

mora

*Revista del Área
Interdisciplinaria de
Estudios de la Mujer*

Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires

Nº 3 / Agosto 1997

- *Religión y subjetividad*
- *Poéticas de la violencia*
- *Cultura / Políticas de identidad*
- *Género y medios masivos*
- *Entrevistas, reseñas*

Literatura / Arte / Historia / Crítica Cultural / Filosofía / Antropología / Educación

*Este número está
ilustrado con obras
de **Matilde Marín**
(Bs. As., 1995-1997)*



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Filosofía y Letras

Decano

Luis Yanes

Vicedecano

José Emilio Burucúa

Secretario Académico

Ricardo Graziano

Secretario de

Investigación y Posgrado

Félix Schuster

Secretario de Supervisión

Administrativa

Marcelo Scodellaro

Consejo Editor

Luis Yanes

Noé Jitrik

Ana María Lorandi

Mabel Goldstein

Fernando Rodríguez

Adrián Vila

Berta Braslavsky

Francisco Bertelloni

Marta Bóbbola

Prosecretaria de Publicaciones

Gladys Palau

Coordinador de Publicaciones

Mauro Dobruskin

Director de Imprenta

Antonio D'Etto

Diseño y diagramación

Andrea Gergich

Composición

Graciela Palmas

Mora, *Revista del Área Interdisciplinaria de Estudios de la Mujer*, se publica semestralmente.

Comité Editorial

Ana María Amado

María Luisa Femenías

Mirta Zaida Lobato

Susana Zanetti

Liliana Zuccotti

Comité Asesor

Celia Amorós Puente

(Universidad Complutense de Madrid)

Ana María Barrenechea

(Universidad de Buenos Aires)

Susana Bianchi

(Universidad del Centro de la Provincia de Buenos Aires)

José Emilio Burucúa

(Universidad de Buenos Aires)

Paola Di Cori

(Universitá de Urbino)

Graciela Hierro

(Universidad Nacional Autónoma de México)

Francine Masiello

(Universidad de California en Berkeley)

Reyna Pastor

(Consejo Nacional de Investigaciones Científicas, España)

Alba Romano

(Monash University)

Silvia Rozenberg

(The Israel Museum)

María Isabel Santa Cruz

(Universidad de Buenos Aires)

Beatriz Sarlo

(Universidad de Buenos Aires)

Ofelia Schutte

(University of Florida)

sumario

<i>Religión, radicalismo y fantasía,</i> por Barbara Taylor	4
<i>Presencia con una Diferencia: la subjetividad según budistas y feministas,</i> por Anne C. Klein	16
<i>Algunos aportes al debate sobre la racionalidad femenina,</i> por Alicia Nudler	35
<i>Tráfico de género: mujeres, cultura y política de identidad en esta era neoliberal,</i> por Francine Masiello	42
<i>El estilo democrático: último grito de la moda,</i> por Cristina Iglesia, Liliana Zucotti	64
<i>La poética caníbal de Clarice Lispector: del sauce Rober a la sangre bruta,</i> por Ana Luisa Andrade	74
<i>Género (M/F) y massmediación: nuevos objetos discursivos,</i> por July E. Chaneton	89
<i>Desde la otra orilla: las trabajadoras marplatenses. Formas y condiciones del trabajo femenino en una sociedad en transformación,</i> por Irene Delfina Molinari	95
<i>La problemática de la mujer en Europa del Este y Central post-Perestroika. El caso Ucrania.</i> Entrevista a Svetlana V. Kupryashkina	113
<i>Ilusas, místicas e intelectuales.</i> Entrevista a Jean Franco	124
<i>Reseñas</i>	132

El estilo democrático: último grito de la moda*

Cristina Iglesia / Liliana Zuccotti **

En 1837, luego del cierre del Salón Literario, comienza a editarse en Buenos Aires el periódico **La Moda*** que, entre noviembre del 37 y hasta abril del 38, alcanzó las veintitrés entregas. Sus redactores - Juan Bautista Alberdi, sobre todo, pero también Juan María Gutiérrez, Jacinto y Demetrio Peña, Vicente López, Carlos Tejedor- ampliaban, así, el círculo del Salón Literario, cuyas producciones sólo eran leídas, escuchadas y debatidas en el ámbito semipúblico de la librería de Marcos Sastre.

A través de este nuevo medio se proponían actuar en la esfera pública, ofreciendo un material que incidiera sobre la dinámica social y la rutina de lectura del reducido público de la "buena sociedad porteña".

