con estructuras sociales más amplias” (119). La “conciencia” que tuvieron muchos escritores de pertenecer a un grupo “modernista” con rasgos inconfundibles está testimoniada por ensayos y comentarios numerosos que no es necesario citar aquí; incluso los prólogos de Darío a algunos de sus poemarios actúan como manifiestos, aunque acudan al recurso de la preterición. Baste recordar, eso sí, que, junto a la exaltación de la “internacionalidad”, en la misma época abundaron genealogías de la familia modernista hispana:

Para mí, Darío y Casal han sido los propagadores del modernismo, pero no los iniciadores. Este título corresponde más propiamente a José Martí y a Manuel Gutiérrez Nájera. (Darío Herrera [1895] en Schulman 16)

Suelen hablar hoy a menudo los escritores peninsulares de su generación literaria del 98, sin recordar como debieran que ese renacimiento o florecer español despertó bajo la viva corriente –llámesela modernismo o como quiera llamársela– renovadora de la prosa y el verso castellanos, que partió de nuestra América a fijarse y quedar desde entonces representada ante España. (Díaz Rodríguez, “Sangre de Hispania fecunda”, en *Sermones líricos* [1918], incluido en *Camino* 152)

¹ Esta óptica acarrea disoluciones deficientemente matizadas de lo local en lo mundial típicas de la subjetividad metropolitana que ve lo periférico como una masa amorfa y plástica hasta su reducción a un “otro” singular. Matei Calinescu tacha de *parochial* tratar como movimiento el modernismo hispánico, sin reparar en que llamar *South America* a la América española es no menos parroquial (75); Renato Poggioli concibe el modernismo como una primera vanguardia, “discreta, tímida, moderada” (218), lo que nos obliga a intentar imaginar con grandes dificultades cómo conciliar el vanguardismo con el recato o la mesura; y por supuesto Charles Jencks, con la exhaustividad que lo caracteriza, traduce modernismo como *Modernism* (8).

Si se atiende a lo que ha aseverado Pierre Bourdieu acerca de cómo cristaliza el “campo literario” de una sociedad, sus necesarias homologías con otros campos pese a su voluntad de emancipación (Bourdieu-Wacquant 105-6) y, además, su subordinación al “metacampo” del poder (Bourdieu, *The Rules of Art* 215), no debería extrañar que las luchas generales de la sociedad encarnen en los movimientos. En su análisis de la constitución del campo literario de su país a fines del siglo XIX el sociólogo francés define los ismos –el parnasiano, el simbolista, el naturalista– como “estructuras temporales” y “formas de cambio” (122-25), fenómenos que se complementan con las teorías valorativas de los géneros y posibilitan un estudio objetivo del arte que vaya más allá del mero escrutinio biográfico de los autores (114-21). Llevando esas ideas a sus lógicas conclusiones, podría afirmarse que tanto la estimación variable de tipos de escritura como las agrupaciones militantes en torno a una estética, pese a su apariencia de entretenimientos para iniciados, son “aspectos eufemísticos que adoptan los conflictos entre las clases sociales” (Bourdieu-Wacquant 106). Obviarlos es pasar por alto cómo se subliman en clave estética los factores materiales que movilizan a las relaciones humanas.

De gran relevancia para la comprensión del modernismo hispánico resulta la visión del campo cultural y específicamente el literario como un “mundo al revés” donde los valores que regulan la totalidad de la sociedad dan la impresión superficial de trastocarse (*The Rules of Art* 58); sobre todo, un ámbito donde el “interés” se transforma en “desinterés” que a la larga, sin embargo, se revierte a su índole inicial, tal como el “crédito”, valor económico abstracto fundamentado en la ausencia de divisas tangibles, puede ser fuente de adquisición de bienes reales (*The Logic* 112-3). El capital “simbólico” del que habla Bourdieu constituye, en efecto, “capital negado” en aras del prestigio, el idealismo o cualquier referente altruista, que garantiza a sus detentores posiciones de dominio en la colectividad (120-1). En arte, la abstención explícita de poder material y la vituperación de la vida burguesa es una práctica “ascética” recompensada con aquello que se ataca; de diversas maneras, la creación de un “nombre”, de una “reputación”, así sea ésta “antiburguesa”, asegura el regreso de lo suprimido o denigrado: premios, cátedras, beneficios editoriales, empleos periodísticos, cargos diplomáticos, académicos, proyección política, etc. (*The Rules of Art* 148). ¿Cómo puede ser útil una observación atenta de dicha lógica a la hora de hablar del modernismo hispánico? La respuesta no es arcana. Este movimiento asimiló las estructuras paradójicas del capitalismo internacional en su “fase de despegue”² y las integró en su ideario estético en un aspecto crucial: el artista de una sociedad a la fuerza destinada a una acumulación menor de capital económico y a la intervención armada o financiera constante de las nuevas potencias intentaba adjudicarse una superioridad cultural que, con todo, no emanaba de sí, sino de un centro con el que sólo podía compenetrarse postergando su identidad propia; en otras palabras, me refiero a la condición problemática del cosmopolita que se describía como ciudadano del mundo olvidando que se había introducido en éste a través de uno de sus márgenes. Y ya para el *fin de siècle* hacía mucho que eran marginales los países hispánicos tanto desde el mirador

² La que va de los 1870 a los 1920, según la tesis de las cinco etapas de la mundialización expuesta por Roland Robertson (58-9).

de “la capital del cheque”, Nueva York, como desde el mirador de la “capital del espíritu”, París –siguiendo la polaridad que plantea Rubén Darío en *Los raros* (18).

