

“Un papel frívolo y de pasatiempo”. La Moda (1837-1838) entre la política, el consumo y la configuración de lo público/privado.

Labra, Diego.

Cita:

Labra, Diego (2017). *“Un papel frívolo y de pasatiempo”. La Moda (1837-1838) entre la política, el consumo y la configuración de lo público/privado. XVI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia. Facultad Humanidades. Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-019/265>

Mesa 49. Impresos y política en Iberoamericana durante el siglo XIX (periódicos, folletos, hojas sueltas, libros, traducciones)

“Un papel frívolo y de pasatiempo”. *La Moda* (1837-1838) entre la política, el consumo y la configuración de lo público/privado.

Diego Labra

CONICET/UNLP-IdIHCS

PARA PUBLICAR EN ACTAS.

En esta ponencia nos proponemos problematizar el discurso acerca de las prácticas y las costumbres relacionadas al vestido y la moda en el semanario *La Moda*, editado en la ciudad de Buenos Aires había 1837. Particularmente desde el campo historiográfico esta publicación, así como otras de su tipo, han sido relegadas a la hora del análisis por otras con discursos más abiertamente políticos, que intervienen sin velo alguno en la conyuntura sociopolítica en el cual fueron concebidos. Sin embargo, creemos, siguiendo a una serie de autores aquí citados, que existe potencial historiográfico en el trabajo sobre periódicos “literarios”, “ilustrados”, “joco-serios”, etc. para interpretar diferentes aristas y públicos de la prensa en el siglo XIX.

Para ello, en primer lugar realizamos un recorrido por las diferentes lecturas realizadas hasta hoy en torno al semanario *La Moda*, realizando una crítica y proponiendo la cual creemos es la más rica a la hora del análisis. Acto seguido, a través de un trabajo sobre el discurso la publicación ensayaremos reconstruir la normatividad de las prácticas sociales construida por editores y redactores. Estos discursos se dan en torno a la vestimenta, pero como veremos aquí, tienen miras más profundas que ella. Por último, mediante un ejercicio de contextualización y de evaluación de la materialidad misma del texto, intentaremos calibrar el alcance real de estos discursos en la sociedad ¿Existían estos *flaneurs* porteños y señoras a la moda sobre los que escribían, y a quienes escribían, Alberdi y compañía? ¿O son los ejemplares de *La Moda* una expresión de deseo modernizador, mediante la cual esos jóvenes ilustrados pretendían moldear la sociedad real según aquella reflejada en las páginas de su publicación?

1. Interpretando la moda. Diferentes lecturas acerca del semanario *La Moda*.

La Moda, el semanario que prometía desde su título informar a los lectores en los menesteres de la “música, de poesía, de literatura, de costumbres”, fue lanzado el 18 de noviembre de 1837. Aunque en la última página figure Rafael Jorge Corvalán, “el hijo del edecán de Rosas” como el “editor responsable”, es un consenso que el verdadero responsable por la publicación fue Juan Bautista Alberdi¹. Entre los colaboradores se encontraron Juan María Gutiérrez, Vicente López, Jacinto y Demetrio Peña, Carlos Tejedor² y Nicanor Albarelos³, entre otros. El joven Alberdi había llegado a Buenos Aires la década anterior desde su San Miguel de Tucumán natal, y se había convertido en una figura relevante del ámbito intelectual y cultural de la ciudad. Es en honor de esta reputación que les ofrecido un puesto en la organización del “Salón Literario” inaugurado por el librero Marcos Sastre en 1837⁴, y que aglutinó el núcleo de la *intelligentzia* romántica porteña. Es cuando el “Salón” ya “veía palidecer su estrella”⁵ que Alberdi se vuelca a la vocación artística y literaria⁶ que siempre lo caracterizó, y eventualmente funda el periódico.

Figarillo, *nom de plum* escogido por Alberdi en honor al satirista peninsular Mariano José de Larra, abraza la moda y la hace el quid de su prosa. Declara altivo en la primera persona: “...no entro tan en lo ondo de las cosas y de la sociedad como el Cervantes del siglo 19. Yo no me ocupo sino de frivolidades, de cosas que á nadie ván ni vienen, como son las modas, los estilos, los usos, una que otra vez las ideas, las letras, las costumbres, y asi, cosas todas de que los espíritus serios no deben hacer caso...”⁷. El periódico fue editado durante cinco meses entre 1837 y 1838, un período particularmente convulsionado de la política porteña signado por el exilio y el asesinato político. Mas el impreso era de prosa llamativamente liviana y atendida sólo a asuntos más “frívolos” de la cultura y la sociedad.

¹ Félix Weinberg. “Estudio preliminar”, *El Salón Literario*, por Marcos Sastre, Juan Bautista Alberdi, Juan María Gutiérrez, Esteban Echeverría. (Buenos Aires: Librería Hachette, 1958): 87.

² Cristina Iglesia y Liliana Zuccotti. “El estilo democrático: último grito de la moda”. *Mora. Revista del Área Interdisciplinaria de Estudios de la Mujer*, núm. 3 (agosto 1997): 64.

³ *El Diario. La prensa argentina*. Edición extraordinaria, sin fecha.

⁴ Domingo Buonocore. *Libros y bibliófilos durante la época de Rosas* (Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba, 1969): 51.

