



BIEN VESTIDOS
UNA HISTORIA VISUAL DE LA MODA
EN BUENOS AIRES (1870-1914)

María Isabel Baldassarre

Ampersand

Bien vestidos
Una historia visual de la moda en Buenos
Aires 1870-1914

ESTUDIOS DE MODA
Colección dirigida por Marcelo Marino

Bien vestidos
Una historia visual de la moda
en Buenos Aires 1870-1914

María Isabel Baldasarre

Índice de contenido

Portadilla

Legales

Introducción

1. Una geografía del consumo de moda
2. Prácticas del hacer, prácticas del vestir
3. Moda y cultura visual
4. Modelar y disciplinar el cuerpo
5. La tiránica y caprichosa moda
6. Moda y cultura de la celebridad

Conclusiones

Baldasarre, María Isabel

Bien vestidos : una historia visual de la moda en Buenos Aires 1870-1914 /

María Isabel Baldasarre. - 1a ed - Ciudad Autónoma de Buenos Aires :
Ampersand, 2021.

Libro digital, EPUB - (Estudios de moda ; 6)

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-987-4161-70-3

1. Moda. 2. Estudios Culturales. 3. Historia de la Ciudad Autónoma de
Buenos Aires. I. Título.

CDD 646.3

Colección Estudios de Moda

Primera edición, Ampersand, 2021.

Derechos exclusivos de la edición en castellano reservados para todo el mundo.

Cavia 2985, 1º piso

C1425CFF - Ciudad Autónoma de Buenos Aires

www.edicionesampersand.com

© 2021 María Isabel Baldasarre

© 2021 de la presente edición en español, Esperluette SRL, para su sello
editorial Ampersand

Edición al cuidado de Diego Erlan

Corrección de estilo: María Nochteff

Diseño de colección: Studio Omar Sosa

Maquetación: Silvana Ferraro

Procesamiento de imágenes: Guadalupe de Zavalía

Imagen de tapa: Equipo de fotógrafos de Caras y Caretas, "En la Pelouse.

Grupos de asistentes al Gran Premio Nacional", octubre de 1909, Buenos Aires,
Archivo General de la Nación.

Versión 1.0

Digitalización: Proyecto451

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del
copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o
parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la

reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante el alquiler o el préstamo públicos.

ISBN edición digital (ePub): 978-987-4161-70-3

Para ellas,
Vera, Azucena, Lisa, Ema, Eloísa y Amelia
todo este convulsionado presente,
todo el futuro, siempre promisorio.

AGRADECIMIENTOS

La elaboración y el proceso de escritura de este libro no hubieran sido posibles sin todas las personas que me acompañaron y las instituciones que lo alojaron de las más diversas maneras. En primer lugar, gracias a Marcelo Marino, editor de Estudios de Moda y queridísimo amigo, por proponerme encarar este desafío y ayudarme a dar forma a estos pensamientos sobre un tema que, así como muchos otros intereses compartidos, nos apasiona desde que nos conocimos. A Ana Mosqueda y Diego Erlan, de editorial Ampersand, el agradecimiento por el respeto y el cuidado para con mis ideas y mi trabajo. A Lucila Mazzacaro gracias por la asistencia de investigación, tan eficiente como amorosa, y por sentir que este proyecto también era tuyo. A Ariel Wilkis y a los compañeros de IDAES gracias por permitirme escamotear algo del tiempo de la gestión colectiva para dedicarme a pensar y producir sobre moda.

El desarrollo de investigación fue posible gracias a dos instituciones públicas de la Argentina, el CONICET, sede de mi carrera como investigadora científica y sostén fundamental desde los inicios de mi trayectoria profesional y la Universidad Nacional de San Martín, ámbito donde además de desempeñarme como docente y discutir muchas de las ideas que aquí se vierten, me otorgó siempre una gran libertad y las condiciones de posibilidad para llevar adelante mis iniciativas. La estadía en el Getty Research Institute, entre enero y marzo de 2017, me aportó también el tiempo, los recursos y un entorno óptimo por fuera de la

rutina cotidiana para consultar bibliografía y fuentes y para plasmar la primera versión de este proyecto. Gracias a Joan Weinstein, de Getty Foundation, por esa invaluable oportunidad. Gracias también al Clark Art Institute y a su equipo por la ocasión de utilizar su maravillosa biblioteca en abril de 2019.

