

Imágenes y textos sobre moda en Buenos Aires: la construcción de la “mujer frívola” a finales del siglo XIX.

Garabana, Teresita.

Cita:

Garabana, Teresita (2017). *Imágenes y textos sobre moda en Buenos Aires: la construcción de la “mujer frívola” a finales del siglo XIX*. 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/000-019/346>

Mesa 65: publicaciones gráficas en los siglos XIX y XX: actores, públicos, lenguajes y métodos

Autora: Lic. Teresita Garabana

Pertenencia institucional: Universidad de San Andrés (UdeSA)

Título de la ponencia: **Imágenes y textos sobre moda en Buenos Aires: la construcción de la “mujer frívola” a finales del siglo XIX**

-Para publicar en actas-

Las profundas transformaciones económicas, sociales y políticas que caracterizaron al último tercio del siglo XIX en Buenos Aires se vieron acompañadas por el surgimiento de una gran cantidad de publicaciones periódicas dirigidas a un diversificado público en expansión. Muchas de estas publicaciones combinaban textos e imágenes, interpelando así a los ciudadanos porteños y extranjeros de una forma atractiva y novedosa. Algunas de estas revistas se dirigían total o parcialmente a un público femenino, al que se buscaba, al mismo tiempo, cautivar y aleccionar.

En este trabajo nos concentraremos específicamente en analizar imágenes y textos vinculados a la moda femenina en dichas publicaciones en las últimas décadas del siglo XIX. Teniendo en cuenta que la moda en esta época era particularmente eurocéntrica, siendo París su referente principal, una gran parte de las imágenes que circulaban en Buenos Aires eran producidas en Francia y posteriormente incorporadas a aquellas publicaciones porteñas que las adquirían. En muchos casos, estos “figurines iluminados” –coloreados- se importaban, pero los textos que los acompañaban, describiéndolos, eran producidos en Buenos Aires por autoras locales que los interpretaban. En tal sentido, es posible considerar que existió una resignificación de la información escrita y visual recibida, una vez esta ubicada en un contexto local.

A su vez, consideramos que estas imágenes y textos sobre moda, que en última instancia incitaban el consumo de vestimenta –coincidente con el surgimiento y consolidación de las grandes tiendas de Buenos Aires- convivían, en las mismas publicaciones, con otros discursos. Estos, precisamente, mostraban preocupación por el consumo conspicuo y el deseo de lujos de las mujeres, quienes fácilmente podían

“ser víctimas” de la frivolidad, en detrimento de valores considerados claves, como la protección de la familia y su economía.

Nos interesa analizar, entonces, por un lado, la circulación, readaptación y resignificación de las imágenes francesas en Buenos Aires; y por otro, las tensiones entre los discursos de carácter moralizante condenatorios del consumo, y los textos e imágenes sobre moda que estimulaban a las porteñas en el sentido contrario.

Imágenes y textos sobre moda en Buenos Aires: la construcción de la mujer frívola a finales del siglo XIX

En este trabajo nos proponemos analizar imágenes y textos sobre moda femenina en publicaciones que circulaban en Buenos Aires entre fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX, con el objetivo de identificar, en dichas representaciones, la construcción simbólica de estas revistas sobre la mujer de fin de siglo. Se trata de una primera aproximación cualitativa a las fuentes –publicaciones dirigidas a mujeres- sobre las que el campo historiográfico ha avanzado muy poco. Como detallaremos más adelante, en ningún caso pudimos dar con las colecciones completas y, en materia de ciertas revistas, solo contamos con algunos números. El fichaje de las publicaciones, por lo tanto, no se completó y los resultados que presentaremos en esta comunicación son parciales. Aún así, consideramos que una mirada atenta a los números disponibles permite proponer algunas preguntas sobre las intenciones de las revistas, la recepción de las modas europeas en Buenos Aires y las ideas que circulaban en torno a cómo las mujeres “eran” y cómo “debían ser”.

El último tercio del siglo XIX se caracterizó por una serie de transformaciones que, en pocos años, modificaron en todos los sentidos el paisaje de la ciudad de Buenos Aires. Al aumento de la población se sumó el crecimiento de la alfabetización, la introducción cada vez mayor de ideas y productos europeos y, especialmente desde 1880, un despegue económico sin precedentes. Esto vino acompañado de una efervescencia editorial digna de destacarse: para 1882, la Argentina se ubicaba en el tercer lugar entre los países de mayor circulación de periódicos por habitante, con un total de doscientos veinticuatro títulos de diversa

regularidad, publicados en todo el país.¹ Algunas de estas publicaciones, a medio camino entre el periódico y la revista, se dirigían total o parcialmente a mujeres.

En las revistas que analizaremos en este trabajo, encontramos tensiones entre, por un lado, las constantes referencias a la moda parisina y sus productos lujosos; y por otro, discursos que mostraban preocupación ante las consecuencias que el consumo conspicuo podría traer para las familias porteñas.