⁵ Félix Weinberg. “Estudio preliminar”, *El Salón Literario*, por Marcos Sastre, Juan Bautista Alberdi, Juan María Gutiérrez, Esteban Echeverría. (Buenos Aires: Librería Hachette, 1958): 90.

⁶ Félix Weinberg, Op. Cit. p. 89

⁷ *La Moda*, N°5, 16 de diciembre de 1837: 1.

Se deja en claro el alejamiento de los temas políticos que dominaban la prensa porteña de la primera mitad del siglo XIX ya en el “Prospecto” que encabeza el primer número de *La Moda*. “Este papel contendrá: Noticias continuas del estado y movimientos de la moda (en Europa y entre nosotros)”, “nociones claras y breves, sin metafísica”⁸, poesías, crónicas e incluso una partitura de una carilla “de aquellos nombres mas conocidos y aceptados por el público: ningún ensayo inhabil será admitido. Preferimos no publicar música, á publicarla mala”⁹. El contraste entre el tono del contenido de *La Moda* y el contexto político y social en que fue editado, Alberdi mismo se exiliaría no mucho después de que se cancelara la publicación, siempre fue una cuestión problemática para los estudiosos de la misma. ¿Cómo era posible entender que el autor de las *Bases y Puntos de Partida para la Organización Política de la República Argentina* estuviera al frente de un periódico que se mostrara complaciente para con el régimen del caudillo bonaerense?

Diferentes interpretaciones fueron ofrecidas a través del tiempo, siendo la más difundida la que leía el tono “frívolo” del semanario como un engaño, una máscara tras la cual Alberdi ocultaba sus verdaderas intenciones “románticas” del celo censor de Rosas. Probablemente originada en el mismo siglo XIX, esta hipótesis fue difundida por los bibliófilos que emprendieron la tarea de recuperar la historia libresca de Buenos Aires a mediados del siglo pasado. Rafael Arrieta establece en *La Ciudad y los Libros* una conexión directa y política entre la publicación y la cruzada antirrosista, caracterizando al impreso como “el disimulado fénix de esas cenizas nunca enfriadas”¹⁰, oculto a plena vista tras una prosa deceptivamente anodina. Félix Weinberg imagina que Alberdi diseña el “arbitrio más ingenioso”: “disfrazar sus propósitos renovadores con ese inofensivo nombre de *La Moda*”. Debajo de la promesa de “ocuparse del movimiento de la moda en cuanto a vestidos, peinados, calzados, muebles, etc.” el historiador rastrea “el romanticismo literario [...] filosófico, moralista, progresivo, militante, libertario- y las doctrinas humanitarias y sociales, particularmente el sansimonismo”¹¹. Esta lectura se convirtió en un lugar común con el correr de las décadas, y no es poco común encontrarla en producciones contemporáneas. Por ejemplo, en su texto sobre Alberdi incluido en la *Historia Crítica de la Literatura*

⁸ *La Moda*, N°1, 18 de noviembre de 1837: 1.

⁹ *La Moda*, N°1, 18 de noviembre de 1837: 2.

¹⁰ Rafael Alberto Arrieta. *La ciudad y los libros. Excursión bibliográfica al pasado porteño* (Buenos Aires: Librería del Colegio, 1955): 76.

¹¹ Félix Weinberg, Op. Cit: 87-88.

Argentina, Rodríguez Pérsico repite que la “frivolidad” de *La Moda* fue un “escudo” ante la censura¹².

El “revisionismo histórico” también se hizo eco del debate, optando por una lectura diametralmente opuesta. Desde el mismo título G. O. Turone nos informa que *La Moda* fue un ejemplo de “federalismo cultural”, prueba de que “aún en la ‘barbarie’, la gente leía y también se interesaba en el conocimiento de las culturas de otros lugares del mundo”. Una “revista” que apareció “a instancias de fervorosos federales que, años más tarde, tomaron partido por el unitarismo liberal y masónico”. Incluso contaron con la bendición del Restaurador de las Leyes, “quien lejos de ser un ‘tirano’ dejó que un grupo de jóvenes de inspiración sansimoniana, afrancesada y liberal pudiera irradiar su romanticismo a través del Salón Literario y sus publicaciones”¹³.

La lectura de la bibliotecología clásica hace del semanario un ingenioso acto de desobediencia civil. Opuestamente, el revisionismo lo interpreta como la prueba fehaciente de que el federalismo rosista era un gobierno amable con la cultura y las costumbres letradas. Ambos coinciden en dirimir los alcances y significaciones de *La Moda* en la arena de lo político, y por ende, de la arena de la opinión pública ¿Es esta la única clave en la cual puede ser interpretado el semanario? Victor Goldgel se hace la misma pregunta, y arenga a dejar “de darnos por satisfechos con pensar el periódico en términos de su vínculo con la formación del Estado, de las esferas públicas o de las identidades nacionales” y empezar a concebirlos como “una plataforma ideal para reflexionar acerca de las transformaciones culturales que le dieron a lo nuevo su sentido moderno”¹⁴.

2. Dime como vistes y te diré quien eres. Normativizando la moda y las costumbres.

Cristina Iglesias y Liliana Zuccoti realizan exactamente esta operación en torno a *La Moda* en su artículo de 1997, “El estilo democrático: último grito de la moda”. Allí las autoras, antes de sucumbir a la dicotomía política de las interpretaciones clásicas, leen el discurso sobre moda y costumbres del semanario, y lo interpretan como una

¹² Adriana Rodríguez Pérsico. “Juan Bautista Alberdi: nación y razón”. En *La lucha de los lenguajes*, ed. Julio Schvartzman, 279-304, (Buenos Aires: Emecé, 2003): 283.