A mis amigas historiadoras del arte, soporte imprescindible para ordenar mis ideas y transitar mis afectos. Sin las *Pibas*: Silvia Dolinko, Marita García, Mariana Marchesi, Isabel Plante, Teresa Riccardi, Agus Rodríguez Romero, Viviana Usubiaga y Verónica Tell, todo sería mucho más aburrido. A les colegas que compartieron conmigo muchos de sus saberes y abrieron generosamente sus archivos y colecciones: Martín Albornoz, Marie Bardet, María Claudia Bonadio, María Lucia Bueno, César Gotta, Larisa Mantovani, Luis Priamo, Claudia Román, Cristiana Schettini y Sandra Szir. Gracias a Lili Alscher y Gabriela Contardo del Museo Nacional de la Historia del Traje y a su directora, Vicky Salías, a Gustavo Tudisco y Patricio López Méndez del Museo Fernández Blanco y a Fanny Espinoza del Museo Histórico Nacional de Chile. A Laura Malosetti Costa, gracias, como siempre, por transmitirme el amor y el fervor por tantas cosas, entre otras, este fundante siglo XIX.

A mi familia que me desafía siempre a desarmar mis prejuicios e ir más allá de mis presupuestos, gracias Lucas, no solo por apoyar sino por potenciar todos mis proyectos, a Azucena y Vera, sin su obsesión por los *outfits* o su vestirse solo por necesidad, ninguna de estas ideas hubiera encontrado su rumbo. Gracias a mis hermanas Celina y

Mercedes por acompañarme de mil maneras, así como por el traslado permanente de bienes simbólicos y materiales.

Por último, gracias a mi papá, Cacho, que nunca salía de su casa sin combinar el color de su camisa con el de sus medias.

INTRODUCCIÓN

¿Qué sabemos hoy sobre los modos de vestir en Buenos Aires entre fines del siglo XIX y comienzos del XX? Con frecuencia se repiten las mismas afirmaciones: que la elite porteña vestía a la más estricta moda, que sus mujeres eran famosas por su belleza y elegancia y que los sectores conspicuos encargaban guardarropas enteros a famosos diseñadores o a sastres en los viajes anuales a Europa. Sin embargo, es escaso lo que efectivamente conocemos sobre los productos y las prendas que circularon en la ciudad, sobre sus modistos, sastres y costureras o sobre los precios pagados por sus trajes y vestidos. Tenemos una idea difusa de qué mercaderías fueron realizadas y adquiridas en Europa, y en qué medida fueron replicadas por profesionales o autodidactas locales. Tampoco han sido observados los hombres y mujeres que funcionaron como modélicos a la hora de instalar determinadas tendencias ni las estrategias y prácticas puestas en juego por los sectores de menores recursos para emular estos consumos. Una geografía del comercio de ropa en Buenos Aires resta todavía como un estudio pendiente.

Este libro busca dar respuesta a varios de estos interrogantes. Se centra en la indumentaria, entendida esta en un sentido amplio, y en sus vínculos con la cultura visual, los consumos y las prácticas culturales llevados adelante por diversos sectores sociales de Buenos Aires en el período de la llamada *belle époque*, es decir entre 1870 y 1914. Si bien por cuestiones de practicidad muchas veces usaré la palabra moda a la hora de hablar de gustos y experiencias

asociadas con el vestir, este texto no es una mera historia de la moda en Buenos Aires. Se ocupa de lo que llamaré una *cultura del vestir*, entendida como un complejo entramado de discursos, imágenes, prendas, maneras de lucirlas, de producirlas, de adquirirlas, de nombrarlas, es decir se refiere a todo un universo de objetos y representaciones alrededor de una práctica tan primaria y cotidiana como es cubrirse el cuerpo con ropa.

En la pujante y moderna urbe que era Buenos Aires, distintos estratos sociales adhirieron en sus formas de habitar y transitar la ciudad, en sus residencias privadas, en sus maneras de comer, de pasear, de disfrutar del tiempo libre, de acercarse al arte y a las imágenes y en sus modos de vestir a pautas de consumo signadas por modelos europeos. ¿Por qué estudiar la moda en Buenos Aires durante este período? Estas décadas fueron un momento de gran concentración económica que acompañó el desarrollo urbano de la ciudad que en 1880 sería nombrada capital. Buenos Aires, que en 1870 tenía 207.600 habitantes, llegó a multiplicar casi por nueve esa cantidad para 1920, año en que se registraban 1.779.500 pobladores (Ferrerres, 2010: 239-240). (1) Entre 1890 y 1920 el producto bruto interno per cápita de la Argentina fue el más alto de la región, comparable al de “países desarrollados” como Francia o Alemania. Todo consolidó un gran mercado consumidor, en el que la ropa, importada de Europa, encontró un ámbito ideal para su expansión y consumo. Estas características harían de la capital argentina un centro de referencia de moda a nivel regional, y un sitio de peregrinación y emulación en décadas posteriores, por su asimilación exitosa de la cultura europea.