El periódico aparecía los sábados y -si tenemos en cuenta el espectro de materiales que ofrecía (desde partituras musicales hasta traducciones filosóficas, desde cielitos hasta comentarios bibliográficos) y el tono zumbón que caracterizó sobre todo a sus primeros números- se puede inferir un público integrado por hombres y

mujeres jóvenes y cultos con capacidad de participación en el juego irónico de sus páginas.

Sin duda, presiona sobre esta nueva propuesta periodística la experiencia de Alberdi con la recepción de su **Fragmento preli-**

minar al estudio del derecho, publicado el mismo año -1837. Este texto sintetiza una idea que compartieron muchos de los integrantes del Salón Literario: la búsqueda, en la filosofía, de un diagnóstico que permitiera elaborar un programa cuyo núcleo pudiera resumirse en la necesidad de combinar o ajustar adecuadamente "las leyes generales del espíritu humano" con las "individuales de nuestra condición nacional". Sin esta adecuación tanto el proceso de emancipación iniciado por los revolucionarios de mayo como la instalación de un modelo republicano liberal, permanecerían inconclusos. Sin embargo, el tono doctrinario y el vocabulario de este texto y de su disertación en el Salón Literario (bajo el título *Doble armonía entre el objeto de esta institución con una exigencia de nuestro desarrollo social y de esta exigencia con otra general del espíritu humano*) provoca reacciones críticas no sólo entre los miembros de la generación anterior como Florencio Varela sino también entre algunos jóvenes como Florencio Balcarce. Lo que importa subrayar es que el

* Todas las citas corresponden a la **La Moda**, Buenos Aires, Imprenta de la Independencia, 1838, reproducción facsimilar de la Academia

Argentina de la Historia, Ed. Kraft, prólogo y notas de José A. Oria. Los subrayados son nuestros.

** Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires - Proyecto UBACYT.

carácter "ininteligible" que los críticos coetáneos le atribuyen al discurso de Alberdi podría estar en el origen de la elección de un proyecto tan opuesto como **La Moda**.

La relativa estabilidad política de estos años hacía pensar a Alberdi en la culminación de un diseño de Estado como una república liberal y democrática. Desde su perspectiva la emancipación política, librada durante las guerras de la independencia, no había sido acompañada por un movimiento cultural también emancipador. Esta asimetría obstaculizaba, cuando no hacía retroceder, el movimiento progresivo de independencia nacional. Las costumbres coloniales -y su signo monárquico- permanecían aún inalterables y su prestigio se prolongaba bajo el tercer gobierno de Rosas. Era esta cotidiana resistencia de la población al cambio, la ausencia de un movimiento ilustrado que guiara las acciones guerreras de militares y caudillos, la desconfianza ante el pensamiento político francés o los modelos de constitución norteamericana lo que impedía la concreción de una nación democrática -aun cuando se tratara de una democracia restringida donde el alcance del sufragio fuera limitado y la concepción de pueblo sufriera las torsiones de una representatividad que no admitía para la *masa* el carácter de ciudadanos.

La Moda. Gacetín de música, literatura y costumbres proponía un paseo por todas las ramas del arte, la moda y otras actividades sociales que era necesario reformar divirtiéndose en una ciudad donde la prensa se ocupaba diariamente de novedades comerciales y políticas.

Romper con la costumbre a través de la moda, es decir, instalar lo novedoso; poner en circulación la moda (francesa, no española), todavía no difundida socialmente: se trata de enunciados que insinúan el proceso de cambio, aunque el cambio se verifique en una parte ínfima, en el atuendo de damas o caballeros. En ellos se sintetiza la gama de intereses y preocupaciones que, de modo provisorio, podríamos definir -también- como objetivo del semanario.

El prospecto del periódico propone *noticias* continuas sobre el estado y movimiento de la moda en vestimenta y peinados; las costumbres, por su lado, se convertirán en el objeto de *indicaciones críticas* sobre prácticas sociales en uso, como el baile, la mesa, las visitas, los espectáculos, la concurrencia a los templos; finalmente, estas indicaciones se refuerzan con la propuesta de *nociones simples y sanas* de urbanidad democrática. En el artículo *Baile*, por ejemplo, se lee: *...desde la democracia [nuestros bailes] parecen haber caminado en el sentido de ella; hoy casi todos nuestros bailes son colectivos, democráticos, pudiéramos decirlo, porque, como la ley, son desempeñados por una mayoría de la asamblea (LM, N° 18, 7).*

En los artículos del semanario porteño 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. Así, en el caso de la literatura el poema "Por si algun periodista

quisiere aprovecharlos”, desgranará consejos articulados con la negatividad de la ironía: *Sean primeramente,/ Que el público ilustrado/ No gusta escritos chicos/ Sino escritazos largos./ Se encuadernan en folio, /Con cerrojo y candado,/ Pasadores de bronce/ Pues medio asegurado* (LM, Nº 12, 2).