¹³ Turone, G. O. “‘La Moda’, un federalismo intelectual”. *Revista del Instituto Juan Manuel de Rosas de Investigaciones Históricas*, núm. 15-16 (agosto 1951): s/p.

¹⁴ Victor Goldgel. *Cuando lo nuevo conquistó américa. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX* (Siglo Veintiuno: Buenos Aires, 2013): 51-52.

intervención en el campo cultural que necesariamente tiene ramificaciones políticas. Al proponer “un paseo por todas las ramas del arte, la moda y otras actividades sociales” que acontecían en la ciudad, “la sociabilidad urbana se somete a la mirada escrutinadora de la sátira que intenta desacralizar prácticas y convenciones sociales, literarias, económicas y políticas, volviéndolas inadecuadas para el gusto que se trata de imponer, penalizándolas a través del ridículo”¹⁵.

La moda era una práctica que la mayoría de los contemporáneos de Alberdi miraban con desinterés, o con abierta hostilidad. Un ejemplo claro de esta virulencia se puede encontrar en las páginas del periódico para mujeres *La Aljaba*, publicado brevemente a fines de 1830 y comienzo de 1831. En sus páginas, la anónima redactora emprende una cruzada personal contra la moda y el consumo, o como lo llama ella, “lujo”. “Ha llegado el lujo a nuestro país á un extremo tal, que debe clasificarse de ruinoso á los caudales; perjudicial á la tranquilidad doméstica; chocante á la buena razon; y ridiculo á la situacion del país”¹⁶. En una carta recibida “los 10 esposos que os respetan como mereceis”, expresan elocuentemente su aprobación a esta declaración de guerra y demandan ir por más. “Batid, valiente Aljaba, todos los viejos; atacad el ocio, la murmuracion que es el vicio de que mas adolecen las mugeres ignorantes; ese enemigo que ya habeis empezado á combatir, no lo dejeis respirar; ponedle sitio á la plaza en que sea ha atrinchirado, hostilizadlo de diario, y lograreis hacerle capitular, os hablo del *destructor de lujo...*”¹⁷.

Ante la percepción de transformaciones que comienzan a sacudir a la sociedad porteña, Alberdi toma una posición más pragmática. En lugar de lamentar la existencia de la moda, la abraza con la esperanza de convertirla en “la llave maestra que podrá detener o impulsar el cambio en el orden social”¹⁸. Esta intención se alinea con el deseo de “un movimiento cultural también emancipador” que acompañara “la emancipación política” conquistada en 1810, acorde al programa que la juventud del “Salón Literario” se había propuesto¹⁹. Un primer método de normativación es operar sobre el “discurso de la moda” mediante una “narrativa” propia. Insistiendo en diversos números que la simpleza en los peinados femeninos es la última tendencia europea, tanto para la mujer

¹⁵ Cristina Iglesia y Liliana Zuccotti. Op. Cit: 65.

¹⁶ *La Aljaba. Dedicada al bello sexo Argentino*, N°3, 23 de noviembre de 1830: 3

¹⁷ *La Aljaba. Dedicada al bello sexo Argentino*, N°7, 7 de diciembre de 1830: 3.

¹⁸ Cristina Iglesia y Liliana Zuccotti. Op. Cit: 69.

¹⁹ Cristina Iglesia y Liliana Zuccotti. Op. Cit: 65.

de pia como para la Duquesa de Orleans²⁰, los redactores mediante los consejos sobre moda intentando normativizar la experiencia individual. Cuando de igual manera buscan instalar el “vestir los muebles” como una “moda [que] es renovación elegante de otra antiquísima”²¹, se ensaya la misma operación hacia el espacio privado del hogar.

La historiadora Susan Hallstead define esta operación como la acción de labrar textos que son “mucho más que descripciones detalladas de la ropa a la moda y/o comportamiento del período porque van más allá de lo descriptivo y hacia lo ideológico”²². Detrás de las “últimas modas franceses” y las discusiones en torno a “frivolidades, de cosas que á nadie ván ni vienen” que obsesionan a Figarillo, se encuentra la intuición de algún tipo de conexión con las otras novedades europeas, sea las transformaciones en la producción y en la circulación de bienes, o cuanto menos, el refinamiento de ideas, prácticas y gustos en torno a “las luces”. “Al adoptar un nuevo peinado, un nuevo vestido, un nuevo mueble, una nueva lectura el usuario adquiere, junto con el objeto mismo, los signos de acumulación de un capital simbólico que no pertenecen sólo al objeto sino a su uso”²³, insisten Iglesia y Zuccotti.

Con el correr de los números, sin embargo, el subtexto va emergiendo a la superficie. Además de ocupar cada vez más líneas en ensayos cuyas posiciones políticas ya no son tan veladas, la “narrativa” acerca de la moda va perdiendo terreno ante una segunda normatividad menos mediada, un discurso que directamente busca reglamentar las costumbres. Bajo el título de “Código de civilidad”, diversas columnas como “Gente aparte”²⁴, o “Vulgo”²⁵ utilizan un tono satírico para enumerar una serie de comportamientos que el escritor considera inapropiados. Se normativiza el espacio público en actividades como los espectáculos artísticos (se denuncia a los “filarmónicos que en el Teatro marcan á patadas el compas...”; a quienes llegan al teatro con el segundo acto empezado), el cortejo (quien insiste cuatro veces a una invitación de baile declinada), o caminar en la misma calle (reprobando a quienes practican “chiflar y talarear en las calles” o “fulminar escupitajos brutales en cafes públicos, en presencia de personas que comen ó beben”).