Una buena muestra de la presencia “eufemística” de contradicciones capitalistas en un discurso literario lo constituye el principio sincrético del modernismo. Por haberse éste entusiasmado en adquirir todas las novedades o todos los productos estéticos en circulación, aun lo considerado incompatible en los lugares de origen llegó a fundirse. El consumo de lo nuevo o actualizado incluía simultáneamente romanticismo, parnasismo, simbolismo, decadentismo, prerrafaelismo, naturalismo y diversos criollismos, a lo que se añadía la captación así fuera parcelada de debates no necesariamente artísticos, como ocurrió con los influjos ocultistas o de tendencias filosóficas en boga (Gullón 13; Jrade 22). Darío mismo lo expuso en “Los colores del estandarte” (1896):

El “cuento” parisiense, la adjetivación francesa, el giro galo injertado en el párrafo clásico castellano; la chuchería de Goncourt, la *câlinerie* erótica de Mendès, el encogimiento verbal de Heredia, y hasta su poquito de Copée. *Qui pourrais-je imiter pour être original?* me decía yo. Pues a todos. A cada cual le aprendía lo que me agradaba [...]. Y el caso es que resulté original. “Usted lo revuelve todo en el alambique de su cerebro”, dice el siempre citado Valera, “y ha sacado de ello una rara quintaesencia”. *Azul...* dio, pues, la nota inicial y fortuna tuvo en España y aun en Francia, donde Péladan imitó francamente mi “Canción del oro”, en su *Cantique de l’or*, que sirve de prólogo a *Le Panthée* [...]. Elegí los que me gustaron para el alambique. (74)³

Esa lógica invertida que hace de la copia sistemática una práctica original, que hace del consumo frenético por parte del provinciano una demostración de su capacidad de competir culturalmente con los “capitalinos”, cuyos mensajes se cosifican y reprocessan, estimula otros comportamientos que obedecen a las ordenanzas de un “mundo al revés” construido en naciones dependientes.

El propósito de las siguientes páginas es ahondar en la impronta que dejó en el lenguaje modernista tal deseo u obsesión de modernidad. Para ello examinaré, primero, el cariz colectivo de la retórica economicista que se articuló desde muy temprano en el movimiento. Luego, pasaré a discutir sus variantes en dos autores que fueron modelos reverenciados: José Enrique Rodó y Rubén Darío.

2. UN TÓPICO: LAS TRANSACCIONES DEL ESPÍRITU Y EL MERCADO

Se ha descrito y satirizado en numerosas ocasiones la “manía de estilo” típica del modernismo hispanoamericano (Díaz Rodríguez 32). Sin duda debía observarse como significativo en ella un código estable de imágenes entre las que destacan cisnes, hadas, colores alegóricos, vampiros, princesas, instrumentos músicos, parafernalia heráldica, joyas, perfumes, dioses y semidioses grecorromanos –con preferencia, aunque también germánicos– provenientes de corrientes estéticas que un ansia de estar al día forzosamente

³ En este caso y en los siguientes, salvo aquellos indicados por referencias parentéticas a entradas en la lista de “Obras citadas”, los extractos de ensayos breves modernistas provienen de las versiones que figuran en Gomes 2002.

entrecruzaba. Una de esas *stock images* (Kirkpatrick 10) ha sido poco estudiada, no obstante resulte imprescindible para probar la tesis de Ángel Rama que asegura que el modernismo, en el terreno del arte, fue el más ingente esfuerzo de incorporación regional “al mercado único cultural y económico que establece la burguesía europea y norteamericana al iniciar la conquista y unificación del mundo entero” (124). Aludo al cliché de trazar analogías entre lo metafísico y lo económico; dicha asociación, pese a esbozar una especie de sistema cambiario entre lo intangible y lo tangible, predica no menos la compra de la divisa más fuerte que, explícitamente, pertenece al primer ámbito. Desarrollados a fondo sus componentes, Manuel Díaz Rodríguez ofrece en la “Advertencia al lector” de *Camino de perfección* (1908) un ejemplo excelente del tópico:⁴

Retén, sobre todo, la saludable admonición que, de estas páginas, de cuando en cuando surge. En medio al progresivo y universal yanquizarse de la tierra, cuando los hombres y pueblos han hecho del oro el único fin de la vida; cuando la literatura se reduce cada día más a rápida nota de viaje, a fugaz noticia de periódico, a producción de tantos o cuantos volúmenes por año –todo baratija de mercader–; cuando el escritor no piensa ya en el oro ingenuo de su espíritu, sino en el que puede entrarle cada mes en la bolsa; cuando el sabio, el artista y el héroe proceden como ese escritor, es bueno recordar que sólo el desinterés, el divino desinterés, puede hacer incorruptible y eterna la obra del heroísmo, la ciencia y el arte. Y estas páginas lo recuerdan. Celebran el desinterés. (8)

Una vez reconocido el nuevo orden mundial en la imposición de normas desde un tipo de país muy específico –el “yanquizarse de la tierra”–, se distingue también un campo literario determinado por el avance de los monopolios internacionales y la industrialización –la “producción de tantos o cuantos volúmenes por año”–; a lo cual sigue una condena que, sin embargo, no resiste la tentación de apropiarse de los mismos objetos implicados en la situación lamentada o propiciadores de ella. Lo visto con horror, así, impregna la dicción de quienes aseveran abstenerse del “interés” y amolda las causas defendidas a plasmaciones que les son en principio contrarias, lo que suscita la verbalización de lo antagónico, sea en forma de antítesis u oxímoros –“oros ingenuos” contrapuestos a los de “la bolsa”–, sea en forma de pretericiones, litotes, ironías y otros modos de expresión donde lo dicotómico se manifiesta.

Que las lucubraciones de *Camino de perfección* no constituyen una excepción lo prueban escritos previos y posteriores. Para limitarnos a ensayos, el “Prólogo al *Poema del Niágara*” (1882) de José Martí sugería en una descripción célebre de la modernidad que las ideas que ella suscita o alberga “no crecen en una mente sola, sino por el comercio de todas”. Manuel Gutiérrez Nájera, además de recurrir a una tropología biológica en pugna con sus denuncias de los positivismos –patente en “El arte y el materialismo”

⁴ Sobre la concepción de los lugares comunes modernistas como actualización antirromántica del antiguo sistema retórico de *topoi koinoi*, consúltese Gomes (“Modernidad y retórica” 468). Uso el término consciente de que la suma de motivos cosmopolitas y la remisión a ellos equivale a un acaparamiento de “bienes simbólicos” (Bourdieu, *Outline* 171) propio de sociedades capitalistas modernas y no simplemente a la creencia de que “nada nuevo había bajo el sol”, característica del mundo previo a la revolución industrial.

