

**Pascuas y *Christmas* de José Martí:  
la crítica a la mercancía y sus discursos**

Ariela Schnirmajer  
UBA- ILH- UNAJ

I

La crónica martiana cuyo resumen se inicia con “Las pascuas”, “Pascuas y Christmas”, publicada en *La Opinión Nacional* de Caracas el 7 de enero de 1882, EC, 9:201-209) propone, desde sus enunciados y su estructura, una reflexión acerca del concepto de mercancía y sus efectos, y asociado a ella, establece vínculos con la posesión territorial.

En las antípodas de la tradición española, de la que se pretende distanciar, Martí reivindica la celebración navideña norteamericana, en la medida en que ésta adquiere sentido de unidad familiar. El relato navideño es un detalle privado de las virtudes de la vida pública; pero ese dar y recibir no queda al margen de la circulación del dinero. (Cf: Cortés Rocca, 2008:64-67). Estos aspectos se representan en los primeros párrafos de la entrega, en los que, en estructuras paralelas, el cronista evoca las diferentes atmósferas que rodean a las navidades en Estados Unidos y en España.

Con abundancia de formas verbales conjugadas y de gerundios, reveladores de la actividad y el tránsito, el festejo norteamericano muestra el movimiento; se describen situaciones en las que cada una constituye un círculo de experiencia que entra en juego con la situación siguiente:

“Los jefes de familia vuelven a sus casas, sonriendo con malicia como que llevan ocultos en los propios bolsillos del abrigo, los presentes para la esposa y los hijuelos. La abuela generosa, vuelve toda azorada de las tiendas, porque no sabe

cómo podrá entrar a la casa, sin ser vista de los vigilantes niños (...)” (EC, 9:201).  
“Son las fiestas del dar y del recibir” (EC, 9:203).

Luego, la figuración de la festividad en España adopta la forma del bodegón, con predominio de sustantivos que sugieren fijeza.

“(…) aquellas de España, fiestas de pavo y lechoncillo, (...) días de siegas de lechugas y aderezo de atunes y besugos (...) (EC, 9:202). Vense debajo de las espaciosas capas descomunales prominencias y son pavos; y asoman por la cesta repleta, como diablillos retozones, los rábanos frondosos” (EC, 9:202). “La fiesta es la escena que remata la misa” (EC, 9:202).

En el interior de las descripciones, la enunciación evade la primera persona del singular y se escuda en la tercera del plural, una de las formas de la autofiguración: “Los desterrados vuelven con desesperación los ojos a la patria” (EC, 9:201).

Martí ilumina las dos caras de la festividad: por una parte, la concibe como una instancia de reunión familiar, y por la otra, muestra el consumo y la alienación de los sujetos ante las mercancías. Julio Ramos había advertido que, para el corresponsal martiano, la ciudad es el lugar de la violencia fragmentadora del yo (1989:73), al tiempo que, simultáneamente, representa el emblema de la modernidad deseada. Los dos polos de este enunciado se pueden ilustrar con dos crónicas: a diferencia de “Coney Island”, en donde la urbe desata los lazos familiares, en “Pascuas y Christmas” las festividades implican el afianzamiento de esos vínculos en la metrópolis. De todos modos, la estructura de la entrega periodística en “Pascuas y Christmas” privilegia la visibilidad de la fisura: en el centro del texto, como una línea divisoria entre “el dar y el recibir” y su reificación mercantil, Martí representa a un grupo de sujetos frente a la vidriera de la joyería Tiffany:

Tiffany es poderosísimo joyero. Museo es su casa, no tienda: exhibe en un piso maravillas de cerámica, y en otro, castos mármoles y ricos bronces y en otro tal cúmulo de costosa prendería, que no parecen aquellos mostradores propiedad de

mercader privado, sin tesoro de monarca persa. Ira y piedad levanta el puñado de gentes ávidas que rodea siempre el mostrador de los diamantes. Parecen esclavas, prosternadas ante un señor [...] ¡Cuánto deseo! ¡Cuánta sonrisa forzada! ¡Cuánta tristeza!” (EC, 9:204).

Martí se interroga acerca de cómo trazar la línea de demarcación entre la mercancía y el arte. Similar interrogante plantea Julián del Casal en su entrega periodística “Álbum de la ciudad: el Fénix”, analizada por Enrique Foffani (2006:192-197), aunque con resoluciones diferentes.