La propuesta tiende a reemplazar la costumbre para instalar en su lugar nuevos hábitos que, a su vez, deberán convertirse en costumbre. La estrategia de La Moda consiste en presentar el ataque a la persistencia de la tradición como si se tratara de una corrección benefactora y amena.

La “cultura” se ofrece como una mercancía más que aumenta su valor en función de las leyes de adquisición y uso del mercado: la cultura *cubre* de prestigio y gracia la educación de una persona joven, es de *inteligencia fácil*, puede ser *breve*, implica una pequeña inversión con un rédito considerable a corto plazo, es *práctica* porque puede se puede aplicar en diversas situaciones de la vida. Los productos culturales ofrecidos se instalan en un catálogo que reúne objetos heterogéneos: trajes, géneros, peinados, muebles, calzados. Y aún más, el periódico sugiere un modo sencillo de circulación de la cultura como mercancía, esto es, señala a “la conversación general” como el canal más adecuado y eficaz para que el intercambio se produzca.¹ 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.

El combate por la interpretación

La lucha interpretativa es una actividad permanente de los escritores del período y se expresa claramente en **La Moda**. Si el arte se percibe como fondo y forma interactuando, la sociedad se per-

cibe a través de una exterioridad que ofrece señales desviadas de su organización.

Vivimos en un siglo todo de señales, en que las cosas no tienen de lo que son, sino lo que parecen. Pero si la sustancia es impenetrable, las señales son problemáticas. Una señal que para unos expresa tal cosa, para otros dice todo lo contrario: *Las señales son tanto hoy en día, que ellas lo son todo y fuera de ellas no hay nada* (LM, Nº 15, 2).

Por lo tanto la **interpretación** es un campo de lucha en el que los redactores vuelcan su escritura militante: *¿Qué es un doctor? Un hombre con bonete. El bonete es una especie de cráneo mágico que infunde la ciencia y el talento en un instante* los objetos ya significados en Europa deben ser resignificados negativamente, como en este ejemplo, o positivamente como cuando se sugiere que el peinado sencillo para las damas, un peinado que simplemente separe los cabellos por el medio y los una suavemente en un rodete sobre el cuello, es bueno porque su falta de ostentación es claramente republicana.² La tarea del crítico es compleja porque, a través del ejemplo, se debe simultáneamente imponer nuevas formas que impliquen otra manera de instalarse en la sociedad o de constituirla y hacer leer en las viejas formas una significación errónea. Este trabajo de zapa que entie-

¹ La “conversación general” también es objeto de una fuerte normativa. Por ejemplo en el artículo “La conversación”, Nº 17, p. 2: *No sea la conversación como una carrera a*

cuyo término hay afán en llegar. No sea un tironeo sobre un determinado punto de una plaza fortificada...

² Es notable la movilidad de los atributos políticos de la moda en peinados.

Aunque la sobriedad de la aristocracia no puede traspasarse fácilmente a la burguesía democrática, no está de más que la sencillez cambie de signo.

rra, desentierra, pone en circulación y saca de circulación debe también volver a leerlo todo. Por eso debe ocuparse de la tertulia, el paseo, los peinados, los fracs, los vestidos, las reglas de urbanidad y hasta del cotorreo de un loro. Todos los elementos que integran esta serie abigarrada se constituyen en objetos significantes que deben ser reencauzados, reformados para producir la transformación social. Resulta lógico que el enemigo no sea ni el estado rosista ni su política, sino la costumbre que obstaculiza la reforma social, el progreso patriótico.

Y precisamente porque el problema central de los redactores no es la moda sino la costumbre es que, por momentos, el discurso reformador se vuelve errático ya que elige aplicarse fundamentalmente a un objeto, la moda, cuyo rasgo más contundente es la arbitrariedad. *La arbitrariedad con que una vez ordena lo que es útil; otra, lo incomprendible; otra, lo estético o prácticamente inocuo, revela su perfecta indiferencia* [de la moda] *hacia las normas prácticas, racionales de la vida*, señala George Simmel.³ Así, aunque los postulados de los reformadores se autolegitiman en tanto emanan de la autoridad de la moda y por lo tanto no se discuten, algunas veces, al presentar las novedades europeas, se ven entrampados por la arbitrariedad de lo que se usa o se deja de usar. Ante el problema, la solución es simple, se atribuye el defecto a la irracionalidad de las

mujeres. Por ejemplo en el número quinto del periódico, en la sección “Modas de señoras”, los redactores se defienden y, antes de describir las preferencias de la temporada francesa para los géneros lisos por sobre los floreados, listados y cruzados, antes de comentar los colores predominantes y el largo de los vestidos, anotan: *No de ahora tres años, sino de agosto de este año en París. Si ellas no son nuevas, la culpa no es nuestra sino de las francesas que no las alteran* (LM, Nº 5, 3).