(1876)–, en su célebre postulación de “El cruzamiento en la literatura” (1894) de una aceptación de influjos internacionales que traiga nuevo vigor a las letras hispánicas sostiene, ampliando la comparación martiana, que

El libre cambio es bueno en el comercio intelectual. Mientras [sic] más prosa y poesía alemana, francesa, inglesa, italiana, rusa, norte y sudamericana, etc. importe la literatura española, más producirá y de más ricos y más cuantiosos productos será su exportación. (28)

Darío fue indispensable en esa ambigua expropiación de los bienes que integraban la cosmovisión del enemigo burgués. Unas veces, como en “Los colores del estandarte”, la operación se percibía en enumeraciones sólo en apariencia desordenadas que ocultaban la relación de los diversos elementos mencionados: “Amo la hermosura, el poder, la gracia, el dinero, el lujo, los besos y la música” (73). Otras veces, se denuncia la subordinación tanto de lo concreto como de lo abstracto a la modernidad capitalista, evaluado el hecho con pesimismo; así lo hace “Dilucidaciones”, prólogo a *El canto errante* (1907):

Andan por el mundo tantas flamantes teorías y enseñanzas estéticas... Las venden al peso, adobadas de ciencia fresca, de la que se descompone más pronto, para aparecer renovada en los catálogos y escaparates pasado mañana. (89)

Con vocación por lo cotidiano y menos titubeos en lo que toca a las deudas del artista con el “mundo”, Pedro Emilio Coll aplicará al movimiento de renovación literaria del que era testigo la analogía de la exportación/importación intelectual tempranamente esbozada por Gutiérrez Nájera. En “Decadentismo y americanismo”, ensayo que recoge en *El castillo de Elsinor* (1901), reflexiona sobre la acusación de ser una “moda” afrancesada o antipatriótica aquello que perturbaba a los conservadores en el modernismo de sesgo “decadente”, y parece concluir, explotando con rigor la terminología, que nada malo había en que lo fuese:

Se atribuye a la moda, a la moda que nos viene de París, junto con las corbatas y los figurines de trajes; pero, aun así, podría argüirse que una moda extranjera que se acepta y se aclimata es porque encuentra terreno propio, porque corresponde a un estado individual o social y porque satisface el gusto *que ya existía* virtualmente. Hasta los nuevos modelos de vestidos y los colores en boga son determinados por el ambiente de ideas y sentimientos de una época; ¿y no ha de serlo la literatura? [...]. Si París impone hoy sus modas, es porque satisfacen íntimas afinidades de los pueblos que las adoptan; cambien esas afinidades, y entonces nos vendrán de Londres o de Nueva York las ideas y los patrones de modistas, hasta que nosotros podamos exportarlos. (109)

La fidelidad con que Coll retrata la interacción de móviles económicos y afectivo-intelectuales se complementa con una insinuación de que existe algo que hoy podría calificarse de “subdesarrollo” cultural, transparentado por la incapacidad de exportación de ideas o modas. Pero “Decadentismo y americanismo” va incluso más allá al señalar indirectamente, en su párrafo final, la causa de que las obras locales no consigan competir en el mercado internacional:

Entre nosotros la crítica implacable y dogmática [dirigida a los nuevos escritores] es menos justificada que en los países en donde la literatura es una de las maneras de luchar por la existencia. Es sabido que escribimos como el árbol da flores, y, si se quiere, espinas, pero, en fin, es para nosotros el arte una función natural del alma, tal vez un consuelo o una liberación, y nunca un cómodo sistema de acaparar monedas. El literato suele ser entre nosotros un hombre que, como cualquier otro, va a su taller o calcula sobre los libros comerciales, dedicando algunos ratos a cantar sus esperanzas y desesperaciones, quizá con algunas faltas de gramática, y que termina sus días en un consulado o en un almacén, después de saborear la gloria de ser leído por media docena de amigos en la sección recreativa de un periódico. (116)

El problema que se señala es de índole estructural: el poder simbólico, esa agrídulce “gloria”, a diferencia de lo que sucede en sociedades avanzadas, difícilmente logra convertirse en poder material debido a la profesionalización precaria o tan sólo incipiente de las actividades del escritor, fenómeno además sobredeterminado por las deficiencias de otras instituciones, como las educativas –de allí las ocasionales “faltas de gramática”. En pocas palabras, de una manera u otra nada que ocurra en las esferas a primera vista independientes del espíritu deja de ocurrir con anterioridad o simultáneamente en las esferas materiales de la vida. Una sociedad que no ha sabido aún producir no puede exigir algo distinto del “alma”. Vale la pena subrayar que lo criticado por Coll no es que el entorno donde se intenta crear obras de arte esté organizado con el fin de “acaparar monedas”, sino que la porción de ese entorno que cabe a la actividad literaria todavía no sea realmente operativa.

Una sed similar de realismo surge en el que constituye, acaso, el último gran libro modernista de ensayo: *La muerte del cisne* (1910) de Carlos Reyles. Con todo, el miniaturismo irónico de los ejemplos y las descripciones de “Decadentismo y americanismo” se substituye en esta ocasión con el tono estruendoso de un hablante nietzscheano que preconiza la “ideología de la fuerza”. Lo que en la poesía contemporánea de Enrique González Martínez era censura del preciosismo –“Tuércele el cuello al cisne...”–, en Reyles se extiende a un ataque sensacionalista y, de paso, antiarielista, a todo culto del ideal, para lo cual propone una “metafísica del oro” que en la “Conclusión” se erige como salvación de los países de cultura latina:

Francia, Italia, España, Portugal pagan muy caro su irrealismo, el crimen de haber preferido la idea al hecho, la palabra al acto, la razón mística a la razón física [...]. El pasado les pertenece, pero no el futuro [...] por no haber reconocido todavía que *la Fuerza es el elemento divino del universo, como el Oro es el elemento divino de las sociedades*. (155)

La negación del oro como correlato social de los movimientos cósmicos se tacha después de “monstruosidad”, puesto que

las relaciones de los hombres son, y no pueden menos que ser, relaciones pecuniarias. Quizá urge confesarse una vez por todas que nuestro ambiente, nuestro mundo no es el de la inteligencia sino el de la voluntad, disfrazada hoy con las múltiples máscaras de las

actividades mercantiles, como ayer con los antifaces del heroísmo o la santidad. Lo que contraría esas actividades es malsano. (158)