1) A modo de introducción: lectores y lectoras en Buenos Aires a fines del siglo XIX

El motor central del despegue económico que tuvo lugar en la Argentina en el último tercio del siglo XIX estuvo dado por el modelo agro exportador, que colocaba al país en el lugar de productor de materias primas, a la vez que importador de productos terminados. Si bien la ciudad de Buenos Aires no fue un receptor pasivo de artículos europeos, ya que, como veremos, existieron distintas formas de producción textil desde antes de 1880, es indudable que el carácter europeo de las telas y de las prendas era clave al momento de ofrecerlas en la ciudad, cuyo mercado interno se intensificó en estas décadas. Dicho mercado se alimentó, pues, de los paquetes de artículos importados que llegaban principalmente desde Francia e Inglaterra, a los que más adelante se sumarían los productos nacionales de las primeras fábricas textiles de Buenos Aires.²

Así como en el aspecto económico, en este período también asistimos a profundos cambios sociales. La consolidación del modelo agro-exportador había permitido el enriquecimiento de una porción de la sociedad, integrada por las primeras familias de inmigrantes propietarias de tierras en la pampa húmeda. Las oleadas inmigratorias sucesivas, por otra parte, aumentaron la población porteña hasta triplicarla para el año 1910, transformando el paisaje social de Buenos Aires. Como señaló Germani, la inmigración masiva llevó “a la virtual desaparición del tipo social nativo preexistente, a la vez que la destrucción de parte de la estructura social que le correspondía. En su lugar emergió un nuevo tipo, aún no bien definido,

¹ PRIETO, Adolfo. *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Sudamericana, Buenos Aires, 1988.

² ROCCHI, Fernando. “Consumir es un placer: la industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado”, en *Desarrollo económico*, vol. 37, N° 148 (enero-marzo 1998).

y una nueva estructura”.³ Dentro de esta “Argentina plural”, el problema de la ubicación social estaría en el centro de las preocupaciones.⁴ La alta sociedad buscaría fortalecerse, cerrarse y, de ser necesario, construir las distancias sociales. La conformación de las jerarquías implicaba, por un lado, la auto identificación de cada grupo con ciertos referentes que los distingan y, luego, de incorporación de todos ellos en un escalafón que implicaba una más elevada posición social cuanto más cerca estuviese de los ideales de belleza, prestigio y elegancia que fuesen establecidos como cánones.⁵ Así, como plantea Leandro Losada, desde fines del siglo XIX la alta sociedad porteña sufrió una profunda transformación, un giro de lo criollo hacia lo cosmopolita, y a diferencia de las élites de épocas anteriores, se caracterizó por un afán renovado de distinción y refinamiento. A ello se sumó, además, un particular interés por expresar y mostrar ese *status*, que se hizo visible en un conjunto de pautas culturales, ritos, pasatiempos y consumos por medio de los cuales se forjaban lazos de pertenencia entre sus integrantes, al tiempo que se creaban límites y fronteras de admisión.⁶

Mientras la élite refinaba su estilo de vida, los sectores que se ubicaban por debajo de ella experimentaban transformaciones también intensas.⁷ La inmigración, la proliferación de los centros urbanos, la diversificación económica, la movilidad social, el avance de la alfabetización, comenzaron a hacer surgir una clase media en la que, como señala Eduardo Miguez, tienden a fusionarse los nuevos sectores sociales en ascenso y algunos sectores marginales de la vieja élite que intentan frenar su vertiginosa caída.⁸ Dentro de este grupo nuevo, los sectores medios, predominaron los inmigrantes, que habían cruzado el Atlántico movidos por aspiraciones de mejora individual o familiar; con valores de impronta burguesa, como la respetabilidad, el ahorro y el esfuerzo.⁹

³GERMANI, Gino. *Política y sociedad en una época de transición*. Paidós, Buenos Aires, 1974.

⁴DEVOTO, Fernando y Marta Madero. *Historia de la vida privada en la Argentina. Tomo 2: La Argentina plural 1870-1930*. Taurus, Buenos Aires, 1999.

⁵Ibidem.

⁶LOSADA, Leandro. *La alta sociedad en la Buenos Aires de la Belle époque*. Siglo XXI, Buenos Aires, 2008.

⁷HORA, Roy y Leandro Losada. “Clases altas y medias en la Argentina, 1880-1930. Notas para una agenda de investigación.” En *Desarrollo Económico*, vol. 50 N° 200 (enero-marzo 2011).

⁸MIGUEZ, Eduardo. “Familias de clase media: la formación de un modelo” en DEVOTO, Fernando y Marta Madero. *Historia de la vida privada en la Argentina. Tomo 2: La Argentina plural 1870-1930*. Taurus, Buenos Aires, 1999.

⁹Íbidem.

Junto a estas transformaciones sociales, otras novedades que no podemos dejar de señalar fueron las modificaciones que tuvieron lugar en torno a la modernización de la ciudad de Buenos Aires. Para mencionar sólo dos de los avances claves de este momento histórico, el alumbrado y el sistema de transporte público –los tranvías con tracción a sangre existieron desde 1870- permitieron que algunas de las calles de la ciudad se volvieran más fácilmente transitables.¹⁰ Estos cambios urbanos crearon las condiciones para la existencia de una gran diversidad de negocios en el centro, acompañados por un creciente interés de los porteños por la vestimenta: la *Gran Guía de Buenos Aires* de 1885 da cuenta de la existencia más de quinientos negocios de ropa, diecisiete casas importadoras de “paños y casimires”, sesenta y dos casas introductoras de artículos para tiendas y mercerías, veinticinco depósitos de máquinas de coser, cerca de cien modistas y más de trescientas sastrerías.¹¹ Desde 1875, año de la fundación de la “Tienda San Juan”, este tipo de comercios no hicieron más que multiplicarse. En 1878, los hermanos Brun fundan la tienda “A la Ciudad de Londres”, negocio de gran importancia por su paso de ser una tienda de telas a devenir la primera tienda departamental de la ciudad, que llegó a contar con su propia revista de modas, *La elegancia*, a la que nos referiremos más adelante. En 1883 se fundó “Gath & Chaves” y en 1889 “A la ciudad de México”, descrita en un diario de la época como “el espléndido templo de la moda”. Sumado a ello, desde fines del siglo XIX aparecieron las primeras casas de moda que ofrecían la confección de vestidos y trajes a medida.