En la misma sección del número tres, subtitulada “Peinados”, la búsqueda de una definición de la moda (*útil y bella*) intenta una base argumental que opere como directiva general y que unifique, clara-

mente la moda de los peinados femeninos con una propuesta de organización de la sociedad:

*El faro, digámoslo así, sobre el cual, deben clavar sus ojos, para escapar del caos de antitesis que nos envuelve, la legislación, la moralidad, la educación, la ciencia, el arte, lo mismo que la moda es la **democracia**. Partiendo de este grande hecho americano y propenso a volverse humanitario, M. Toqueville ha conseguido dar cuenta fiel de todos los fenómenos sociales que presentan los Estados Unidos de Norte América; por que, en efecto, todo parte allí de la igualdad y propende a la igualdad de las clases. La democracia resalta allí tanto en los vestidos y en las maneras como en la constitución*

³ George Simmel, *Filosofía de la moda en Cultura femenina y otros*

ensayos, Buenos Aires, Espasa Calpe (Austral 38), 1944, pag. 126.

política de los Estados. Colocados en idéntica ruta, nosotros debemos observar las propias leyes. De modo que una moda, como una costumbre, como una institución cualquiera, será para nosotros tanto más bella, cuanto mas democrática sea en su esencia, es decir, cuanto más sobria, más simple, más modesta fuere, cuanto menos se habrá armado de una pompa insultante a la honrada medianía del común de los ciudadanos (LM, Nº 3, 3).

¿Moda democrática o democracia como moda? La referencia a Tocqueville no es caprichosa. **La democracia en América** propone a los redactores un problema de difícil solución. Para Tocqueville las costumbres igualitarias del pueblo norteamericano promovieron un sistema legal y una constitución política democrática. Pero si esa es la clave política de la democracia en los Estados Unidos, los países de América del Sur se encuentran en un callejón sin salida. Las formas de sociabilidad rioplatenses no son igualitarias porque remiten a la vieja jerarquía aristocrática del virreynato. **La democracia en América** parte de las tradiciones igualitarias de los colonizadores para explicar sus instituciones democráticas, un movimiento imposible para los redactores de **La Moda**. Se sabe a quién atribuir las causas del atraso pero no se sabe cómo impulsar al pueblo a una práctica de transformación social.

La Moda ensaya una respuesta. El periódico, en vez de constituirse en un campo de confrontación política, intenta codificar, transformar el sentido de las señales y

define su tarea como una acción pragmática de incidencia sobre los intereses públicos. Un debate visible es el que se instala acerca de cuál es el código más eficaz para producir cambios: si el código escrito de la ley o el código no escrito de las costumbres. Tanto Alberdi como Echeverría han escrito “códigos”; el **Dogma Socialista** y **Las Bases** fueron intentos de partir de un código escrito y de imponer la reforma con la fuerza de la ley. En **La Moda** se intenta transformar el código no escrito, poniendo en funcionamiento una manera de infiltrar poco a poco novedades en las costumbres. En el “Album Alfabético”, una sección del periódico se lee: *en las costumbres de un pueblo es donde verdaderamente reside su constitución política (...) Ocuparse pues de esas ideas y de esas costumbres, investigar la más adecuada y emprender su propaganda, es hacer más por la constitución de ese pueblo, que lo que pudieran hacer todos los congresos del mundo a este respecto (LM, Nº 20, 8).*

Este es un buen ejemplo del tipo particular de **ejercicio de opinión sobre la opinión** que propone **La Moda** y del papel que los redactores se asignan frente a los problemas públicos: si la verdadera constitución política de un pueblo reside en sus costumbres y quienes tienen por objeto modificarlas son los redactores de **La Moda**, el espacio de señales inocuas del gaceta se desliza hacia otro escenario, el del foro constituyente y la sátira costumbrista y la propaganda de la moda europea se presentan finalmente como un asunto de Estado.