En un mismo párrafo, el corresponsal efectúa el viraje del museo a la tienda o, en otros términos, traza la línea de demarcación del arte a la mercancía. Las “maravillas” expuestas en Tiffany irrumpen como novedades, son presencias inquietantes que encarnan la primicia, el fulgor de lo nunca visto, como si de pronto las cosas se invistieran de un halo y logran mantener viva el aura. Por ese motivo, Tiffany es un “Museo”, no una “tienda” y sus objetos son “tesoros”, no mercancías reproducibles. Ahora bien, en el mismo párrafo, los diamantes se exponen en “mostradores” y Martí se detiene en la cosificación que genera en los sujetos. La tienda es, en el proceso secularizante de la modernización, el lugar sustituto: su esplendor no solamente convoca la fantasía del cliente sino también invoca un resabio religioso ante el repliegue de los nuevos cultos; las tiendas son los nuevos altares donde descansan las mercancías: los lugares sagrados hasta donde llegan, en peregrinación, sus seguidores. El fetiche de la mercancía, como lo describió Marx, apelaba a la teología, cariz que Martí registra en “Parecen esclavas, prosternadas ante un señor”, en el fragmento anteriormente citado. Este aspecto se desplegará en los siguientes párrafos, en donde Martí se detiene en cómo el mercado aprovecha los deseos, creencias y gustos de los compradores para estimular su compra:

Tiffany “(...) tiene una cohorte de obreros y otra de vendedores, y otra de inventores. De las supersticiones, de las leyendas, de los mitos, hacen joyas los *imaginadores* que tiene a sueldo Tiffany. Cada año saca a sus mostradores prendas nuevas, (...) *como los inventores se las aconsejan*” (la cursiva es nuestra). (EC, 9:204)

Martí reflexiona sobre la incorporación del artista al mercado y en “Pascuas y Christmas” advierte acerca de la sujeción del trabajador a las leyes de la oferta y la demanda. Si en “El rey burgués” de Rubén Darío, el artista solo puede dar vuelta la manivela y es solo un adorno más, hasta, finalmente, morir en el olvido, en “Pascuas y Christmas”, una de las funciones es ser *imaginador*: crear objetos en serie conforme a las órdenes de otros. Según el diccionario de la *Real Academia Española* en su edición de 1884, *imaginador* no figura, pero *imaginar* se define como “representarse idealmente una cosa”. En este caso, el ideal debe coincidir con los deseos de los consumidores sin generar conflicto alguno en ellos.

Volviendo a la comparación con “Coney Island”, en dicha crónica se reflexiona sobre la incorporación del intelectual al mercado del arte. En ese caso, para Martí el mercado somete al artista a una intensa degradación, problemática que el cronista representa en la figura de un negro abusado, pero que paradójicamente vive de la agresión de la muchedumbre.

## II

Analizamos en este apartado el fenómeno de la mercancía desde otro ángulo. Nos concentramos en la proximidad ideológica de Martí con el discurso crítico del capitalismo que formulará Georg Simmel en *Filosofía del dinero* (1900). En dicha publicación, mercado, desarrollo de la gran ciudad y transformación de las estructuras mentales de los individuos se vinculan fuertemente y son conceptos fundamentales en sus reflexiones filosóficas sobre la modernidad.

El sociólogo alemán analiza la influencia de la economía monetaria en el desarrollo de los nuevos estilos de vida, en la constitución de un nuevo tipo de individuo proclive al consumo de mercancías. Para él, el secreto del fetichismo de la mercancía ya no reside, como para Karl Marx, en la esfera de la producción, sino que se traslada a la del consumo: se genera la alienación producida por el consumo masivo de objetos y, en esa línea, el fetichismo de la mercancía se reubica desde el productor al consumidor, cuestión expresada por Simmel en los siguientes términos:

“(…) Así como, por un lado, nos hemos convertido en los esclavos del proceso de producción, por otro lado, hemos pasado a ser los esclavos de los productos, esto es, aquello que la naturaleza nos proporciona desde el exterior, merced a la técnica, por medio de las costumbres, las distracciones y las necesidades de carácter externo, acaba dominando sobre la autarquía del ser humano, sobre el carácter centrípeto espiritual de la vida” (Simmel, 1977: 610-611).