Para centrarnos en el asunto del que nos ocuparemos en este trabajo, diremos que a la transformación económica y social que venimos describiendo se sumó una efervescencia editorial digna de destacarse: para 1882, la Argentina se ubicaba en el tercer lugar entre los países de mayor circulación de periódicos por habitante, con un total de doscientos veinticuatro títulos de diversa regularidad, publicados en todo el país.¹² La variedad de los títulos, las temáticas tratadas, los públicos adeptos y regularidad de estas publicaciones vuelve difícil e inadecuado generalizar. Había revistas literarias y de teatro, gremiales y especializadas, destinadas a comunidades de inmigrantes, etc. Mientras algunos periódicos sostuvieron un ritmo de

¹⁰ SCOBIE, James. *Buenos Aires, del centro a los barrios, 1870-1930*, Solar/Hachette, Buenos Aires, 1977.

¹¹ KUNTZ, Hugo et. Alt. *Gran guía de la Ciudad de Buenos Aires*, Buenos Aires, 1885. Pp. 908-927.

¹² PRIETO, Adolfo. *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Sudamericana, Buenos Aires, 1988.

crecimiento constante gracias a la presencia de publicidades, otros tuvieron una existencia efímera o un ritmo muy irregular de aparición.

Algunas de estas publicaciones se dirigían total o parcialmente a mujeres. En el siguiente apartado veremos qué características específicas tuvieron estas revistas y de qué manera fueron constituyéndose como vías de comunicación sobre una serie de cuestiones consideradas femeninas, siendo la moda y la vestimenta una de sus preocupaciones centrales.

2) Publicaciones para mujeres: cautivar y aleccionar

Como anticipábamos al comienzo, las últimas décadas del siglo XIX fueron testigos del crecimiento abrupto del número de lectores porteños, proceso que puede fácilmente vincularse con el proyecto “modernizador” que tenía como uno de sus principales baluartes la alfabetización por medio de la educación básica obligatoria, pública y gratuita. El crecimiento de este público lector generó una demanda suficiente y constante que dio sentido a la existencia de las publicaciones a las que nos referiremos en este trabajo, ya que el público estaba, en parte, compuesto por mujeres.

Si bien algunas de estas revistas femeninas han sido analizadas dentro de estudios académicos en el campo de la literatura,¹³ lo cierto es que la historiografía argentina les ha dedicado escasa atención. Con la intención de comenzar a desandar ese camino, realizaremos un primer análisis cualitativo de las fuentes que se encuentran presentes.

En relación a ello, vale la pena realizar algunas aclaraciones respecto del acceso a las fuentes que utilizamos. La mayor parte de las publicaciones citadas en este trabajo se consultaron en la Sala del Tesoro de la Biblioteca Nacional Mariano Moreno, aunque en algunas ocasiones ocurre que un año de una misma publicación esté en la sala de publicaciones periódicas antiguas de la Hemeroteca. Es el caso del *Correo del domingo*, cuyos años 1875-1879 se encuentran microfilmados en la Sala del Tesoro, pero cuyo año 1867 está en la Sala de publicaciones periódicas antiguas.

¹³ Cf. Por ejemplo HALLSTEAD, Susan. *Fashion nation: the Politics of Dress and Gender in 19th Century Argentine Journalism (1829-1880)*. Tesis de Doctorado en Letras, defendida en la Universidad de Pittsburgh, 2005; VICENS, María. “Pasiones prohibidas: lectoras, consumo y periodismo en la Argentina de 1880” en *Badebec*, Vol. 4 N° 7, Buenos Aires, 2014.

Los años 1868 a 1874, están ausentes. Esta situación se reitera en varias oportunidades con diferentes revistas.

A su vez, ninguna de las colecciones consultadas para la realización de este trabajo está completa. Teniendo en cuenta la revolución editorial que caracterizó a esta época, con una diversidad temática sin precedentes, es necesario aclarar que a la variedad de temas se sumó, en muchos casos, la inestabilidad. Muchos de los periódicos funcionaban por suscripción, y no todos los proyectos editoriales conseguían perdurar en el tiempo o sostener una misma periodicidad durante toda su existencia. Por estos dos motivos –inestabilidad editorial y falta de colecciones completas en los lugares de resguardo- carecería de sentido realizar análisis cuantitativos a partir de estas fuentes.