La hipótesis principal que recorre este libro entiende la moda, o mejor dicho la adhesión de los y las porteñas a los parámetros de la moda europea, como parte de un proceso dual de normalización y modernización. Vestirse a la moda permitía civilizar individuos, regular sus comportamientos, marcar y exhibir la diferenciación sexual de los cuerpos (Garb, 1998: 11). La construcción y el mantenimiento de la diferencia sexual a través de la indumentaria fue central para un siglo en el que el sexo, experimentado como una cualidad natural del ser humano, operaba para asegurar la reproducción del orden social y disciplinar a aquellos que desafiaban las normas de género (Nye, 1993: 6). El interés por la moda y la pasión por su consumo también fue un rasgo asociado de modo intrínseco con el género femenino.

Pensar la moda en el contexto de aquella rígida y desigual separación entre hombres y mujeres que dominó el siglo XIX, aquel estricto “imperativo heterosexual” fijado por normas culturales e internalizado por los individuos (Butler, 2017: 16; 2018: 19), es también preguntarse por sus lugares de resistencia y sus escamoteos. Todo proceso exitoso de difusión de hábitos y comportamientos no es simplemente impuesto “desde arriba”, desde el lugar de los poderosos o de quienes consiguen un rédito económico o simbólico en dicha implantación. Tiene que existir un componente de gratificación y reconocimiento colectivo en las prácticas que están en su base. Si no tenemos en cuenta la cuota de placer que se experimentaba al comprar una prenda atractiva exhibida en un escaparate céntrico, al usar o replicar un determinado vestido reproducido en el figurín de la última revista llegada de Europa o lucido por una diva en un teatro porteño, o al resolver de modo individual o colectivo los intrínquilis de una confección que quitaba el

sueño, nos quedaremos fuera de gran parte de esta historia. Usar un traje nuevo era una posibilidad de estar al día, de sentirse parte de aquel vendaval de tendencias que mutaban continuamente bajo el calificativo de modernas.

Al respecto, un elemento central en el relato que cuenta este libro es la mirada. Mirar, y el goce intrínseco en este acto, fueron primordiales en las ansias de consumo y uso del vestido. Entiendo el mirar en su doble dimensión, tal como la postula Laura Mulvey (2009:16-17): el placer escópico proyectado sobre el otro (ya sea una persona o un objeto) que es ansiado en cuanto objeto erótico, así como el placer implícito en ser mirado; la posibilidad narcisista del sujeto que busca su imagen ideal a través de su proyección en el espejo. Mirar fue fundamental en la performance social que se ponía en acto al vestirse. Esta performance era representada tanto para sí como para los otros, los pares y los considerados superiores e inferiores en la escala social. Ser visto permitía ser calificado y clasificado, y connotar ideas de respetabilidad, higiene, civilidad y clase social que iban mucho más allá de la mera frivolidad asociada con los frecuentes cambios de vestuario. También el ver fue fundamental para la prolífica cultura visual que se desarrolló en el período. La vista era, en general, el primer sentido que se activaba en relación con la ropa antes de poder efectivamente tocar y sentir una tela de algodón, una seda, una piel o la presión de las ballenas de un corsé sobre el cuerpo.

En Europa fue este el momento en el que se estableció el sistema de la alta costura basado en la fama de ciertos realizadores. Tal como sostiene Nancy Troy, este sistema estaba fundado precisamente en un doble eje de exclusividad y repetición; si por un lado los modistos célebres como

Charles F. Worth producían ítems únicos y extremadamente caros que apuntaban a ser consumidos por la elite, por otra parte, también ponían en circulación, a través de una distribución comercial ampliada, prendas a precios reducidos (Troy, 2004: 21). La propagación de la prensa ilustrada permitió que los modelos creados por los famosos *couturiers* europeos fueran rápidamente conocidos del otro lado del océano (Coleman, 1989: 42-43), tanto en dibujos de trajes terminados como en moldes, en papel y tela, que permitían reproducir fielmente las prendas.

También hacia esos años, el desarrollo de la industrialización modificó el comercio y la circulación de prendas de vestir y de ropa interior. Estas comenzaron a ser ofrecidas por las tiendas departamentales de forma masiva y a menores costos. La estandarización de las medidas permitió la venta de ropas más económicas, listas para usar. Negocios y revistas ilustradas apuntaban a un rango amplio de clases sociales (Breward, 1995: 166). Los relatos sobre moda en la prensa, que se hacían eco de las vestimentas teatrales y de las usadas por los sectores conspicuos en sus ritos sociales, eran medios para la difusión de las últimas tendencias que alcanzaban hasta a las asalariadas y amas de casa. La máquina de coser, inventada a comienzos de la década de 1850, estaba ya instalada para 1865. Hacia el cambio del siglo, se había consolidado como un aparato esencial para todo hogar urbano, en paralelo a la proliferación de patrones, moldes y consejos sobre costura en las revistas femeninas y de moda.