A la reflexión de Beatriz Colombi sobre la proximidad ideológica del discurso martiano de la crítica del capitalismo formulado por la sociología post-positivista norteamericana en su visión del lujo excesivo y el despilfarro de la burguesía neoyorquina, (2004:44-45), agrego la sintonía del pensamiento del cubano con la sociología alemana de Georg Simmel. De hecho, la primera edición de *Filosofía del dinero* (1900) es prácticamente coetánea a la obra de *Teoría de la clase ociosa*, de Thorstein Veblen (1899) que marca, en la sociología estadounidense, un cambio de paradigma similar al señalado por Simmel. Las dos obras son independientes, pero simbolizan un cambio en las preocupaciones teóricas de la época.

Conforme a los enunciados anteriores, Martí se adelanta en advertir estas problemáticas. Recordemos que la crónica que analizo data de 1882. Su mirada se fundamenta, en buena medida, en su posición de sujeto *in between*, entre imperios, proveniente de una periferia. Se advierte, entonces, que por el reverso de la nota de color, Martí ausculta en sus crónicas las vísceras de la modernidad.

Retomando las afirmaciones de Colombi en “Las Escenas norteamericanas (entre otras escenas)”, la investigadora agrega que, frente a la proximidad ideológica del discurso crítico martiano formulado por la sociología post-positivista en el fin de siglo, “*la mirada al mercantilismo relevada en los otros discursos hispanoamericanos incurre en la oposición (conservadora) espiritualismo versus materialismo, que conducirá, como sabemos, al arielismo finisecular*” (2004:47). (La cursiva me pertenece).

Leo en el análisis de Colombi una línea crítica en diálogo con Julio Ramos, quien en *Desencuentros de la modernidad en América Latina* postula a un Martí prefigurador del arielismo rodoniano, aunque deslindándolo de su conservadurismo. Recordemos que ni bien se publicó el *Ariel* en 1900, su influencia sobre el mundo hispano fue arrolladora. El ensayo fue reimpresso, glosado y debatido por toda América Latina y España. La coyuntura histórica era propicia. España acababa de perder Cuba, Puerto Rico y Filipinas en una

guerra contra los Estados Unidos que demostró que la antigua metrópoli estaba fuera de sintonía con el mundo moderno. En ese marco, surge el interrogante sobre la identidad de América Latina: ¿era americana o latina? ¿La ligaban todavía sus raíces hispanas, o su futuro estaba vinculado al de la nueva república del norte, que devoraba territorios y proclamaba un nuevo estilo de vida? Martí primero, y luego Rodó, con fervor, optaron por un destino latino, aunque por motivos distintos.

*Ariel* está subdividido en seis breves capítulos, precedidos de una introducción en la que se “pone en escena” el texto. En el último capítulo hay una coda donde el montaje introductorio reaparece. El escenario es un salón de clases donde un viejo maestro, Próspero, preside la última sesión de un curso de estudio, repleto de libros, y en el que se halla la estatua de bronce de Ariel. El maestro pronuncia un discurso a los estudiantes, indicándoles cómo deben poner en práctica sus conocimientos, cuál debe ser el comportamiento en la vida y qué obstáculos deben sortear. La filosofía de Próspero constituye, en un nivel aparente, una llamada a la espiritualidad frente al pragmatismo y utilitarismo norteamericanos. Fundamentalmente, Rodó exalta una tradición de espiritualidad latina, de desinteresada contemplación humanista, como vía para conducir la mente hacia el placer moral de la plena manifestación de sus poderes latentes. El ensayo, dirigido a la “juventud de América”, está compuesto, según González Echevarría (2001), por una serie de tesis fundamentales, entre ellas la constitución de una subjetividad centrada en un ideal de belleza y virtud y la creación de una élite de individuos educados, capaces de guiar a otros en el desarrollo espiritual, o sea, una suerte de espiritualismo darwiniano en el que predominarán y guiarán los espíritus más fuertes (2001:44).

En un continente con una población racial heterogénea, donde las élites han demostrado su rapacidad más que su ilustración, el mensaje de Rodó adquirió aristas polémicas, aunque, en un principio, el llamado a la “Juventud de América” fue recibido con entusiasmo. El *Ariel* proponía la emancipación de la ideología del capitalismo, junto a la posibilidad de fundar una identidad americana que, si bien no era revolucionaria, al menos podría servir de freno al imperialismo estadounidense. Sin embargo, el elitismo de Rodó llevó a propuestas conservadoras y xenófobas. En este sentido, Colombi reubica el discurso martiano de crítica al capitalismo, desmarcándolo de estas posturas y

vinculándolo, como ya vimos, con el discurso crítico de Thorstein Veblen. Agrego que la fuerte apuesta al régimen democrático en Martí, lejos se halla del elitismo rodoniano.