Como es posible imaginar, no todas las revistas que se dirigían a mujeres eran iguales: María Vicens precisa que si bien *La Ondina del Plata*, *La Alborada del Plata* y *El Álbum del hogar* –tres de las principales publicaciones que analizaremos en este trabajo- se autodefinían como “revistas literarias”, apuntaban a un público similar, compartían temas e incluso en ocasiones sus colaboradores dialogaban entre sí, los perfiles de sus directores y las intenciones que manifestaban tener diferían bastante entre sí¹⁴; y estas revistas a su vez se diferenciaban de otras también dirigidas a mujeres y más orientadas específicamente a estimular el consumo, como *El Cronista: modas, paseos, teatro y literatura*, *La Elegancia* y *La Moda Hispanoamericana*. Con respecto a *La Ondina del Plata*, tuvo una existencia ininterrumpida de seis años (1875-1880) y estaba dirigida por Luis Telmo Pintos, hijo de un conocido tipógrafo porteño. *La Alborada del Plata* tuvo un origen posterior (el primer número de la segunda época data del 1 de enero de 1880) y una inclinación claramente literaria; estaba a cargo de la escritora uruguaya Lola Larrosa. *El Álbum del Hogar* tuvo también una existencia duradera para la época, aunque interrumpida (se publicó de 1878 a 1880 y de 1886 a 1887), su director era Gervasio Méndez, un poeta entrerriano que había publicado libros propios y cuyo objetivo era, mediante *El Álbum*, asegurar su subsistencia.¹⁵

Con respecto al *Correo del Domingo*, publicación que existió desde 1864 y cuya existencia probamos hasta 1880, se autodefinía como un “periódico semanal de

¹⁴ VICENS, María. P. 88.

¹⁵ *El Álbum del Hogar*, 7/7/1878.

literatura, ciencias y artes” y estaba a cargo de José María Cantilo. Si bien esta revista no se dirigía específicamente a mujeres, la incluimos en nuestro trabajo porque contaba con una columna de modas a cargo de una cronista que firmaba como “Lola”, quien describía hasta el más mínimo detalle la vestimenta que se consideraba “correcto” llevar, como también, por oposición, aquello que podría no ser adecuado.

Por último, *La Moda Hispanoamericana* y *La Elegancia* eran dos publicaciones específicamente dedicadas a la moda y dirigidas, por lo tanto, a mujeres: la primera se editaba en Sevilla y se distribuía en varios países de América Latina, con el objetivo de difundir las modas europeas de este lado del Atlántico. Esta revista marcaba la ventaja de ser publicada en España “a la misma fecha que en París”¹⁶ reafirmando que aquello que allí se encontraba sería “lo más novedoso”. Otra enorme ventaja que ofrecía esta revista –en relación a aquellas que encontramos publicadas en Buenos Aires- era la presencia no solo de descripciones detalladas y figurines, sino también de patrones e instrucciones precisas para la confección de determinadas prendas. Si bien los patrones que incluía la revista no se conservaron, sí encontramos referencias a los mismos en aquellos números que pudimos consultar. En cuando a *La Elegancia*, fue una revista de modas perteneciente a la gran tienda “A la Ciudad de Londres”, de los hermanos Brun, cuyo objetivo central era publicitar el negocio. Desafortunadamente, sólo conseguimos dar con un número de esta, correspondiente al año 1884. Sabemos, por referencias, que para 1910 la revista seguía existiendo, aunque por el momento no contamos con más datos.¹⁷

Si bien las revistas mencionadas tenían objetivos distintos, todas compartían la presencia de la moda en sus páginas, que vinculaban directamente a las mujeres con este mundo “frívolo”. De hecho, en general, se daba por sentado que la moda formaba parte central de las preocupaciones de las mujeres en este momento. *El Álbum del Hogar*, por ejemplo, presentaba su sección de “Modas” con la siguiente frase: “*acaso hay una sola de nosotras que mire con indiferencia el espejo, los perfumes, los adornos, las cintas, las joyas, y todas esas encantadoras chucherías de la moda, que muchas veces nos hacen perder el sueño?*”¹⁸

¹⁶ *La Moda Hispanoamericana*, sin fecha exacta, año 1874.

¹⁷ *La Nación, suplemento especial en ocasión del Centenario*, 1910, pp. 186,187.

¹⁸ *El Álbum del Hogar*, 7/7/1878.

Como señaló Georg Simmel, la moda se encuentra intrínsecamente ligada a las aspiraciones y a la imitación.¹⁹ En tal sentido, al deseo de imitación de clase marcada por Simmel es posible agregar la cuestión de la imitación cultural que tenía como modelos a Francia e Inglaterra, la búsqueda de adoptar estilos europeos como caracteres claves al momento de distinguirse dentro de la sociedad de cada contexto latinoamericano.

Un aspecto clave a señalar es que en todas las revistas analizadas las referencias a la moda europea son constantes. Ya desde la década de 1840, especialmente en París, se producía la mayor parte de la información sobre moda, los figurines y las crónicas que luego circulaban en otras partes del mundo. En este proceso de divulgación de la moda femenina, las publicaciones ilustradas cumplieron un rol central. Antes de la existencia de este tipo de publicaciones —es decir, durante la primera mitad del siglo XIX— los “agentes” o distribuidores de moda recorrían Europa cargando maletas con pequeñas muñecas que llevaban puestos los vestidos disponibles en miniatura.²⁰ Las primeras crónicas de moda aparecieron precisamente en Francia hacia 1797, en revistas dedicadas exclusivamente a las mujeres, tales como el *Journal des dames et des modes*.

Como podemos imaginar, estos modelos europeos no solo fueron divulgados en Buenos Aires sino también en otras ciudades de América Latina como Río de Janeiro, Bogotá y Caracas.²¹ De hecho, si algo llama la atención cuando observamos la historiografía internacional sobre este tema, es una marcada uniformidad gráfica en las revistas de moda: todas tenían como ideal a París, pero a la vez la recepción de cada una de ellas implicaba un proceso de “traducción” de aquel ideal parisino a una realidad latinoamericana que era distinta en cada caso. Cabe preguntarnos, pues, qué ocurre con los objetos europeos una vez que llegan a un ámbito cultural diferente de

¹⁹ SIMMEL, Georg. “Filosofía de la moda”, en *Cultura femenina y otros ensayos*, Bs.As, Espasa Calpe, 1938. P. 65.