Por otra parte, las fotografías -y su circulación potenciada a través de los grabados- constituyeron un recurso ineludible para esta difusión. La práctica extendida de hacerse tomar y regalar *cartes de visite* es un testimonio

central para reconstruir los hábitos y las prendas utilizadas no solo por los miembros de las clases conspicuas, sino también por los sectores medios a la hora de posar para el fotógrafo.

Poner el foco en estos casi cincuenta años no implica afirmar que en los lustros previos los porteños no estuvieron al tanto de las modas europeas o que no adhirieran a ellas con celeridad y sofisticación. Varios estudios revelan lo contrario. (2) Sin embargo, su dimensión es incomparable a la masividad que el fenómeno adquirió en el período aquí contemplado. En este lapso, la cultura impresa porteña también asistió a su propio proceso de modernización y crecimiento. Esta inédita proliferación de revistas, manuales de costura y figurines, en alianza con dispositivos como las tiendas departamentales y las máquinas de coser, permitieron una rápida y vasta difusión de las cambiantes tendencias de la indumentaria.

Si en las ciudades de Europa la oferta y el acceso a los productos mediante la publicidad, registrados a mediados de la centuria, instalaron la idea de un “sueño democrático” que se diferenciaba de la anterior sociedad aristocrática, más restrictiva (Loeb, 1994: 5), en capitales como Buenos Aires este proceso tuvo rasgos propios. Sus capas medias y medias bajas se estaban constituyendo al ritmo del crecimiento metropolitano. Ambas dinámicas se produjeron en simultáneo, es decir, la ampliación del consumo no venía a resquebrajar una exclusión previa de aquello disponible solo “para unos pocos”. Por el contrario, la experiencia de ser un habitante de ciudad, ya fuese nacido en ella o un inmigrante recién llegado, quedaba indefectiblemente asociada a la posibilidad de gozar de algunos de estos productos de vestimenta ofrecidos por la publicidad

moderna. La retórica de lo nuevo, la variedad, lo importado (de París, de Londres o de Lyon) fueron elementos centrales a la hora de estimular el consumo de indumentaria dentro de lo que consideraré una *visualidad gráfica global* extendida desde mediados del siglo XIX en casi todas las urbes del hemisferio occidental.

Me interesa además problematizar la vestimenta en un momento de alta codificación y normalización de sus estilos y usos. Es decir, analizar cuándo cualquier desvío de las normas (en cuestiones de escotes, de largos, de prendas interiores y exteriores, de maneras de llevar o combinar las ropas) era observado y evaluado en términos de transgresión, aunque como se verá ciertos actores hicieron un uso productivo de dichas licencias. Me propongo pensar entonces cómo funcionó este estricto artefacto de reproducción de comportamientos y civilidad que era la moda en una ciudad lejana de los centros pero que aspiraba a ser una parte integrante de esta modernidad global.

Vestir con decoro funcionaba como un fuerte dispositivo de control y orden social. Así lo demuestran, por ejemplo, las fotografías que aparecían en la prensa de los festejos en que los “niños ricos”, ataviados con toda la suntuosidad que les proveían sus familias acomodadas, “fraternizaban” en el día de los “niños pobres”, uniformados con delantales, boinas y el pelo cortado al ras, normalizados tras su paso por las instituciones de beneficencia. De la misma manera, los grupos aborígenes que eran traídos a la capital en su camino a las exposiciones universales eran “adecentados” con ropas occidentales para ser retratados y exhibidos a la vista pública. Como vimos, vestir podía conllevar placer y una cierta liberalidad a la hora de ejercer los juicios del gusto, pero también podía ser un modo en que la violencia

simbólica por cubrir y homologar los cuerpos se volvía efectiva.

Hasta la estilización y simplificación de la silueta femenina -que se produjo a comienzos del siglo XX- la vestimenta de las mujeres estaba compuesta por una cantidad importante de sofisticadas prendas con usos y destinos específicos. Corsé, cubrecorsé, enaguas, calzones, *chemises*, crinolinas, polisones, miriñaques representaban un enorme arsenal de ítems, esenciales para construir la silueta femenina que se modificaba al ritmo de la moda. Los sectores de altos recursos solían cambiar sus ropas en sintonía con los ritos sociales, a veces hasta seis veces durante una jornada. De esa manera, existía un estricto código sobre qué prendas usar en cada ocasión del día, siendo algunas reservadas para la intimidad del hogar. Los modos de vestir cambiaron de forma irreversible a partir de la Primera Guerra Mundial y sobre todo a causa de los nuevos roles sociales y de la inscripción en el espacio público que entonces tuvieron las mujeres.