Más que traicionar el modernismo, como se comprenderá por todo lo discutido hasta aquí, la proclama reylesiana equivalía a poner al desnudo finalmente una de las tendencias que desde el principio definían al escritor hispanoamericano identificado con alguna de las variantes de aquel movimiento, desgarrado entre el deseo de la modernidad y la impotencia de su país natal para conseguirla. El conflicto de quienes “detestaban la vida y el tiempo en que les tocó nacer”, como lo formularía el Darío de las “Palabras liminares” a *Prosas profanas* (1896), daba lugar a un sujeto escindido –“mi esposa es de mi tierra; mi querida, de París”– en el que, por supuesto, proliferaban las oscilaciones, el amor-odio y los cambios bruscos de opinión. Su visión de la burguesía fue uno de los terrenos en que tales crisis se constataban: atacó su modo de vida y a la vez quiso disfrutarlo. En Europa y Norteamérica, esa “forma artística de un despecho social” (Gutiérrez Girardot 42) ofrecía al artista inconsecuente con sus ideales al menos el consuelo de las ventajas económicas; en países donde la literatura no era “una de las maneras de luchar por la existencia”, sin embargo, el disfrute solía reemplazarse con añoranza o, mejor dicho –ateniéndonos a un vocabulario rodoniano–, con “esperanza”, entrevisión de “lo que vendrá”.

3. RODÓ Y LAS DIVISAS DEL ENSUEÑO

Que el tópico modernista de comparar el espíritu con las finanzas destaque tanto en el ensayo, género donde se encuentra el arte con el pensamiento minimizadas las barreras de la ficción, permite suponer que, aunque las estructuras económicas dominantes se representasen de modo velado en cualquier otro tipo de escritura, no escapaba a quienes hacían teoría del arte que el deslinde entre lo “noble” y lo “innoble” distaba de ser tranquilizador. Arthur Symons ya advertía que “the desire to ‘bewilder the middle classes’ is itself middle-class” (4); el hecho de que Darío mencionara admirativamente al crítico galés en *Los raros* (51, 152) confirma que esas intuiciones no serían del todo ajenas a la cultura hispánica. A fin de cuentas, cuando en el “Prefacio” a *Cantos de vida y esperanza* (1905) el nicaragüense proclamaba que “yo no soy un poeta para las muchedumbres[,] pero sé que indefectiblemente tengo que ir a ellas” revelaba la certidumbre de una escisión y una pugna centrales en su quehacer.

No he agotado, sin embargo, el tratamiento ensayístico de las facetas mercantiles del ideal. Las dualidades del campo literario diseñado por el modernismo quedan en evidencia especialmente cuando textos que adoptan el atuendo de sermones idealistas acaban entregados a tentaciones de las fuerzas malignas correspondientes –todo lo que ellos mismos tacharían de “materialismo”. La falta de pericia para deshacerse de un lenguaje demonizado delata que éste era entendido, así sea inconscientemente, como medida de todas las cosas.

Un ejemplo insoslayable lo ofrece el *Ariel* (1900) de José Enrique Rodó, cuyo manejo del poder simbólico es complejo y ha dado lugar a numerosas disquisiciones, desde las tempranas recriminaciones de José de la Riva Agüero (263) y Francisco García Calderón

(98) por su tergiversación de las circunstancias sociales y étnicas del continente, hasta las tardías reapropiaciones confesas de su repertorio de problemas, una vez remozado el instrumental analítico, como ocurre en el *Calibán* (1971) de Roberto Fernández Retamar (33-6). Lo cierto es que a la ingenuidad de algunas de sus posturas ha sobrevivido la fascinación por lo que Roberto González Echevarría denomina su “andamiaje tropológico” (19). En él, se potencia la voz “magistral” del ensayista mediante su hablante semificticio y se mantiene al lector *in statu pupillari*, pasivo y mudo, pese a insinuarse que entre Próspero y sus discípulos va a iniciarse un diálogo (González Echevarría 21). Ahora bien, a esa clara forma de autoridad letrada ha de añadirse la que el discurso mismo del maestro revela cuando se define como perteneciente a un “género de oratoria sagrada” (*Ariel* 4), con lo cual toda transposición que hagamos al escritor laico de atributos de su personaje participará también de lo religioso: el arielismo es humano y divino. Pero hay más. Como en otros modernistas, en Rodó el poder del espíritu se homologa en el ámbito económico y, de hecho, uno de los aspectos menos atendidos del *Ariel* es su proposición de una futura alianza entre el idealismo y el mundo regido por el capital.

La paradoja tiene sus raíces en el tratamiento dialéctico que desde antes del *Ariel* el ensayista da al positivismo. Si se recuerda el célebre segundo opúsculo de *La Vida Nueva*, sobre Rubén Darío, se comprobará que ya en 1899 se atisbaban síntesis de los usualmente tenidos por contrarios irreconciliables:

Yo soy un *modernista* también; yo pertenezco con toda mi alma a la gran reacción que da carácter y sentido a la evolución del pensamiento en las postrimerías de este siglo; a la reacción que, partiendo del naturalismo literario y del positivismo filosófico, los conduce, sin desvirtuarlos en lo que tienen de fecundos, a disolverse en concepciones más altas. (Rodó, *Obras Completas II*: 101-2)

Esa línea de pensamiento continúa en el discurso de Próspero, donde se entrevén dos facetas antitéticas del proyecto positivista en la cultura inglesa y angloamericana:

Diríase que el positivismo genial de la Metrópoli ha sufrido, al transmitirse a sus emancipados hijos de América, una destilación que le priva de todos los elementos de idealidad que le templaban, reduciéndole, en realidad, a la crudeza que, en las exageraciones de la pasión o de la sátira, ha podido atribuirse al positivismo de Inglaterra [...]. El pueblo inglés tiene, en la institución de su aristocracia [...], un alto e inexpugnable baluarte que oponer al mercantilismo [mientras que en] la democracia de América, el espíritu de vulgaridad no halla ante sí relieves inaccesibles para su fuerza de ascensión. (*Ariel* 40)

¿Cómo devolver a sus cauces esa energía mercantil? A través de un aprovechamiento espiritual; a fin de cuentas, como advierte Próspero, “sin la conquista de cierto bienestar material, es imposible en las sociedades humanas el reino del espíritu” (46). A la “nordomanía” desenfrenada, los jóvenes “latinos” guiados por ideales clásicos y clasicistas pueden contraponer el modelo italiano: citando a Saint-Victor, el maestro rodoniano recalca que “el oro acumulado por el mercantilismo de las repúblicas italianas ‘pagó los gastos del Renacimiento’” (46). De una manera similar, la América meridional podría adoptar las prácticas y los descubrimientos de la septentrional para darles su “más pura y luminosa esencia”:

La obra del positivismo norteamericano servirá a la causa de Ariel, en último término. Lo que aquel pueblo de cíclopes ha conquistado directamente para el bienestar material, con su sentido de lo útil y su admirable aptitud de la invención mecánica, lo convertirán otros pueblos, o él mismo en lo futuro, en eficaces elementos de selección. Así, la más preciosa y fundamental de las adquisiciones del espíritu –el alfabeto, que da alas a la inmortalidad de la palabra– nace en el seno de las factorías cananeas y es el hallazgo de una civilización mercantil, que, al utilizarlo con fines exclusivamente mercenarios, ignoraba que el genio de razas superiores lo transfiguraría. (46)

Ésa, ni más ni menos, constituye la base del optimismo que se respira en todo el *Ariel*: la adaptación final del idealismo “eterno” a las circunstancias presentes, determinadas por el neoimperialismo; pero la adaptación, lejos de ser pasiva, se entiende como proceso que transforma dichas circunstancias y las “disuelve en concepciones más altas”. A ello apunta uno de los últimos elementos alegóricos que surgen en el discurso de Próspero, la expectativa de felicidad postulada por una moneda:

Recuerdo que una vez que observaba el monetario de un museo, provocó mi atención en la leyenda de una vieja moneda la palabra *Esperanza*, medio borrada sobre la palidez decrépita del oro. ¿Quién sabe qué activa y noble parte sería justo atribuir, en la formulación del carácter y en la vida de algunas generaciones humanas, a ese lema sencillo actuando sobre los ánimos como una insistente sugestión? ¿Quién sabe cuántas vacilantes alegrías persistieron, cuántas generosas empresas maduraron, cuántos fatales propósitos se desvanecieron, al chocar las miradas con la palabra alentadora, impresa, como un gráfico grito, sobre el disco metálico que circuló de mano en mano?... Pueda la imagen de ese bronce [la estatua de Ariel] –troquelados vuestros corazones con ella– desempeñar en vuestras vidas el mismo inaparente pero decisivo papel. (54)

Si bien la moneda tiene que ser “antigua” para legitimarse en un discurso enamorado del pasado clásico, de todos modos la equiparación de un signo artístico del ideal –la estatua de Ariel que preside la reunión de maestro y discípulos– con un signo indelible de los tiempos modernos y su mercantilismo no logra ocultar múltiples tensiones conceptuales. En ellas se observa el instante en que el campo literario se esfuerza en organizar un sistema cambiario entre lo simbólico y lo concreto. En otras palabras, una “esperanza” vinculada a referentes monetarios implica cierto tipo de crédito.

Los resultados palpables de éste empezarán a percibirse en la vida de Rodó cuando el prestigio del *Ariel* le facilite el acceso a la arena pública a partir de 1901, con sucesivos cargos parlamentarios, académicos y periodísticos, así como la presidencia de círculos intelectuales. En el ámbito continental, para nombrar sólo un caso, ese crédito posibilitará la “reforma universitaria” de los 1920, mediante la cual el arielismo, reorganizando la administración del saber, deja su impronta en la vida colectiva. Aunque esta última empresa pueda calificarse de fracasada o pésima inversión,⁵ resulta innegable que surge de una cooperación entre las pregonadas como fuerzas del ideal y los aparatos estatales.

⁵ Mariátegui lo alega en su crítica de la mal llamada generación “futurista” (88) que, como observa Elizabeth Garrels, cabría mejor designar como “arielista” (Mariátegui 242).

Una escritura exaltadora del ocio clásico, de la creación no afeada por la productividad burguesa, oculta compras de prestigio e influencia: sería fácil una condena por hipocresía; sin embargo, la oblicuidad con que todo el trámite se ha llevado a cabo también podría tenerse por admirable, fruto de un artificio diestro o, como preferiría decirlo Gerard Aching, hecho *by exquisite design*. Además, para los interesados en la historia y las relaciones entre literatura y sociedad, el *Ariel* constituye un retrato apto de cómo funcionan las bellas letras en el orbe “al revés” de la cultura moderna.

4. DARÍO, EL PUBLICISTA

El sitio de *Los raros* en el modernismo ha sido numerosas veces señalado (Moser-Woodbridge 19). Implícitamente por la meticulosidad con que recompuso el volumen y explícitamente en su *Autobiografía* (1912) (*Obras Completas I*: 115-6), Darío mismo reconoció la importancia de la colección como repertorio de modelos a la vez estéticos y éticos consultado asiduamente por sus contemporáneos. Al contrario de lo repetido durante muchos años, Pedro Lastra observa en el conjunto un “sistema” cuya coherencia radica en la contemplación del “artista rechazado en el mundo” (39-44). De tal oposición emerge la noción de rareza artística y, para los efectos de estas páginas, ha de advertirse que sus tensiones se ajustan ejemplarmente a las demás dicotomías e inversiones que he estado analizando: el lugar común de lo “raro” complementa el de las transacciones del espíritu y la economía material.

El principio enunciado por Bourdieu de que el crédito simbólico concedido a toda práctica cultural “tiende a mermar con los números” y especialmente con la heterogeneidad social del público, “porque el valor del crédito de reconocimiento garantizado por el consumo disminuye cuando lo hace también la competencia reconocida en el consumidor” (*The Rules of Art* 115), constituye el negativo exacto de los criterios que rigen el éxito comercial. La dramatización y formalización de dicha ley había llegado a Hispanoamérica antes del influjo dariano, con una de las lecturas imprescindibles para todo modernista, *À rebours* (1884), de Joris-Karl Huysmans, en cuyo capítulo noveno se relataba la pena que suscitaba en el exquisito protagonista Jean des Esseintes la popularización del aprecio por Goya o Rembrandt, lo que inmediatamente los rebajaba. El disgusto por lo “ordinario”, lo “fácil”, o sea, lo que el mundo no rechaza, ha sido una de las fuerzas dominantes en el arte moderno, fundadora de jerarquías que se organizan gracias al referente indiscutido de la “distinción” (Bourdieu, *Distinction* 31-2). En la escala de valores de lo distintivo solamente el producto “raro” permite ocultar o postergar el “cálculo egoísta” y dota de superioridad al poseedor; lo mismo poco más o menos puede decirse de los gestos sociales “raros” (Bourdieu, *Outline* 178).