²⁰ SENNETT, Richard. *El declive del hombre público*. Barcelona, Anagrama, 2011.

²¹ Cf. OTERO CLEVES, Ana María. “Jeneros de gusto y sobretodos ingleses: el impacto cultural del consumo de bienes ingleses por la clases alta bogotana del siglo XIX”, en *Historia Crítica*, N° 38, Bogotá, mayo-agosto de 2009, pp. 20-45; SURIANI DA SILVA, Ana Cláudia. “Proposta de uma metodologia para o estudo da relação entre literatura e moda no século XIX numa perspectiva transnacional a partir de revistas de moda e de fotografias” en *A Circulação Transatlântica dos Impressos - a Globalização da Cultura no Século XIX*, 2012-08-27 - 2012-08-29, Sao Paulo, Brasil.

aquel en el que fueron creados.²² Para explicar esto, algunos científicos sociales han recurrido a conceptos tales como la “traducción cultural”, la “hibridación” y la “creolización”.²³ Este último concepto que retoma Otero Cleves, ha sido empleado por los historiadores para comprender cómo los productos extranjeros son recontextualizados por la cultura receptora. Este paradigma sostiene que los significados otorgados a un objeto, una vez que ese objeto cambia de contexto, se modifica también, de acuerdo con los valores de la cultura receptora.²⁴

En el próximo apartado nos referiremos concretamente a los “mensajes” que las revistas mencionadas hacían llegar al público femenino en relación a la moda y la vestimenta. Nos concentraremos en analizar de qué maneras esos discursos eran transmitidos a través de palabras e imágenes, y qué tensiones podemos encontrar entre aquellos que persuadían a las mujeres sobre las bondades del consumo y aquellos otros que buscaban alejar a las mujeres de estas “tentaciones” alegando que atentaban contra el ideal de mujer virtuosa y guardiana de los valores familiares.

3) Sed de lujo, guerra al lujo

De la descripción que venimos realizando sobre las revistas dirigidas a mujeres, se desprende que las publicaciones contenían información sobre las modas parisinas y, como veremos, la recepción que se hacía de dicha información estaba mediatizada por los y las responsables de estas publicaciones en Buenos Aires. En términos generales, podemos afirmar que las crónicas de modas daban por sentado que las mujeres eran sujetos frívolos y que la moda formaba parte central de sus preocupaciones, asumiendo su propia banalidad sin mayores miramientos, e inclusive haciendo alarde de ella. Esto no es exclusivo de las publicaciones porteñas sino que, por el contrario, se observa en las revistas que circulaban en otros países latinoamericanos.²⁵ La sección “Correrías y modas” del *Álbum del Hogar*, por ejemplo, llevaba la firma de una tal Carmen, quien presentaba la sección diciendo:

²² OTERO CLEVES, Ana María. Op. Cit. P. 27-31.

²³ HOWES, David. “Introduction: commodities and cultural borders” en *Cross-cultural consumption: global markets, local realities*. Londres y Nueva York, Routledge, 1996.

²⁴ OTERO CLEVES, Op. Cit. P. 40.

²⁵ RODRIGUEZ LEHMANN, Op. Cit. P. 41.

Acaso hay una sola de nosotras que mire con indiferencia el espejo, los perfumes, los adornos, las cintas, las joyas, y todas esas encantadoras chucherías de la moda, que muchas veces nos hacen perder el sueño?²⁶

Más adelante, en esta misma crónica de modas, encontramos una interesante referencia a las compras en “La Ciudad de Londres”, la primera tienda departamental de Buenos Aires, presentada en forma de diálogo entre amigas:

-Anoche fui á dar unas vueltas por la calle de la Florida [...] y llegué hasta la Ciudad de Londres.
-¿Qué hay de nuevo?
-Especialidades que llegan de Europa por cada paquete. Allí podemos acudir, bien provistas [...] las que tengamos deseos de darnos un corte en los próximos bailes.
-¿Viste a alguien?
-En la tienda había algunas compradoras y un regular número de esas *bestias negras* de los dependientes que piden y rechazan y vuelven y revuelven y se agitan y charlan hasta por los codos y concluyen por tomar el portante sin comprar nada...²⁷

La descripción de esta “escena” en el interior de una gran tienda está claramente dirigida a las lectoras del periódico, mujeres de sectores medios y más altos, que consumían estas publicaciones, asistían a los bailes y compraban en las tiendas. La pregunta “viste a alguien?” da cuenta de que la tienda era un lugar donde era posible encontrarse con amigas o conocidas. La experiencia de consumo relatada remarca que, además de compradoras, había “bestias negras”. Con estas palabras, la autora se está refiriendo, evidentemente, a mujeres de menores recursos, personas que iban a la tienda pero no podían comprar. Así, la cita da cuenta de un fenómeno que era nuevo en esta época: las grandes tiendas no sólo funcionaban como negocios sino también como espacios de sociabilidad, en los cuales era posible el encuentro entre personas de sectores sociales. Al no existir la obligación de compra, cualquiera podía entrar, conocer, admirar y tocar los productos allí expuestos, aunque cuando no pudiera llevárselos.