Pese a todo, desconocemos las particularidades de todo este devenir, descripto para Europa y asimilado sin ser problematizado para el ámbito local. Hasta el momento, no se ha realizado ningún trabajo que -sobre la base de fuentes primarias y relevamiento empírico- examine en profundidad los hábitos, las prácticas y la visualidad implicada en la circulación de la moda en Buenos Aires durante el período señalado. El propósito de este libro es contribuir -desde la historia social, la historia del arte, la *fashion theory* y los estudios visuales y de género- a mapear las culturas del vestir en Buenos Aires, a conocer los hábitos, pero también, los sueños vestimentarios de sus

habitantes y las representaciones que se hicieron de ellos entre el último cuarto del siglo XIX y el primero del XX.

Para llevar adelante estos objetivos mi repertorio será amplio: publicaciones periódicas, avisos, viñetas humorísticas, catálogos de tiendas, ítems de indumentaria, manuales de costura y economía doméstica, figurines, fotografías, memorias, guías comerciales, documentos oficiales, entre otros. Me propongo poner en diálogo distintos tipos de fuentes materiales, visuales y textuales que encarnan o tematizan la moda, para dar cuenta de varios fenómenos. Por un lado, indagar en las *prácticas del vestir*, es decir en las maneras concretas en que los y las porteños hicieron propios los parámetros marcados por las modas importadas y locales. ¿De qué modos los sectores populares se apropiaron de los patrones de moda? ¿Cómo fueron reproducidos estos en ámbitos domésticos? La circulación de figurines y moldes de prendas, la obligatoriedad de toda muchacha formada de contar con conocimientos de costura y el acceso a máquinas de coser, en oferta en la ciudad desde mediados del siglo XIX, son algunos elementos que nos orientarán en dar respuesta a estas cuestiones. Por otra parte, analizaré la pregnancia de personajes que se distinguieron como referentes de la moda y la cultura. Problematizar su lugar como introductores de “modernidades” en el vestir porteño permitirá observar en qué medida sus apariencias fueron difundidas e imitadas. Así, el trabajo fluctuará entre el análisis de lo que se ha llamado moda de la vida cotidiana (Buckley y Clark, 2017), es decir las ropas usadas por hombres y mujeres anónimos que poblaban o transitaban por Buenos Aires, y las de aquellas individualidades o grupos que sobresalieron justamente por su excepcionalidad, ya que una definición

cosmopolita de la moda descansa, en gran medida, en la cultura de la celebridad y en su publicidad (Breward, 2004). Todo apunta a poder captar y recrear la diversidad del vestir, tanto en personajes ignotos, hombres y mujeres, nativos o inmigrantes, que pasaron o residieron en Buenos Aires, como en celebridades que fueron icónicas durante las décadas señaladas.

La dimensión metropolitana es central para el fenómeno que aquí me propongo abordar. Fue la expansión de Buenos Aires como urbe moderna, y las posibilidades comerciales que se desplegaron a partir del sostenido ingreso de personas y productos por su puerto, lo que hizo posible el arribo de insumos (telas, máquinas, prendas importadas) y de profesionales responsables de la confección y difusión de la moda del momento. Además, los distintos sitios de Buenos Aires, sus calles, parques, cafés, teatros, tiendas, colegios, hospitales, clubs e instituciones constituyen no un telón de fondo, sino el anclaje físico y concreto de este libro. Conocer los hábitos de vestimenta de sus pobladores y transeúntes, los sitios donde la ropa era fabricada, ofrecida a la venta y lucida nos lleva también a entender mejor porqué Buenos Aires fue concebida, observada y vivida como una ciudad en plena modernización.

Las décadas consideradas constituyen un momento de gran internacionalización de la moda, principalmente francesa e inglesa en casi todas las urbes del hemisferio occidental. Lo mismo podemos decir de la cultura gráfica, replicada en las distintas metrópolis y capitales a partir de los modelos propuestos por los países centrales. A esto se suma una generalización de la apariencia burguesa, a partir de la accesibilidad de la ropa ya confeccionada que contribuyó a diluir los rasgos ostensibles de la diferencia de

clases. ¿Cómo distinguir a un recién llegado de un miembro de la tradicional elite criolla si no era a partir de sus ropas? ¿Cómo diferenciar ahora a un argentino de un francés o de un paraguayo? El antiguo patriciado sintió como una afrenta todo este proceso. Así Lucio V. Mansilla se quejaba en sus *Causeries* de que precisamente ya no era posible reconocer la procedencia de un hombre a partir de su vestimenta:

Antes, cuando no había vapores, telégrafos, gas, electricidad [...] los tipos humanos, caracterizados por el traje eran más marcados. [...] Actualmente el mismo cuello, el mismo calzado, el mismo pantalón, el mismo saco, jaquet, levita o frac salen de las tiendas de Londres, de París, de Berlín, de Madrid, de Roma, de Viena, de San Petersburgo y para distinguir la nacionalidad de los que los llevan es necesario fijarse en su tipo, o sea en los rasgos característicos de la fisonomía [...] En América, el fenómeno estaba regido por las mismas leyes; y actualmente todo el mundo se viste poco más o menos del mismo modo, tanto que algunos – hablaremos de nuestra propia tierra para que nos entendamos mejor– de los que van a París, suelen volver de allí vestidos con menos gracia o peor de lo que se vestían acá (Mansilla, 1890: V, 48-49).