²⁰ *La Moda*, N°2, 25 de noviembre de 1837: 3.

²¹ *La Moda*, N°1, 18 de noviembre de 1837: 2.

²² Susan Hallstead. *Fashion Nation: The Politics of Dress and Gender in 19th Century Argentine Journalism (1829-1880)*. Tesis doctoral. Doctora en Filosofía (Department of Hispanic Languages and Literatures, University of Pittsburgh, 2005): 3. Texto original en inglés, traducción al español propia.

²³ Cristina Iglesia y Liliana Zuccotti. Op. Cit: 66.

²⁴ *La Moda*, N°1, 18 de noviembre de 1837: 3- 4.

²⁵ *La Moda*, N°9, 13 de enero de 1838: 2.

“La sociabilidad urbana se somete a la mirada escudriñadora de la sátira que intenta desacralizar prácticas y convenciones sociales, literarias, económicas y políticas, volviéndolas inadecuadas para el gusto que se trata de imponer, penalizándolas a través del ridículo”²⁶, analizan Iglesia y Zuccotti. Cruzado por un redactor del *Diario de la Tarde*, un tal “D. Severus o D. Simple”, quien se muestra preocupado por el efecto de la “parodia” que se hace de “nuestra sociedad”, Figarillo contesta que “la casa y las personas descriptas en el artículo precedente no existen en ninguna parte, y existen en todas partes”. “Son una casa y unas personas imaginarias que ofrecen en rasgos colosales los defectos que en nuestra sociedad existen en rasgos pequeñísimos”²⁷.

Un problema que preocupa especialmente al semanario es la conciencia de los ciudadanos de la difusa división entre lo público y lo privado. Un rasgo distintivo de cualquier sociedad moderna, que sin embargo Figarillo encontraba aún poco difundida en Buenos Aires. En el “Boletín Cómico” del número 12, Alberdi relata como su comadre “Da. Rita Material” se enoja de sobremanera cuando su primo, “el alcalde de este barrio, con quien nos hemos criado juntos, uña y carne con [su marido] Donato” falla en su contra en un caso público. Es lo natural, debe interceder Figarillo, pues es “la conducta ordinaria de un hombre de bien”, que separa lo privado de lo público²⁸. Unos números después, en una la carta enviada a la redacción, la redacción recibe la felicitación de un “lector”, un abogado que celebra el consejo por él dado de echar a los clientes cuando comienzan con historias aburridas, que excenden los límites de la relación entre un profesional y un cliente²⁹. Mediante estos ejemplos didácticos Alberdi esta demarcando los límites correctos entre los ámbitos de la sociedad.

En el poema “Al Mundo Botan”³⁰, una voz poética anónima y angustiada defiende su derecho (moderno) de tener una vida privada libre del celo de los vecinos:

“¿Qué remedio en el mundo,
Esclamaba un Doctor,
Descubrirse pudiera,
Para vivir mejor?
¿Qué, para que el vecino,

²⁶ Cristina Iglesia y Liliana Zuccotti, Op. Cit.: 65.

²⁷ *La Moda*, N°4, 9 de diciembre de 1837: 2-3.

²⁸ *La Moda*. N°12, 3 de febrero de 1838: 3.

²⁹ *La Moda*. N°16, 3 de marzo de 1838: 3.

³⁰ *La Moda*, N°4, 9 de diciembre de 1837: 4.

No atisbe del balcon?
¿Qué para que la envidia,
No roa el corazón?
¿Qué haré para pasearme,
Libre de la lengua atroz?
¿Qué haré para librarme,
De la pública voz?
Si salgo temprano,
Que soy madrugador;
Que tengo algun retrete,
Para vedado amor.
Si tarde, perezoso;
A una hora justa? Peor.
Soy Adonis lamito,
Y aquesto... por favor.”

El modo colonial de vida comunitaria, donde los vecinos velan por la observancia de la buena moral católica en la calle, pero también puertas dentro, debe ser desplazado por nuevos sentidos de intimidad, de lo privado. En sus estudios de las sociabilidades, Pilar González Bernaldo de Quirós rastrea estos “cambios significativos en la sociabilidad urbana”. “La ‘gente decente’, como solía autodenominarse el patriciado porteño, tiende a abandonar estos ámbitos de encuentro cotidiano para retraerse a ciertos espacios menos accesibles a una ‘plebe’ que la situación política ha transformado en peligrosa, pero también más aptos a una nueva sensibilidad y gusto por la privacidad”. Constata la autora “a lo largo del siglo XIX, una tendencia [...] a la segregación social del espacio urbano, ligada a la instauración del espacio íntimo”³¹ por parte de las élites.