Por su parte, la publicación *El Cronista: modas, paseos, teatro y literatura*, contenía también crónicas de modas que invitaban a las mujeres a visitar las grandes tiendas. Estas crónicas se escribían en forma de carta a una “amiga” de la autora:

²⁶ *El Album del Hogar*, 7/7/1878

²⁷ *El Album del Hogar*, 7/7/1878.

[...] lo más fácil para mí sería aconsejar al que quiera ver los vestidos que se van ha [sic] usar este invierno que fueran a la tienda *A la Ciudad de Londres*; pero para dar una idea de los que a mi juicio son de mejor gusto y que me alegraría me regalasen uno [...] Tú que eres amiga de *nouveauté*, puedes ir al *Progreso*, que encontrarás satisfechos todos tus caprichos.²⁸

Los géneros de los vestidos mencionados en la crónica son de los más costosos que en aquella época circulaban en el mercado porteño: paño, terciopelo, cachimir, como también sombreros “que tienden a agrandarse” con detalles de terciopelo y adornados con plumas de cisne. En relación a esto, parece importante marcar que en las crónicas de moda, como quizás en ningún otro lugar de la prensa, las mujeres de esta época fueron agentes activos que determinaban el destino de la moda e imponían criterios estéticos²⁹ -lo que era elegante y lo que no- aunque no necesariamente fueran conscientes de su poder.

En el número siguiente, la misma cronista vuelve a realizar una colaboración que indica dónde adquirir las materias primas necesarias para confeccionar un vestido:

MODAS [...] Me pides una idea mía para hacerte un vestido de paseo pues aquí lo tienes: has de saber que el escosés [sic] es el que está de moda; y que a ti te sienta a las mil maravillas.

El género escosés [sic] es verde oscuro; para la pollera de abajo me gustaría de paño verde oscuro, adornado con un bolado [sic] del mismo; este debe ser de media vara de ancho [ilegible] la bata se hará del género escosés [sic] con chaleco y mangas de paño verde, estas adornadas con unas botas escocesas hasta el codo y tanto la bata como las mangas llevarán botones dorados. En el caso de que así lo hagas pasa por *A la Ciudad de Londres* que allí encontrarás todo lo necesario.³⁰

Como vemos, la crónica –de la que, por cuestiones de espacio, solo citamos algunos párrafos- contiene las instrucciones básicas para hacerse un vestido de paseo, y señala que en la gran tienda encontrará todo lo necesario para hacerlo. Aquí es posible vislumbrar que, en esta época, incluso en los sectores medios y altos, las mujeres acostumbraban a confeccionar su propia vestimenta, o al menos, tenían un contacto muy cercano y cotidiano con las modistas que los hacían. De todos modos, está claro que estas crónicas excluían a las mujeres de los sectores menos pudientes.

²⁸ *El Cronista*, 1/6/1879.

²⁹ Rodríguez Lehmann, Op. Cit. Pp. 74-75.

³⁰ *El Cronista*, 8/6/1879

Así como algunas revistas hicieron uso de este tipo de crónicas para estimular el consumo entre las mujeres porteñas, otras recurrieron insistentemente a la imagen. Es el caso de *La Ondina del Plata*, que incorporó de forma sistemática figurines iluminados –coloreados- importados de Francia. Esta revista, como otras, aspiraba a gozar de un status literario y, como veremos, tenía una posición francamente crítica respecto de la vanidad y el lujo. No obstante, era la única publicación del período 1876-1878 que contaba con figurines coloreados franceses. Si bien la sección “modas”, dentro de la cual se encontraban los figurines, era presentada como una parte menor de la revista, que contenía muchas secciones, la presencia del color en los figurines como ventaja al momento de imponer un patrón visual entre las lectoras tiene que haber sido, al menos, nada despreciable.

Las imágenes, como dijimos, se importaban especialmente de París, pero las descripciones de las mismas eran locales, y estaban a cargo de mujeres que hacían la labor de columnistas de moda. Se trataba, reiteramos, de descripciones admirablemente detalladas respecto de cada una de las prendas y accesorios que las mujeres que protagonizaban tenían puesto, pero que no obstante buscaban adaptarse a la realidad porteña. Las crónicas de moda de esta publicación semanal cuyo precio de suscripción mensual era de \$10, se adaptaba, por ejemplo, a las diferencias de temperatura y estación con Europa- y aquí ya se notan algunas advertencias respecto de la necesidad de proteger la economía familiar:

El lujo en los trajes de las señoras aumenta cada día, sin embargo que es tan fácil á una mujer joven y elegante seguir la moda sin arruinar a su familia.

Al principio de la estación se pensó en dejar las sobrepolleras, pues el número incalculable de varas de género que necesitaban y los precios excesivos de las hechuras, habían acabado por asustar á las más medidas de entre nosotras; se quiso adoptar el vestido princesa que se usa mucho en Paris, pero que por ahora no se podrá usar aquí, pues esa forma se adapta a telas pesadas, y no a las livianas gazas [sic] y muselina que tenemos que usar debido a los fuertes calores...³¹

Para dar solo un ejemplo de un figurín descrito en la revista, reproduciremos el siguiente, junto con su correspondiente imagen importada:

³¹ *La Ondina del Plata*, 30/01/1876.