Julio Ramos lee en “Coney Island” de Martí, crónica de comienzos de los ochenta, un concepto de “cultura” asociado a la defensa de valores espirituales ante el mercado. Para el crítico, en “Coney Island” y en otras *Escenas norteamericanas*, el escritor figura como “pensador” en medio de la materialidad de la masa, y en muchos sentidos, como generador del mundo superior de la *alta cultura* (1989: 202). Una cultura que es antítesis del utilitarismo de la vida económica. En este punto, el investigador establece coincidencias entre el pensamiento de Rodó y el de Martí. Rodó ve en el “ocio creador”, -en el terreno de la experiencia estética-, el reverso de la racionalidad utilitaria y burguesa, en una época dominada por un sólido positivismo.

En ese contexto, para Ramos, Martí prefigura este aspecto del pensamiento rodoniano en un texto fundamental como es su semblanza “El poeta Walt Whitman” (1887), en donde la poesía se convierte en el paradigma de la “cultura”, en el territorio de lo bello opuesto a la industria. De todos modos, el ámbito de lo bello es más inclusivo en Whitman y abarca a “los pueblos”; de esta forma, Ramos ubica a Martí como prefigurador del pensamiento rodoniano, aunque deslindándolo de su elitismo.

Después de este recorrido en torno a los diálogos entre críticos y a las concepciones ideológicas surgidas de la mercancía y sus derivas, retorno a la entrega periodística “Las pascuas” para concentrarme en el abordaje que efectúa el corresponsal en torno al territorio. La analogía estructural duplica el motivo de la posesión material: en el centro de la crónica Martí coloca a los sujetos fascinados por las joyas de Tiffany, y, en el cierre del texto, representa el afán de posesión territorial de la nación norteamericana, en su alusión al expansionismo de Estados Unidos hacia Canadá y México. Dado que no es habitual la inclusión del discurso directo en las *Escenas*, es oportuno analizar su presencia:

Decía así el senador Hawley: “‘Y cuando hayamos tomado a Canadá y a México, y reinemos sin rivales sobre el continente, ¿qué especie de civilización vendremos a tener en lo futuro?’”. (EC, 9:208).

Ante el interrogante del senador, el cronista responde, “¡Una, terrible a fe: la de Cartago!” (EC, 9:208).

El corresponsal percibe la tensión entre dos modalidades que se disputan la nación, el espíritu puritano y el cartaginés. El primero se asocia a los antiguos colonos norteamericanos, en los que ve que el afán de progreso se vincula a un horizonte moral. En cambio, el cartaginés connota la rapacidad, ajena a toda ética. El cronista no transcribe de la realidad al papel, sino que representa, argumentativamente, en un fuerte trabajo de selección y estilo. La presente crónica es un buen ejemplo de esta operación: el uso de la analogía para figurar la posesión a diferente escala (mercancía-territorio), transforma a la entrega periodística en un espacio tanto de reflexión como de advertencia. Se trata de una escritura volcada al futuro, que plantea problemáticas que recorrerán el siglo XX. Y también, de una textualidad abierta a las múltiples significaciones de la posesión que abarcan tanto los conflictos entre arte y mercado, el rol de artista en el nuevo mapa social, los efectos en los consumidores, hasta la percepción de una nueva repartición del mapa geopolítico continental.

### **Bibliografía**

Colombi, Beatriz.(2004). “Las *Escenas norteamericanas* (entre otras escenas)”, *Viaje intelectual. Migraciones y desplazamientos en América Latina (1880-1915)*, Rosario, Viterbo, 23-55.

Cortés-Rocca, Paola. (2008). “Crónicas del futuro. José Martí en Nueva York”, *Reescrituras de José Martí*. Alejandra Castillo, Jorge Benítez (ed.), Chile, Palinodia, 49-79.

González Echevarría, Roberto. (2001). *La voz de los maestros. Escritura y autoridad en la literatura latinoamericana moderna*, Madrid, Verbum.

Martí, José.”Las pascuas”.(2004) *Obras completas. Edición crítica*, 1881-1882, La Habana, CEM, vol. 9, 201-209.

Ramos, Julio. (1989). “Masa, cultura, latinoamericanismo”, *Desencuentros de la modernidad en América Latina. Literatura y política en el siglo XIX*, México, FCE, 202-216.

Simmel, Georg. (1977). *Filosofía del dinero*, Madrid, Insittuto de Fondos políticos.