Una prueba de que las actitudes “espirituales” del esteta en el fondo concuerdan con un régimen económico se halla en la entronización de la rareza que se observa en el lenguaje publicitario, que bien puede considerarse cómplice de la sociedad capitalista moderna (Harvey 102), así como su omnipresente “arte oficial” (Williams, “Advertising” 334). Aunque la publicidad como norma alaba el “fácil” acceso a un producto debido a su bajo precio, no han faltado ocasiones en que, según los patrones de un “mundo al revés”, la estrategia sea la contraria: el elogio de lo caro como indicio de valor no sólo del objeto

que se adquiere (Dupont 20), sino indirectamente del individuo capaz de comprarlo – obvio plan de “colocación” cuyo blanco son las “clases altas superiores” o quienes ambicionan pertenecer a ellas (41). Desde luego, la necesidad de diferenciar productos para que logren competir con otros de su tipo, componente central de toda labor de mercadeo (Scheidell 31-2), explica que lo raro se integre en los anuncios, asociado a la “legitimidad” o la “excelencia” del conocedor (Bourdieu, *Distinction* 279) y respaldado por un vocabulario muy preciso, en el que sobresalen ciertos adjetivos –“único”, “exclusivo”, “especial”, “excepcional”, “secreto”, etc.– que los manuales de publicidad clasifican entre las “palabras mágicas” del oficio (Dupont 102). Ese hecho se hace visible a partir de los últimos decenios del siglo XIX, cuando la propaganda comercial de revistas y periódicos comienza a adoptar las técnicas pictóricas del *poster* (Williams, “Advertising” 327), lo cual debilita barreras letradas y hace más asequibles los mensajes a las masas, con un consecuente deseo de las élites de frenar la democratización del consumo.

A tono con las circunstancias estuvieron los anuncios que inundaban las publicaciones hispanoamericanas frecuentadas por los modernistas. Un vistazo a los reclamos aparecidos en *Caras y caretas* durante el decenio de 1890, por ejemplo, arroja variantes del imperativo de la distinción, sea en la fórmula elegida, sea en el nombre mismo dado al producto:

VINOS DE LA RIOJA
de
FELIPE UGALDE
Únicos representantes:
A. Caride hijo, Hermano y Cía.

CODORNIU
Champagne español
de M. RAVENTOS
proveedor de SS.MM.
Únicos introductores
C. F. PAGÉS & Cía.

BAZAR PENCO
de
J. GARCÍA PARDO Y Cía.

SELECTA
XXX
penco
marca registrada

Única casa que vende los inalterables cubiertos de metal
blanco de la marca
SELECTA XXX
(29/10/1898)

Lo “único” y lo “selecto”, por supuesto, de vez en cuando se transforman en alabanza de un producto por su asociación con uno de los sectores sociales más exclusivos y minoritarios, la realeza; es el caso –con resonancias vagamente eróticas, algo perversas y “decadentes”– de la propaganda de Cigarrillos Reina Victoria: “Es pública referencia / que no admiten competencia / ni pueden tener rivales, / cuando el príncipe de Gales / los fuma con preferencia” (17/12/1898). Y de vez en cuando se transforman literalmente en rareza, como acontece en la redondilla de un anuncio de Dr. Remond: “No hay soltera ni señora / que tenga pelo en la cara, / sometiéndose á esta rara / máquina depiladora” –la ilustración, antes, ha presentado a una mujer extasiada ante el invento, que un hombre manipula (29/10/1898).

Acaso la fecha de aparición en la publicidad hispanoamericana de esta serie de tácticas date del decenio de 1870, lo cual permitiría colegir que su retórica, verdadera expresión de una imagen de la sociedad, era ya habitual para el momento en que se impone el modernismo. Un caso de “guerra publicitaria” sustenta la hipótesis. Según narra Mirla Alcibíades, una cigarrera venezolana, El Cojo, blanco de los ataques de la competencia, optó por no negar que sus productos fuesen los más caros y desconcertó a sus adversarios haciendo del supuesto defecto una virtud; ello, en el matutino *La Opinión Nacional* (11/5/1874):

Pues señores lo que es El Cojo lo siente mucho, pero no puede, señores, no puede, NON POSUMUS! rebajar el valor de sus productos. Su excelente picadura (La Flor, de la que se produce en la PERLA de las ANTILLAS que hoí tienen que pagar en ORO, se acabó la ganguita de papel). Su esmerada elaboración. Su propósito *inquebrantable* de morir [...] le imposibilitan –I.M.P.O.S.I.B.I.L.I.T.A.N.– hacer ninguna rebaja. (Alcibíades 21)

La puesta al revés de los valores de la competencia marca evidentemente a la tradición publicitaria posterior, ya que el tópico del alto precio como índice de superioridad reaparece en diversas oportunidades en *El Cojo Ilustrado* (1892-1915),⁶ quizá la publicación periódica latinoamericana más sólida de su época (Moser-Woodbridge 12-3), cuyos orígenes están en la cigarrera mencionada y en cuyas páginas grandes nombres de las letras se congregaron –muchos de ellos asociados al modernismo, sobre todo Darío, de quien figuran hasta ochenta y nueve trabajos en distintos géneros, “de tal modo eslabonados que casi ningún ejemplar de la revista deja de tener la huella del poeta” (18).

A la rareza o la producción destinada a las minorías privilegiadas no se limitan, con todo, las manifestaciones de una lógica “al revés” en la publicidad con la cual los modernistas convivieron. Abundan también ejemplos de lo que los antiguos denominarían *adynata* o *impossibilia* (Curtius 1: 144), que reforzaban las inversiones que ya he