A lo largo de los artículos firmados por Figarillo y otros anónimos de tono similar se establece una relación firme entre consumo de moda y “civilización”, de la cual la mujer sería la principal beneficiaria. Es posible, dice Alberdi, que la mujer consiga “civilizarse” a través del consumo de la moda. Cuando la mujer logre conquistar “un talento desarrollado, una razón cultivada”, puede esperar ser “llamada á llenar las

³¹ González Bernaldo de Quirós, Pilar. “Vida privada y vínculos comunitarios: formas de sociabilidad popular en Buenos Aires, primera mitad del siglo XIX”. *Historia de la vida privada en la Argentina. Tomo 1. País antiguo. De la colonia a 1870*, eds. Fernando Devoto y Marta Madero, 143-163 (Buenos Aires: Taurus, 1999): 146.

obligaciones de esposa y madre, vele, presida los deberes domésticos, dirija la primera educación de sus hijos; inculque en sus tiernos corazones el amor á la Patria; colme de delicias la vida del compañero de su suerte”³². La pluma de Figarillo, lista para intervenir con humor e ironía, se pone al servicio de normativizar las nuevas costumbres que transformaban la sociedad porteña. Este verdadero “afan pedagógico” será característico a las publicaciones latinoamericanas de la primer mitad del siglo XIX³³, y el semanario de Alberdi representa uno de sus primeros y más logrados ejemplos en la prensa porteña. *La Moda* “proponía un paseo por todas las ramas del arte, la moda y otras actividades sociales que eran necesario *reformular divirtiendo* en una ciudad donde la prensa se ocupaba diariamente de novedades comerciales y políticas”³⁴.

Mas la promoción de la moda y las costumbres europeizantes no significa que no existiese también el miedo al “exceso de moda”. La homogeneización, la urbanización y “democratización” que se le atribuye al consumo moderno también podía llegar a dar lugar a prácticas menos deseables. Al joven ilustrado, cultivado por la ciencia y la buena literatura, se le opone otro, el que consume e incluso lee, pero sin “luces”³⁵. El deseo de la moda, advierten precautoriamente, puede llevar sin la guía adecuada a abandonar la razón³⁶. Son las mujeres quienes presentan mayor riesgo de ello, y por esta razón se construyen como el principal interlocutor del periódico. Si el problema de la “irracionalidad de las mujeres” puede responsabilizarse por la “arbitrariedad” de la moda³⁷, entonces un proyecto de educación del “bello sexo” pueda quizás usar la misma moda para inculcar racionalidad en las mujeres.

El hombre también podía llegar a ser presa de esta “irracionalidad” de la moda. En el semanario, la ansiedad ante esta “transición” se traduce en la denuncia de las plumas más conservadoras entre los redactores del peligro de “afeminización” de la juventud porteña. Con una prosa que no deja lugar a la lectura cómica, el autor de “Al bello sexo II” denomina “peste de la sociedad” al hombre “afeminado”, “ser anfibio que a su lado manejando un abanico tan bien como ella, conversa sobre la ultima moda de Paris, y de lo bien que se cree sentarle el pelo largo...”³⁸. En “El bracete”, Figarillo también se ocupa de señalar, que “jamás he gustado andar de bracete con hombres; ni llevar, ni que

³² *La Moda*, N°19, 24 de marzo de 1838: 6.

³³ Victor Goldgel, Op. Cit.: 60.

³⁴ Cristina Iglesia y Liliana Zuccotti, Op. Cit.: 65. *El destacado es nuestro*.

³⁵ Victor Goldgel, Op. Cit.: 156.

³⁶ Ibid.: 163

³⁷ Cristina Iglesia y Liliana Zuccotti, Op. Cit.: 67.

³⁸ *La Moda*, N°9, 13 de enero de 1838: 1.

me lleven; he tenido que hacerlo como se tiene que hacer mil cosas en la sociedad con una voluntad de mozo de café”. Sin embargo, diferenciándose de nuevo con el tono que esperaríamos de Alberdi, resuelve que “estoy lejos de pedir que se abandone En este punto cada uno es dueño de hacer lo que le dé la gana, me dirán con razon”³⁹.

3. Los límites de *La Moda*. Calibrando los alcances del discurso impreso.

Es necesario, sin embargo, a su vez someter a un juicioso criterio historiográfico las palabras y las intenciones de Juan Bautista Alberdi ¿Quiénes eran estos “jóvenes” lectores a los que apuntaba el impreso, que caminaban del “bracete” y corrían riesgo de convertirse en “afeminados”? ¿Quiénes eran las lectoras preocupadas por la moda que debían aprender los modos civilizados que impartía Figarillo? ¿Existían si quiera? Una primera pista es la corta vida de la publicación, que solo logró serializarse por cinco meses, que se traducen en 24 números. Si bien la bibliografía clásica ya citada se apresura a atribuir este fin a la censura del régimen rosista, estudios bibliocológicos más modernos como los de Alejandro Parada se inclinan por atribuir el cese de estas publicaciones a problemas comerciales⁴⁰. El mismo Alberdi deja sentada evidencias de esta situación, quejándose constantemente hacía los números finales de la falta de lectores. En la imagen más memorable, el redactor se lamenta pues “escribir en la *Moda*, es predicar en desiertos, porque nadie la lee”⁴¹.