Traje de paseo- Vestido de cachemir azul marino con rayas de colores, falda de cola, rodeada de tablados. Delantal formando punto y recogido de un solo lado con un moño. Coraza con talle muy largo, con cordón alrededor. Sombrero redondo adornado de terciopelo azul, con el ala levantada por detrás, y encajes de hilo color crema.³²



La Ondina del Plata, 28 de mayo de 1876

En ningún caso los figurines aparecían solos en la publicación: siempre venían acompañados de la descripción o “explicación” del mismo. Pareciera que la imagen no fuera suficiente para su comprensión sino que hacía falta un texto que la

³² *La Ondina del Plata*, 28/05/1876.

descompusiera, la descifrara y ofreciera sus claves de lectura, ante el peligro de que las lectoras malinterpretaran los signos que la imagen mostraba.³³

Como señalamos hasta aquí, las crónicas de modas, con sus detalladas descripciones, sus figurines y las referencias a las tiendas estimulaban ansiedades vinculadas con el consumo de vestimenta. No obstante, el consumo conspicuo fue también objeto de críticas por parte de muchos cronistas, quienes mostraron preocupación por la economía de las familias y por el deseo de lujos que “sufrían” las mujeres. Como consecuencia, observamos en las crónicas de modas algunas estrategias y recomendaciones como la que sigue:

Parece superfluo insistir, no solamente sobre la utilidad, sino sobre la necesidad que se impone, cuando se carece de recursos abundantes, de que la muger [sic] trabaje por sí misma en sus trajes, porque la confección es cada día más dispendiosa. La muger [sic] debe esforzarse en ser su propia costurera. Toda muger [sic] que no pueda vivir en la opulencia, será una causa de ruina para su familia, sino ha aprendido á cortar y á coser por sí misma los trajes que deben servirla.³⁴

La inquietud ante los problemas que podría traer para las familias el consumo de vestimenta fue una idea recurrente; unida, en ocasiones, a estrategias para “vestir elegantemente” sin gastar demasiado. A continuación, vemos un ejemplo similar referido a los sombreros:

Un gusto que está muy de moda en moda es el de adornar los sombreros de paja con flores naturales. Las grandes rosas, ramos de lilas blancas, etc; permanecen frescas por muchas horas. Como comprenderán, queridas mías, esta moda es muy económica, pues no tendremos necesidad de tomarnos sombreros en las modisterías, nosotras mismas los confeccionaremos del modo que más nos guste.³⁵

En relación a esto, otra cuestión que se deja ver es la preocupación ante el estímulo al consumo que las tiendas generaban entre las mujeres:

-La tienda del Progreso, cuyo magnífico edificio acaba de concluirse en la calle de Victoria esquila á la de Perú, recibirá esta semana sus encargos de Europa á propósito de la nueva estación. La Ciudad de Londres se prepara también á toda prisa y la competencia es indudable, como de costumbre.

-No ha de faltar quien sostenga á las dos, porque es más probable que cierren sus puertas los establecimientos de primera necesidad, que las tiendas de lujo.

³³ RODRIGUEZ LEHMANN, Op. Cit. P. 74.

³⁴ *El Album del Hogar*, 28/7/1878.

³⁵ *El Album del Hogar*, 14/9/1879.

Es muy doloroso morirse de hambre, pero no lo es tanto cuando se tiene la esperanza de morir con vestido de terciopelo.³⁶

También encontramos fuertes críticas al consumo y al lujo en *La Ondina del Plata*, a la que ya nos hemos referido:

Voy a deciros unas palabras sobre los trajes más en moda hoy, que son los de percal. ¿Habéis visto esos trajes hechos con elegancia y buen gusto cuán preciosos son? El gusto de género que se prefiere es el de bastones o liso, a mí me agradan en extremo [sic] pues se hallan resumidos en ellos la sencillez y la economía: Dios quisiera que se adoptasen telas como esta, de poco precio, para así derrotar al más terrible enemigo de la mujer: el lujo, que tantos sacrificios cuesta a padres y esposos [...] Sí, queridas mías, ¡guerra al lujo! ¡guerra a esa mísera vanidad!³⁷

Al igual que en otras publicaciones citadas más arriba, la economía familiar formaba parte de las preocupaciones y advertencias que *La Ondina del Plata* sentía que debía transmitir a sus lectoras.

Por ostentar un costoso traje, un valioso aderezo, ¡qué privaciones tendrá que sufrir el interior del hogar! Todos los días tienen disgustos con sus maridos porque estos no pueden satisfacer sus exigencias, esa inagotable *sed de lujo*.

[...] Perdonadme si soy demasiado severa en mis apreciaciones, pero, debéis considerar que con la misma elegancia que llevais un traje de *moiré* ó *terciopelo*, podéis llevar uno de *popelina* ó cualquier otra tela de buen gusto y poco costo, teniendo la proporción de un periódico tan barato como es la Ondina, que mensualmente os obsequia con el último figurín de moda; y podéis guiaros de los *cortes* y no de las *telas* por ser estas a veces de mucho costo.³⁸

En el caso de la última cita, una vez más, se condena la “sed de lujo” de las mujeres que no pueden permitírselo, y se ofrece como alternativa confeccionar los mismos modelos presentados en los figurines, pero con telas más económicas. Lo importante, en todo caso, no era ignorar o dejar de lado las modas, sino ser capaces de *aparentar* elegancia, a pesar de no contar con los recursos suficientes para hacerlo.

³⁶ *El Album del hogar*, 01/09/1878.

³⁷ *La Ondina del Plata*, 19/03/1876.

³⁸ *La Ondina del Plata*, 02/04/1876. El subrayado nos pertenece.