⁶ Como muestra, podría citarse el siguiente anuncio, parte también de una guerra, sólo que entre marcas de aceites de bacalao (15/9/1895): “DEL DICHO AL HECHO HAY GRAN TRECHO. No porque alguien diga que su preparado es ‘tan bueno como’ ó ‘más barato que’ la Emulsión de Scott, debe el paciente dar oído a sus argumentos y jugar con su salud. La Emulsión de Scott es la preparación original; única recomendada por los principales facultativos y Academias de Medicina [...]. Exíjase la *Emulsión de Scott* y rechácese todo frasco que no sea de la de *Scott* con la etiqueta representando [*sic*] al hombre con el bacalao á cuestas”... (*El Cojo Ilustrado* 5: 603)

comentado con un toque de “formalismo”, es decir, de una aparente voluntad de forma por la forma, que Bourdieu ve como propia de muchos intercambios de capital simbólico (*Outline* 194). Para no ir muy lejos, un anuncio de la empresa fúnebre argentina Fontana y Gutiérrez en el que se representa a un sujeto con síntomas visibles de enfermedad viene rematado con la siguiente copla: “De este señor tan flacucho, / dicen Fontana y Gutiérrez / que quiere morirse pronto / sólo porque ellos lo entierren” (*Caras y caretas* 17/12/1898). El razonamiento contra natura sería digno de un Des Esseintes y, claro está, del Darío que advierte en el prólogo de 1905 a *Los raros* de su “desdén de lo vulgar” (9). Precisamente, en uno de los ensayos esenciales del libro, el dedicado a Edgar Allan Poe, se retrata la condición discordante del artista nacido en un lugar donde el utilitarismo reina:

La influencia de Poe en el arte universal ha sido suficientemente honda y trascendente para que su nombre y su obra sean a la continua recordados [...]. Como un Ariel hecho hombre, diríase que ha pasado su vida bajo el flotante influjo de un extraño misterio. Nacido en un país de vida práctica y material, la influencia del medio obra en él al contrario. De un país de cálculo brota una imaginación tan estupenda [...]. Por lo demás, es él quien hoy da valer y honra a todos los pastores protestantes, tenderos, rentistas o mercachifles que lleven su apellido en [su] patria. (22-3)

Un determinismo inverso, en efecto, es el que pregonan *Los raros*, puesto que el triunfo del ideal se da como factible en un mundo que fatalmente ha sido ocupado por la pasión del capital. La certidumbre de que el anhelo modernista es desde el principio imposible lo delata otro pasaje que, si se piensa en el espíritu de todo el volumen, raya en el sarcasmo:

Como poeta, como escritor, [Laurent Tailhade] no ha tenido la notoriedad que sólo dan los éxitos de librería, los cuales desprecia el olímpico Jean Moreas, supongo que, fuera de la razón lírica, porque recibe una buena pensión de su familia en Atenas. (125)

El doble discurso de quien desea ser aristocrático y a la vez no se atreve a desdeñar las ventas se transparenta aquí, como en otras oportunidades en la prosa de Darío. Pero *Los raros* no se conforma con revelar sus aporías en lo que atañe a la rareza y a las relaciones de ésta con las paradojas del mercado y sus medios de difusión. La colección, como reza el prólogo a la segunda edición, “dio a conocer en América” el simbolismo francés, lo que la conceptúa como una especie de trabajo publicitario, marco de lectura que se fortalece si se considera que muchos de los ensayos aparecieron por primera vez en periódico.

Más allá de eso, en un plano no tan evidente, la estructura misma de *Los raros* es homóloga a una práctica que gobierna al capitalismo, “la acumulación por la acumulación” (Marx 742) –acaso su ley fundamental, al menos en lo que a la conducta y la articulación de la subjetividad del capitalista atañe (Harvey 28-9). Entre los bienes simbólicos de Darío vemos sumarse veintiún autores con sus obras. La similitud de sociedad y escritura, hecha posible por el vehículo libresco, encuentra un soporte adicional en la elocución de muchos de los textos, en los que proliferan las acumulaciones sintácticas, sean asindéticas o polisindéticas, y a veces ambas dentro del mismo período, que se las arregla para evocar y atesorar los fenómenos más diversos:

¡Homéricos funerales para quien fue homérica, por el soplo épico que pasaba por el coraje de su lira, por la soberana expresión y el vuelo soberbio, por la impasibilidad casi religiosa, por la magnificencia monumental, estatuaria, de su obra, en la cual, como en la del Padre de los poetas, pasan a nuestra vista portentosos desfiles de personajes, grupos esculturales, mármóreos bajorrelieves, figuras que encarnan los odios, los combates, las terribles iras; homérica por ser de alma y sangre latinas y por haber adorado siempre el lustre y el renombre de la Hélade inmortal! (30)

Yo confieso que después de hundirme en el agitado golfo de sus libros, después de penetrar en el secreto de esa existencia única; después de ver esa alma llena de cicatrices y de heridas incurables, todo el eco de celestes o profanas músicas, siempre hondamente encantadoras; después de haber contemplado aquella figura imponente en su pena, aquel cráneo soberbio, aquellos ojos oscuros, aquella faz con algo de socrático, de pierrotresco y de infantil; después de mirar al dios caído, quizá castigado por olímpicos crímenes en otra vida anterior; después de saber la fe sublime y el amor furioso y la inmensa poesía que tenían por habitáculo aquel claudicante cuerpo infeliz, sentí nacer en mi corazón un doloroso cariño que junté a la gran admiración por el triste maestro. (47)

Todo hay, en fin, en estas islas de oro: maravillas de poesía satírica, estrofas en que ha querido demostrar Richepin cómo él también puede igualar las exquisiteces de la poética simbolista; paisajes de suprema belleza, decoraciones orientales, ritmos y estrofas de una lengua asiática en que triunfa el millonario de vocablos y de recursos artísticos; relámpagos de pasión y ternuras súbitas; las apoteosis del hogar y la poetización de las cosas más prosaicas; las flautas y harpas de Verlaine se unen a las orquestas parnasianas; el treno, el terceto monorrímo de los himnos latinos precede al verso libre; el elogio de la palabra está hecho en alejandrinos que parecen continuación de los célebres de Hugo, y, si turba la armonía órfica la obsesión de la metafísica, pronto nos salva de la confusión o del aburrimiento el galope metálico y musical de las cuadrigas de hemistiquios. (84-5)

Leo Spitzer menciona a Darío entre los poetas que cultivaron, en la estela de Whitman, lo que llama “enumeración caótica”, en la cual se refleja hasta cierto punto la heterogeneidad babélica del “mundo moderno” (253-8). En una nota al pie de página, poco después, añade algo más interesante: los prolijos catálogos del norteamericano –y el nicaragüense, “en grado menor”– son afines a “los grandes almacenes de artículos varios”: “hacia 1855, es decir, en la fecha de publicación de *Leaves of Grass*, es cuando comienza el enorme desarrollo de estos *bazares* occidentales, los *department stores*, producido por la acumulación de riqueza y por la extensión del comercio y de los medios de transporte” (258). Si consideramos las circunstancias darianas y modernistas, así como las sigilosas leyes que hay en sus tics y preferencias, acaso las metáforas comerciales de Spitzer sean las más adecuadas. Refinado catálogo de artículos importados, cuidadosamente planeada la estrategia publicitaria tras identificar el distinguido grupo de compradores, nada de “caos” contiene *Los raros*. La correspondencia entre su retórica y “la vida y el tiempo en que le tocó nacer”, al menos, es casi total.