El proceso de distinción sin embargo permaneció, aunque tuvo que alojarse en lugares más sutiles: en las maneras de llevar las prendas, en las posturas corporales, en la estrechez de la cintura y la pequeñez de los pies, en la suavidad de las manos, en lo sofisticado del peinado y de sus adornos, en la joyería, en la blancura de las camisas y la rigidez de los cuellos, en la capacidad de introducir un prototipo recién creado y, por supuesto, en las diferentes calidades de las telas y en su confección.

No obstante, los habitantes de Buenos Aires se resistían a ser parte de este mecanismo de homogeneización. Hacia el final del proceso que aquí abordamos, un cronista seguía sosteniendo los usos situados y particulares de la ropa entre las mujeres contemporáneas:

Por más que los figurines y las modas procedan de París [...] y sirvan de modelo y patrón a nuestras mujeres, siempre resulta una diferencia característica e indeleble entre la parisién y la porteña, en la porteña y la provinciana, hasta el punto de que un mediano observador adivinará, por el aire, por el continente y el aspecto exterior, la residencia y nacionalidad de la mujer engalanada con los atavíos de la moda (Alfeñique: “La indumentaria femenina”, *PBT*, a. 4, n° 145, 24.08.1907, p. 107).

A la luz de todo este panorama, que se irá desplegando en los seis capítulos de este libro, subyace una tensión nodal: ¿las representaciones y los usos de la moda que ocurrieron en Buenos Aires tuvieron rasgos específicos y distintivos respecto del proceso registrado paralelamente en Europa o en otros centros occidentales? Los principales especialistas en el tema, como Valerie Steele (1998) o Philippe Perrot (1996), sostienen que la gran eficacia del sistema de la moda en el siglo XIX fue su capacidad para extenderse y unificar la apariencia de gran parte de los habitantes del globo. En ese sentido, las fuentes nos ratifican cómo Buenos Aires bregó por ser un paradigma eficiente de implantación de las modas y modos europeos.



1. Sastrería La Moda de Augusto Schwarz, *Almanaque Peuser para el año 1899*, a. XII, Buenos Aires, Peuser, 1898, XXXIV.

Veamos, por ejemplo, la publicidad de la sastrería La Moda, de Augusto Scharwz, incluida en el *Almanaque Peuser* del último año del siglo XIX (fig. 1). La ilustración muestra dos grupos masculinos unidos en su centro por una máquina de vapor que proveía el “nuevo sistema para vestir trajes a la minuta a precios módicos”. De un lado, hombres “reales” se agolpan para sumergirse en la máquina, dispuestos a pagar lo necesario. Llevan barrigas prominentes, muchos lucen el bombín o la gorra característica del hábito diario e incluso se atisba en la escalera un personaje con la indumentaria distintiva del gaucho argentino: botas, bombachas, rastra, facón y pañuelo al cuello. Por la izquierda de la imagen, emergen elegantes y estilizados figurines de revistas de moda o publicidad que lucen moderna ropa de etiqueta, en su mayor parte con galeras y bastones. Sobre ellos, dos obreros con la boina y ropa de

trabajo alimentan esta increíble máquina de transformación, capaz de civilizar a los hombres del común. Es difícil encontrar una síntesis más acertada del proceso de modernización y uniformidad y de la retórica tecnológica asociados con el consumo de moda.

Saliendo ya del ámbito de la publicidad, otras representaciones parecen avanzar también en el mismo sentido, en relación con la expansión de los modos hegemónicos del vestir occidental. Observemos la serie de fotografías de peones del campo que el fotógrafo aficionado y terrateniente Francisco Ayerza realizó, hacia mediados de 1890, para ilustrar una edición de lujo del *Martín Fierro* que nunca vio la luz. Los estudios sobre el tema (Tell, 2017: 263-265) (3) ya han demostrado el carácter guionado de las escenas y han identificado que estas fueron tomadas en la estancia de su amigo, también aficionado a la fotografía, Leonardo Pereyra. Más que detenerme, como hicieron las lecturas contemporáneas, en las vestimentas típicas de los habitantes de la pampa, plantearé cómo la imagen del supuesto idilio entre la china y el gaucho (fig. 2) ponía en evidencia cuánto de los patrones vestimentarios europeos había penetrado o, mejor dicho, era parte de los modos de vestir rurales. La ceñida cintura de la muchacha, lograda gracias al uso del corsé y las enaguas que aumentan el volumen de la falda, permitía entrever que, si bien sus ropas “de domingo” no reflejaban los más recientes estilos en boga, había hecho propios los patrones de modelación corporal importados de Europa. El énfasis en la cintura, aquel lugar por excelencia de la seducción femenina (Summers, 2001; Steele, 2001) se propagaba, gracias a dispositivos y prendas de vestimenta, entre las clases populares de la Argentina. La china de la foto participaba de

un ideal de belleza extendido, con pretensiones universales, en el que los artefactos para dar forma al cuerpo femenino al ritmo de los cambios de la silueta eran un componente primordial.