Pilar González Bernaldo de Quirós va más allá poniendo en duda el retrato de la sociabilidad porteña que aparecía en publicaciones culturales de este tipo⁴². *La Moda* da testimonio de una experiencia urbana novedosa, paseos que pueden asociarse al *flâneur* europeo⁴³, como en el texto “Calle del Cabildo”⁴⁴. En columnas como “Costumbres” se realiza la crónica de una vida social urbana vivaz, donde señoras usan sus mejores vestidos en espacios públicos para capturar los ojos y la envidia de sus conciudadanos. Sin embargo, una mirada sociológica y material del período demuestra que “aquellos que pertenecían a una clase social lo suficientemente acomodada para poner en uso las

³⁹ *La Moda*, N°10, 20 de enero de 1838: 2.

⁴⁰ Alejandro Parada. *Cuando los lectores nos susurran. Libros, lecturas, bibliotecas, sociedad y prácticas editoriales en la Argentina* (Buenos Aires: UBA, 2007).

⁴¹ *La Moda*, N°17, 10 de marzo de 1838: 3-4,

⁴² Pilar González Bernaldo de Quirós, Op. Cit.

⁴³ Susan Hallstead, Op. Cit.: 139.

⁴⁴ *La Moda*, N°2, 25 de noviembre de 1837: 1.

recomendaciones de Alberdi probablemente no podían ser encontradas paseando distraidamente por la ciudad”⁴⁵.

En su libro de recuerdos *Buenos Aires desde setenta años atrás*, publicado hacia 1880, José Antonio Wilde nos devuelve una imagen muy diferente de la ciudad que Alberdi. “Nuestro comedor de antaño, al contrario, se mantuvo por muchos años siendo simplemente una pieza completamente desprovista de todo adorno i de cuanto pudiese llamarse *confort*. Sin embargo, recibían al que llegaba á la hora de almorzar, comer ó cenar, [...], sin ruborizarse por la falta de mueblaje. I ¿porque no? si todos los comedores eran mas ó menos lo mismo”⁴⁶. También la comida era más sencilla. “Con todo, la jente era mas frugal, los alimentos mas sencillamente condimentados i los hábitos en jeneral, menos destructores que en el dia”⁴⁷. La moda tampoco se había convertido aún en la fuerza imparable que describe el semanario. “No diremos que en aquellos tiempos no variaban los trajes á impulso de la moda; pero los cambios eran menos bruscos i mas limitados”⁴⁸. Todavía no marcaba el ritmo “las locuras de la moda”⁴⁹, reflexiona Wilde. Ya existía comercios de “ropa hecha”, habiendo establecido el primero Mister Niblett a comienzos de 1820, pero los “trajes hechos de Inglaterra, que con los derechos etc., salían tan caros ó mas que los hechos aquí”⁵⁰. “Rara vez ocupaban modistas, las señoras; ellas mismas cortaban, *armaban* i cosían sus trajes”. Incluso también “hicieran ellas mismas sus zapatos”⁵¹. Las mujeres “vestían á la *española*”⁵², como prescribía la “narrativa de la moda” rosista reafirmadora de los estilos coloniales.

Victor Goldgel provee una pista sobre como conciliar las disonantes Buenos Aires presentadas en *La Moda* y la evidencia historiográfica, al sentenciar que las publicaciones periódicas que lidian con el consumo urbano “en regiones más alejadas y menos ricas, como el Río de la Plata” realmente deben ser leídas como “expresiones de deseo”. “Debido justamente a la escasa fluidez en la llegada de los productos europeos, los hispanoamericanos sintieron con especial intensidad el hecho de que ninguna

⁴⁵ Susan Hallstead, Op. Cit.: 138.

⁴⁶ Ibid.: 203.

⁴⁷ Ibid.: 208.

⁴⁸ José Antonio Wilde. *Buenos Aires desde setenta años atrás* (Buenos Aires: Imprenta Librería de Mayo, 1881): 225.

⁴⁹ José Antonio Wilde, Op. Cit.: 227.

⁵⁰ Ibid.: 213.

⁵¹ Ibid.: 229.

⁵² Ibid.: 228.

novedad sobrevive a la moda”⁵³. El cosmopolitismo en tiempos nacionalismo del semanario, su “frivolidad” en tiempos de ardor político, y su preocupación por el consumo en una sociedad con un mercado de mercancías aun en ciernes, pueden leerse como “expresiones de deseo” antes que como reflejos de una realidad que efectivamente rodea al discurso.

Este “deseo”, la desconexión entre las preocupaciones del semanario y la realidad material del Buenos Aires de fines de los 1830 puede en parte atribuirse a que los sectores ilustrados porteños estaban compuestos por “lectores entre dos mundos”⁵⁴, “...hombres y mujeres cautivos de dos ambientes culturales”⁵⁵. El teórico chileno Juan Poblete lo define con mayor precisión al afirmar que aquello que “caracteriza la vida de nuestras élites en el siglo XIX” es “el acceso simultáneo a por lo menos dos temporalidades históricas diferentes (la europea y la americana)”⁵⁶. Esta experiencia histórica particular se plasma en el diagramar planes sociales y culturales que ponen a la sociedad europea “civilizada” como claro norte, pero también en el deseo por los objetos de consumo y costumbres que asocian con aquella “civilización”.