Palabras finales

Para sintetizar algunas de las ideas que fuimos desarrollando en el trabajo, diremos que existe un corpus de revistas de las décadas de 1870 y 1880 que se dirigían total o parcialmente a mujeres, y sobre las que la historiografía porteña aún no ha avanzado demasiado. Las colecciones incompletas y en muchos casos en mal estado de conservación y resguardo, hacen más difícil el trabajo de los historiadores. No obstante, en este primer análisis cualitativo de algunos de los documentos disponibles, pudimos vislumbrar problemas de investigación relacionados con la moda femenina y el consumo de vestimenta por parte de las mujeres.

Las transformaciones económicas y sociales que caracterizaron a las últimas décadas del siglo XIX porteño crearon un escenario en el que la industria de la prensa gráfica pudo crecer sin precedentes. La inmigración, la alfabetización masiva y el relativamente nuevo acceso a una vida urbana, crearon las condiciones para la existencia de un público lector nuevo y heterogéneo. Si bien estudiar la naturaleza de estos consumidores es una tarea de gran complejidad, las fuentes analizadas permiten asegurar la existencia de un mercado de lectoras, a quienes se dirigían mensajes variados, complejos y en algunos casos contradictorios. De una manera general, podemos afirmar que estas publicaciones, en algunos casos ilustradas, ubicaban a su consumidora ideal entre los sectores medios y altos de la sociedad, estimulando un mundo de ansiedades respecto de las modas parisinas a las que las porteñas buscarían insistentemente imitar.

Ahora bien, si parecía claro que la moda y el consumo de vestimenta eran intereses indiscutiblemente femeninos, casi como si formaran parte de una naturaleza a la que no era posible escapar siendo mujer, también se advertía que una excesiva “sed de lujo” era no solo peligrosa para el destino económico de sus familias, sino que también alejaba a las damas de su lugar de mujeres virtuosas, más afectas a la instrucción que a las compras, más devotas de sus hogares que de las cambiantes modas.

La recepción de las modas europeas, como vimos, no era una admisión literal de todo lo francés, sino que estaba atravesada por el discurso de autoras locales.

Estos textos cumplían diferentes funciones: “explicar” el contenido de las imágenes, dirigiendo de esta manera la mirada hacia una lectura “correcta” de las mismas; brindar información sobre las últimas modas de París, incitar a las mujeres a encontrarse con amigas en las tiendas. Esos discursos que acercaban a las mujeres a la moda, sin embargo, se tensionaban con otros que remarcaban la necesidad ahorrar “siendo su propia modista” o eligiendo telas más económicas al momento de hacerse vestidos. Por un lado, entonces, se daba por sentado que la moda era una especie de “debilidad” femenina, que la mujer estaba intrínsecamente fascinada por la belleza de lo superfluo. Por otro, se advertía que el lujo y la vanidad actuaban en detrimento de aquellos “verdaderos valores” que las damas debían tener: el cultivo del intelecto, los modales correctos, el ahorro y el esfuerzo propio. En consecuencia, las mujeres porteñas tenían permitido un cierto interés por su aspecto y por las modas parisinas, siempre y cuando no olvidaran su rol central, el de protectora de la familia, célula de una patria en plena consolidación.

Bibliografía:

DEVOTO, Fernando y Marta Madero. *Historia de la vida privada en la Argentina. Tomo 2: La Argentina plural 1870-1930*. Taurus, Buenos Aires, 1999.

GERMANI, Gino. *Política y sociedad en una época de transición*. Paidós, Buenos Aires, 1974.

HALLSTEAD, Susan. *Fashion nation: the Politics of Dress and Gender in 19th Century Argentine Journalism (1829-1880)*. Tesis de Doctorado en Letras, defendida en la Universidad de Pittsburgh, 2005; VICENS, María. “Pasiones prohibidas: lectoras, consumo y periodismo en la Argentina de 1880” en *Badebec*, Vol. 4 N° 7, Buenos Aires, 2014.

HOWES, David. “Introduction: commodities and cultural borders” en *Cross-cultural consumption: global markets, local realities*. Londres y Nueva York, Routledge, 1996.

HORA, Roy y Leandro Losada. “Clases altas y medias en la Argentina, 1880-1930. Notas para una agenda de investigación.” En *Desarrollo Económico*, vol. 50 N° 200 (enero-marzo 2011).

KUNTZ, Hugo et. Alt. *Gran guía de la Ciudad de Buenos Aires*, Buenos Aires, 1885. Pp. 908-927.

LOSADA, Leandro. *La alta sociedad en la Buenos Aires de la Belle époque*. Siglo XXI, Buenos Aires, 2008.

MIGUEZ, Eduardo. “Familias de clase media: la formación de un modelo” en DEVOTO, Fernando y Marta Madero. *Historia de la vida privada en la Argentina. Tomo 2: La Argentina plural 1870-1930*. Taurus, Buenos Aires, 1999.

PRIETO, Adolfo. *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Sudamericana, Buenos Aires, 1988.

ROCCHI, Fernando. “Consumir es un placer: la industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado”, en *Desarrollo económico*, vol. 37, N° 148 (enero-marzo 1998).

SCOBIE, James. *Buenos Aires, del centro a los barrios, 1870-1930*, Solar/Hachette, Buenos Aires, 1977.

SURIANI DA SILVA, Ana Cláudia. “Proposta de uma metodologia para o estudo da relação entre literatura e moda no século XIX numa perspectiva transnacional a partir de revistas de moda e de fotografias” en *A Circulação Transatlântica dos Impressos - a Globalização da Cultura no Século XIX*, 2012-08-27 - 2012-08-29, Sao Paulo, Brasil.