2. Francisco Ayerza, *Gaucha y china*, ca. 1895, Archivo Witcomb, Archivo General de la Nación, inv. 770. (4)

En suma, les propongo adentrarnos en un laberinto de espejos o de sombras chinescas, de aquellas que reproducen a los seres no de forma exacta y fiel, sino que, conservando gran parte de sus características distintivas, siempre agregan algo deformado, propio. No creo que sea posible identificar y caracterizar una moda como específicamente argentina o porteña, pero muchas veces en las páginas que siguen van a resonar las maneras particulares, individuales y colectivas de apropiación de las ropas y usos foráneos. Los invito a observar ese proceso tan inédito y exitoso de circulación e implantación de la moda europea, particularmente de la francesa e inglesa, en clave local, durante las décadas en que surge y se consolida, de forma vertiginosa, una gran metrópolis, a la vez periférica y

moderna. Es decir, no podemos comprender cabalmente la historia social, cultural ni visual de Buenos Aires sin atender al análisis de la indumentaria y a sus representaciones contemporáneas, así como tampoco se terminan de aprehender los sentidos de aquella máquina cultural compleja y eficiente que cimentó la difusión de la moda occidental hasta entrado el siglo XX si no tenemos en cuenta casos como el porteño.

1- En 1870 el total de habitantes de la Argentina era de 1.886.897 y el 28,8 % de ellos vivían en ciudades. La población de la ciudad de Buenos Aires concentraba el 38 % de los habitantes de ciudades y casi el 11 % de los habitantes totales del país. La población total en 1920 era de 8.972.453 personas y un 54.5 % era urbana. La población de la Capital Federal representaba el 36 % de los habitantes urbanos y casi el 20 % de los habitantes totales del país.

2- Véanse al respecto Root, 2014; Munilla Lacasa y Marino (2016: 76-92).

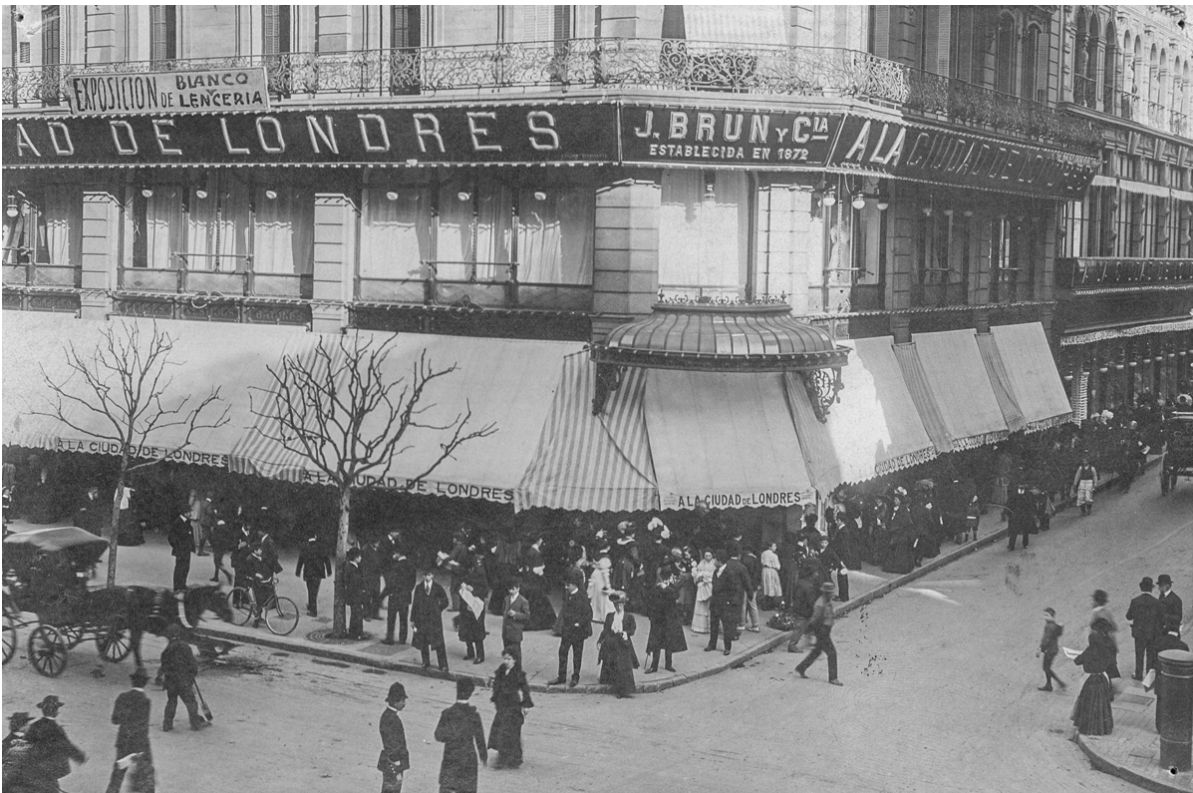
3- La autora a la vez retoma en su argumentación un trabajo fundacional de Luis Priamo, publicado en 1993.