BIBLIOGRAFÍA

- Aching, Gerard. *The Politics of Spanish American Modernismo*. Cambridge/New York: University of Cambridge Press, 1997.
- Alcibíades, Mirla. *Publicidad, comercialización y proyecto editorial de la empresa de cigarrillos "El Cojo" (1873-1892)*. Caracas: CELARG, 1997.
- Bourdieu, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. [1979] R. Nice, trad. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1998.
- _____. *Outline of a Theory of Practice*. [1972] R. Nice, trad. Cambridge, MA: Cambridge University Press, 2000.
- _____. *The Logic of Practice*. [1980] R. Nice, trad. Stanford: Stanford University Press, 1990.
- _____. *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*. [1992] S. Emanuel, trad. Stanford: Stanford University Press, 1996.
- _____. y Loïc Wacquant. *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press, 1992.
- Calinescu, Matei. *Five Faces of Modernity*. Durham: Duke University Press, 1987.
- Caras y Caretas*. (Buenos Aires, 29/10/1898 y 17/12/1898).
- Curtius, Ernst Robert. *Literatura europea y Edad Media latina*. 2 vols. M. Frenk Alatorre y A. Alatorre, trad. México: F.C.E., 1981.
- Darío, Rubén. *Los raros*. [1896, 1905] Buenos Aires: Espasa-Calpe, 1953.
- _____. *Obras completas*. 5 Vols. Madrid: Afrodisio Aguado, 1950.
- Díaz Rodríguez, Manuel. *Camino de perfección*. [1908] Madrid-Caracas: Edime, 1968.
- Dupont, Luc. *1001 Advertising Tips*. [1990] Quebec: White Rock Publishing Inc., 1999.
- El Cojo Ilustrado (1892-1915)*. Reimpresión facsimilar. 24 vols. Caracas: Emar, 1977.
- Fernández Retamar, Roberto. *Obras (Uno: Todo Calibán)*. La Habana: Letras Cubanas, 2000.
- García Calderón, Francisco. *La creación de un continente*. Paris: Ollendorf, 1912.
- Gomes, Miguel, ed. *Estética del modernismo hispanoamericano*. Caracas: Biblioteca Ayacucho, 2002.
- _____. "Modernidad y retórica: el motivo de la copa en dos textos martianos". *Revista Iberoamericana* LXIV/184-185 (1998): 457-69.
- Gómez Carrillo, Enrique. [Encuesta: "¿Qué ideas tiene Ud. de lo que se llama Modernismo?"]. *El Nuevo Mercurio*. 12 números (París, 1907).
- González Echevarría, Roberto. *The Voice of the Master: Writing and Authority in Modern Latin American Literature*. 1975. Austin: University of Texas Press, 1988.
- Gullón, Ricardo, ed. *El modernismo visto por los modernistas*. Madrid: Guadarrama, 1980.
- Gutiérrez Girardot, Rafael. *Modernismo: supuestos históricos y culturales*. [1983] Bogotá: F.C.E., 1987.
- Harvey, David. *The Condition of Postmodernity*. [1990] Cambridge, MA: Blackwell, 2000.
- Huysmans, J.-K. *À rebours*. Pierre Waldner, ed. Paris: Garnier-Flammarion, 1978.
- Jencks, Charles. *What is Post-Modernism?* [1985] New York: Saint Martins Press, 1989.

- Jrade, Kathy. *Modernismo, Modernity and the Development of Spanish-American Literature*. Austin: University of Texas Press, 1998.
- Kirkpatrick, Gwen. *The Dissonant Legacy of Modernismo*. Berkeley: University of California Press, 1989.
- Lastra, Pedro. *Relecturas hispanoamericanas*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria, 1987.
- Mandel, Ernest. *Late Capitalism*. [1972] J. De Bres, trad. London: Verso, 1987.
- Mariátegui, José Carlos. *Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana*. Elizabeth Garrels, notas y cronología; Aníbal Quijano, pról. Caracas: Biblioteca Ayacucho, 1979.
- Moser, Gerald y Hensley Woodbridge. *Rubén Darío y "El Cojo Ilustrado"*. Nueva York: Columbia University, 1964.
- Onís, Federico de. *Antología de la poesía española e hispanoamericana (1882-1932)*. Madrid: Centro de Estudios Históricos, 1934.
- Poggioli, Renato. *The Theory of the Avant-Garde*. [1962] G. Fitzgerald, trad. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1968.
- Rama, Ángel. *Rubén Darío y el modernismo*. [1970] Caracas: Alfadil, 1985.
- Riva-Agüero, José de la. *El carácter de la literatura del Perú independiente*. Lima: [s.e.], 1905.
- Robertson, Roland. *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage, 1992.
- Rodó, José Enrique. *Ariel / Motivos de Proteo*. A. Rama, ed. C. Real de Azúa, próls. Caracas: Biblioteca Ayacucho, 1976.
- _____. *Obras completas*. 2 vols. Montevideo: Barreiro y Ramos, 1956.
- Scheidell, John. *Advertising, Prices, and Consumer Reaction: A Dynamic Analysis*. Washington, D.C.: American Enterprise Institute for Public Policy Research, 1978.
- Schulman, Ivan, ed. *Nuevos asedios al modernismo*. Madrid: Taurus, 1987.
- Spitzer, Leo. "La enumeración caótica en la poesía moderna". *Lingüística e historia literaria*. Madrid: Gredos, 1974.
- Symons, Arthur. *The Symbolist Movement in Literature*. [1899, 1908, 1919] New York: E. P. Dutton & Co., 1958.
- Williams, Raymond. "Advertising: the magic system". *The Cultural Studies Reader*. Simon During, ed. London/New York: Routledge, 1993: 320-36.
- _____. *Marxism and Literature*. Oxford/New York: Oxford University Press, 1977.