La preocupación por la moda, en este respecto, señala una conciencia incipiente de diferenciación de clase. “Todos los hispanoamericanos atrasaban, es cierto, pero algunos lo hacían mas que otros”⁵⁷. Si bien el semanario incorpora una diatriba inclusiva, hablando a “todos”⁵⁸, inclusive a “mugeres”, “tenderos”, “pulperos” y “zapateros”⁵⁹, es de estos sectores donde se desprenden sus autores, y son sus experiencias, o por lo menos sus ideas, las que allí se ven reflejadas. En ningún aspecto del periódico esto queda más plasmado que en su materialidad. La inclusión de una partitura musical como incentivo de compra fue testimonio del compromiso con el entretenimiento como método pedagógico, pero también de una concepción elitista del público lector. Del cual se esperaba no solo la capacidad de leer, sino también de leer música y la posesión de un instrumento musical en cual ejecutar la melodía.

⁵³ Victor Goldgel, Op. Cit.: 145.

⁵⁴ Alejandro Parada, Op. Cit.: 57.

⁵⁵ Ibid.: 77.

⁵⁶ Juan Poblete. “Lectura de la sociabilidad y sociabilidad de la lectura: La novela y las costumbres nacionales en el siglo XIX”. *Revista De Crítica Literaria Latinoamericana* 26, núm. 52 (enero 2000): 11-34, <http://search.proquest.com/docview/748671334?accountid=11547> (Fecha de consulta: 10 de octubre de 2016): 11.

⁵⁷ Victor Goldgel, Op.Cit.: 146.

⁵⁸ *La Moda*, N°1, 18 de noviembre de 1837: 1.

⁵⁹ *La Moda*, N°18 17 de marzo de 1838: 3.

Existían barreras aún más integrales al acceso del semanario, en la materialidad misma del impreso. Lo que Roger Chartier llama régimen tipográfico⁶⁰. Primero, el costo de compra del mismo. Para complicar más la transacción, ante la ausencia de un circuito establecido de comercialización de impresos, quién deseara leer tenía dos opciones para adquirir el periódico. Acercarse a la imprenta o a la casa de algunos de los editores e impresores para comprar un número suelto, o lo recomendado, adquirir una suscripción mensual por el aún más elevado valor de cuatro números. Segundo, el acceso a la alfabetización fue limitada durante la primera mitad del siglo XIX. Como aclara Carlos Newland, la composición cualitativa de los alumnos los ubicaba firmemente en las capas medias y altas de la sociedad⁶¹. Este hecho, combinado con lo reducido de la población porteña durante el periodo⁶², redundaba en una base de posibles lectores muy reducida.

En palabras de Pas, el lectorado era un “público deseado” una “la escenificación o ficcionalización de los remitidos de lectores”⁶³. Aunque en las páginas del semanario se negara cualquier viso de especulación comercial, guiados en su lugar por el deseo de “hacerles aceptar nuestras ideas” a los consumidores⁶⁴, eventualmente la ausencia de público termina repercutiendo en la inviabilidad de la publicación. La infructuosa búsqueda de un equilibrio comercial a lo largo de los cinco meses de existencia del impreso van dejando sus marcas en las páginas. En el número dieciocho se ensaya un cambio sustancial en la publicación, llevando la cantidad de páginas al doble, de cuatro a ocho, sin aumentar el precio de tapa. En el mismo número también se renueva el diseño tipográfico, alterando el diseño del columnado (que se mantiene en dos), y distintivamente agregando grabados que destacan visualmente.

Esta es una apuesta editorial fuerte, pues al no aumentar el precio de tapa se espera recuperar el costo de las páginas extras a través de una ampliación de la base de suscriptores. Es interesante también notar que este cambio se da en el número siguiente al cual Alberdi lamenta “predicar en desiertos”. En este contexto, la estrategia de

⁶⁰ Roger Chartier. *Cultura escrita, literatura e historia: Coacciones transgredidas y libertades restringidas* (México: FCE, 1999)

⁶¹ Carlos Newland. *Buenos Aires no es pampa: La educación elemental porteña 1820-1860* (Buenos Aires: Centro Editor Latinoamericano, 1992): 115.

⁶² Carlos Newland, Op. Cit.: p. 20. Los censos de Buenos Aires arrojan una población de 12.000 habitantes en 1750, 45.000 en 1810, y más de 92.000 en 1855.

⁶³ Pas, Hernán. *Literatura, prensa periódica y público lector en los procesos de nacionalización de la cultura en Argentina y en Chile (1828-1863)*. Tesis doctoral. Doctorado en Letras (Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata, 2010): 159.

⁶⁴ *La Moda*, N°18, 17 de marzo de 1838: 1.

renovación presta a ser leída no es una expansión sobre terreno seguro de una publicación exitosa, sino un intento desesperado para lograr la continuidad del semanario atrayendo nuevos clientes. Todo indica que no funciona, pues sólo tres números después revierten al formato original, y tres luego de eso, la publicación desaparece de las prensas porteñas.

4. Conclusión.

A partir de este recorrido es posible extraer dos conclusiones. La primera de ellas es que, al contrario de lo propuesto por la bibliografía bibliotecológica clásica y alguna de la moderna, *La Moda* no utiliza en un discurso “frívolo” como medio de ocultar una postura política furtiva sino que la misma discursividad sobre la moda y las costumbres tiene connotaciones sociopolíticas. A partir de sugerencias de vestido, peinado, decoración de interiores y etiqueta tanto en el teatro como en el hogar, Alberdi y los otros redactores están ensayando una normativización del comportamiento de sus lectoras y lectores. Existe una hipótesis velada operando por debajo de todos los textos del semanario, y esta es que el consumo de objetos y prácticas importadas de países más “avanzados” en el proceso de instauración de la “civilización” redundará en ciudadanos más “civilizados” habitando la ciudad de Buenos Aires. Particularmente de cuidado para Alberdi es la correcta difusión de la idea de una división entre los ámbitos público y privado en la sociedad, que operan con lógicas diferenciadas.