4- Todas las fotografías del Archivo General de la Nación, Argentina, forman parte de su Departamento de Documentos Fotográficos.

1. UNA GEOGRAFÍA DEL CONSUMO DE MODA

Durante las décadas que aborda este libro la ciudad de Buenos Aires sufrió una permanente transformación que impactó en la ubicación, el crecimiento y la especialización de sus negocios de ropa. El mapa de su red comercial en 1870 es muy diferente de aquel configurado para la primera década del siglo XX. Sin embargo, un par de constantes se mantienen a lo largo de este lapso. En primer lugar, el entorno sur de la Plaza de Mayo, el barrio de Montserrat, fue la zona donde se ubicaron la mayor parte de los negocios y de los realizadores que se consagraron a la producción y venta de indumentaria sobre medida o ya confeccionada. El área era aledaña a la franja portuaria por donde se introducían textiles y productos importados, en primer lugar, el puerto de La Boca (Riachuelo) y luego el puerto de la ribera del Plata (el futuro y fallido Puerto Madero).

A principios de la década de 1870 se instaló en esa zona un tipo de comercios que serían modélicos en cuanto a una forma metropolitana y moderna de acceder y comprar prendas de vestimenta, así como de sociabilizar y pasar el tiempo libre: las tiendas departamentales. Estas no hicieron más que multiplicarse y profesionalizar sus mecanismos de promoción y venta (fig. 1.1).



1.1. Equipo de fotógrafos de *Caras y Caretas*, *Tienda A la Ciudad de Londres*, 1910, Archivo General de la Nación, inv. 12778.

Si comparamos cualquier guía comercial de 1870 con alguna de fin de la primera década del 1900, veremos que no solo se multiplicaron los negocios, los sastres y las modistas, sino que las estrategias publicitarias y de comunicación con la clientela se volvieron cada vez más sofisticadas. Por ejemplo, en 1873 la guía comercial de Buenos Aires registraba 126 casas de sastrería, mientras que los censos y anuarios estadísticos nos informan que estas eran 466 en 1887, 711 en 1895 y en 1.007 en 1908 (*Anuario Estadístico de la Ciudad de Buenos Aires*, 1896 y 1908). Asimismo, era notable el aumento de trabajadoras y trabajadores manuales dedicados a la industria de la confección y, particularmente impactante, el incremento en el rubro de las bordadoras, las modistas y los sombrereros.

(1) Por supuesto, la población total de la ciudad se cuadruplicó entre 1870 y 1900, pero los números de trabajadores manuales dedicados a la industria de la moda no siguieron la proporción del crecimiento poblacional sino que la superaron con creces, lo que nos habla de consumos que comenzaron a ser satisfechos localmente y por hacedores más competentes, o sea que se volvieron más sofisticados. Del mismo modo, estas décadas asistieron al decrecimiento de los establecimientos corrientes de introducción de prendas de vestimenta, como las roperías, que alternaron entre 35 y 50 desde 1870 a 1880, para llegar a 125 en 1895 y a partir de allí disminuir a 105 en 1900 y a 66 en 1908.

No obstante, y como sucede con todo proceso histórico que en general no es lineal ni unidireccional, la instalación de las tiendas por departamentos no implicó la desaparición de realizadores independientes y cuentapropistas. Al contrario, todo contribuyó a la ampliación del consumo de moda y a la configuración de circuitos que no serían excluyentes sino complementarios.

La ocularidad, como ya se ha señalado, una práctica central para el sistema de la moda, se hizo extensiva a la compra y venta de indumentaria. El mirar como el primer paso para la valoración y adquisición de una prenda era una práctica ya conocida y estimulada por los modestos comerciantes de comienzos del período aquí analizado. Por ejemplo, un aviso de Adolfo L. Arriola que ofertaba en 1873 camisas, delantales y vestidos, aludía precisamente a la capacidad visual para ver y sentirse atraído por lo nuevo: “Para el porvenir de la patria / Nadie fue ciego lo bastante! / Ciegos no hubo / y por eso corre un rumor en todas partes, /