El análisis material del impreso, así como del contexto sociohistórico en el cual era editado, nos permite sacar como segunda conclusión la incongruencia entre el Buenos Aires retratado en el periódico y aquel que los historiadores presentan para fines de 1830. Mientras Figarillo habla de modas importadas francesas, de señoras paseando adornadas con su mejores vestidos y de afibrados redactores que recorren la ciudad de noche en busca de inspiración romántica, la bibliografía y las fuentes nos devuelve la imagen de una ciudad aun afianzada en la sociabilidad colonial y poco presta para la experiencias del espacio público que busca normativizar el semanario. Goldgel interpreta la distancia entre el discurso y la realidad como “deseos” de los redactores, que al mismo tiempo están informados por la experiencia de lo que Poblete llama una “el acceso simultáneo a por lo menos dos temporalidades históricas diferentes”, la de una Europa posterior a la Revolución Francesa y en medio de la segunda Revolución Industrial, y la de una América recientemente independizada. Incluso el público lector

es “deseado”, como concluye Pas ante la ausencia de suficientes compradores que no solo sostengan materialmente el semanario sino que también pongan en práctica la normativas sociales allí inculcadas.

En este respecto, resulta tentativo para futuras exploraciones pensar que, ante este estado de cosas, el discurso de *La Moda* más que la propuesta normativización de un comportamiento que nace a partir de transformaciones materiales independientes, como suponían ellos sucedía en Europa, están incentivando ese mismo comportamiento en sus pocos lectores *ex nihilo*.

Bibliografía

Arrieta, Rafael Alberto. *La ciudad y los libros. Excursión bibliográfica al pasado porteño*. Buenos Aires: Librería del Colegio, 1955.

Buonocore, Domingo. *Libros y bibliófilos durante la época de Rosas*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba, 1969.

Chartier, Roger. *Cultura escrita, literatura e historia: Coacciones transgredidas y libertades restringidas*. México: FCE, 1999.

Goldgel, Víctor. *Cuando lo nuevo conquistó américa. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*. Siglo Veintiuno: Buenos Aires, 2013.

González Bernaldo de Quirós, Pilar. “Vida privada y vínculos comunitarios: formas de sociabilidad popular en Buenos Aires, primera mitad del siglo XIX”. *Historia de la vida privada en la Argentina. Tomo 1. País antiguo. De la colonia a 1870*, eds. Fernando Devoto y Marta Madero, 143-163, Buenos Aires: Taurus, 1999.

Hallstead, Susan. *Fashion Nation: The Politics of Dress and Gender in 19th Century Argentine Journalism (1829-1880)*. Tesis doctoral. Doctora en Filosofía: Department of Hispanic Languages and Literatures, University of Pittsburgh, 2005.

Iglesia, Cristina y Zuccotti, Liliana. “El estilo democrático: último grito de la moda”. *Mora. Revista del Área Interdisciplinaria de Estudios de la Mujer*, núm. 3 (agosto 1997): 64-73.

Newland, Carlos. *Buenos Aires no es pampa: La educación elemental porteña 1820-1860*. Buenos Aires: Centro Editor Latinoamericano, 1992.

Pas, Hernán. *Literatura, prensa periódica y público lector en los procesos de nacionalización de la cultura en Argentina y en Chile (1828-1863)*. Tesis doctoral. Doctorado en Letras: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata, 2010.

Parada, Alejandro. *Cuando los lectores nos susurran. Libros, lecturas, bibliotecas, sociedad y prácticas editoriales en la Argentina*. Buenos Aires: UBA, 2007.

Poblete, Juan. “Lectura de la sociabilidad y sociabilidad de la lectura: La novela y las costumbres nacionales en el siglo XIX”. *Revista De Crítica Literaria Latinoamericana* 26, núm. 52 (2nero 2000): 11-34.

<http://search.proquest.com/docview/748671334?accountid=11547> (Fecha de consulta: 10 de octubre de 2016).

Rodríguez Pérsico, Adriana. “Juan Bautista Alberdi: nación y razón”. En *La lucha de los lenguajes*, ed. Julio Schwartzman, 279-304 , Buenos Aires: Emecé, 2003.

Turone, G. O. “‘La Moda’, un federalismo intelectual”. *Revista del Instituto Juan Manuel de Rosas de Investigaciones Históricas*, núm. 15-16 (agosto 1951).

Weinberg, Félix. “Estudio preliminar”, *El Salón Literario*, por Marcos Sastre, Juan Bautista Alberdi, Juan María Gutiérrez, Esteban Echeverría. 9-101. Buenos Aires: Librería Hachette, 1958.

Fuentes.

La Aljaba. Dedicada al bello séxo Argentino, 1830-1831.

La Moda. Gacetín de música, de poesía, de literatura, de costumbres, 1837-1838.

El Diario. La prensa argentina. Edición extraordinaria, sin fecha (encuadrado a comienzos de 1933, tentativamente del 1 de enero de ese año).

Wilde, José Antonio, *Buenos Aires desde hace setenta años atrás*. Buenos Aires: Imprenta Librería de Mayo, 1881.