La Moda: un reformatorio femenino

Los redactores subrayan permanentemente la “novedad” de los temas, puntos de vista e ideas que abordan en **La moda**. Sin embargo, si hay novedad, ésta queda restringida a la irrupción de este tipo de periódicos en la ciudad de Buenos Aires. **La moda** puede inscribirse en el cruce entre la tradición iluminista (y publicaciones como las inglesas **The Tatle**, **The Spectator**) y la estética romántica, aunque los americanos renieguen del romanticismo alemán, porque leen en él una traducción de concepciones conservadoras y monárquicas. **En la intersección entre dos tradiciones, el movimiento de ilustrar dogmáticamente a lectores distantes se cruza con el gesto romántico inclusivo de incorporar a la reflexión todos los aspectos de la vida social.**

Desde la posición del romanticismo ilustrado⁴ los redactores se proponen reformar las costumbres a través de un periódico. Esta intención coloca a las mujeres en el centro de la discusión por cuestiones distintas pero complementarias. Las mujeres son parte del público lector al que el semanario se dirige, lectoras sobre todo de novelas, pero lectoras al fin, a las que hay que cautivar y seducir y también criticar para reformar. Las mujeres, para esta mirada, son depositarias y reproductoras del espíritu colonial y monárquico; pero son también sujetos clave en la constitución de

una cultura republicana. Son engranaje en la maquinaria de conservación, reproducción y transformación de las costumbres sociales y por lo tanto la llave maestra que podrá detener o impulsar el cambio en el orden social. Doblemente responsables, a las mujeres corresponde la actuación principal por la vigencia en el presente de un orden anacrónico, como así también la responsabilidad de su transformación.

Reciben así un tratamiento contradictorio, ya que por un lado

sus coqueterías, sus conversaciones, sus diversiones son objeto de sátira y ridículo; pero también a ellas se dirige buena parte de los artículos donde se las alecciona para modificar su sociabilidad, su educación, sus elecciones matrimoniales, su prescindencia de las tareas patrióticas.

Los artículos multiplican imágenes contradictorias que sitúan a la mujer de diversas maneras: esclava sin conciencia de sí misma, blanda cera sobre la que hay que imprimir un sello, objeto de compra-venta entre padres y marido, ángel tutelar, cotorra, coqueta, niño regalón.

El periódico, sin embargo, no ofrece la unanimidad de un modelo alternativo ni tampoco una imagen recortada del lugar social que las mujeres deberían ocupar. Sí es unánime, en cambio, la incomodidad frente a ese mundo inquietante de sensaciones superfluas, sonrisas y palabras dulces que ellas representan y que ellos deben compartir. La molestia satura artículos de costumbres que reproducen una y otra vez la imagen de jóvenes “serios”, martirizados por la frivolidad del “bello sexo” en los espacios de encuentro: paseos, bailes, tertulias. Mientras las jóvenes juegan, ríen, susurran y bailan ruidosamente entre ellas o junto a otros varones muy parecidos (egoístas, displicentes, frívolos), los jóvenes “serios”, imagen espejular de los propios redactores, desesperan porque no tienen *de qué hablar con una niña más que de amor*.

⁴ Cfr. Paul Benichou, **La coronación del escritor 1750-1830. Ensayo**

sobre el advenimiento de un poder espiritual laico en la

Francia moderna, México, Fondo de Cultura Económica, 1981.

Modelos femeninos, espejos masculinos

La ausencia de unanimidad de modelos no es obstáculo, sin embargo, para el desarrollo de una fuerte zona doctrinaria. Por el contrario, la falta de unanimidad incentiva a los distintos redactores a buscar la precisión y la destreza necesarias para deslindar roles, aconsejar y ordenar a las mujeres lo que éstas deben hacer y ser.

El gesto de mayor complicidad con las lectoras es, en todo caso, el de considerarlas recuperables y el de no tomar su inferioridad intelectual como un hecho irreversible. Carlos Tejedor tiene un momento de duda en su artículo “La mujer” sobre la posible reacción de las lectoras frente a su artículo. Pero no duda en cambio cuando afirma la naturaleza cultural de la superioridad de los hombres y la obligada belleza de **todas** sus lectoras: *Quizás las observaciones que nos hemos propuesto hacer, desagradarán a nuestras hermosas lectoras; mas el amor, el respeto que las profesamos, puede más en nosotros. Es un error el creer que el hombre sea necesariamente superior a la mujer: el talento, el gusto, la delicadeza, son los atributos esenciales de este ser encantador. Las ventajas que el hombre tiene sobre ella, son hijas de la educación. Desconocida su naturaleza se la cría más para el agrado, que para el consuelo de la humanidad* (LM, Nº 19, 7).

Sobre este punto no hay disenso entre los redactores del periódico: las mujeres pueden alterar su inferioridad a través del estudio y la lectura de textos *apropiados* y

bien seleccionados. Por otra parte, no hay unanimidad, aunque tampoco debate, en cuanto a quiénes deben educarlas, con qué objeto y cuáles son los límites de esa educación. Respuestas distintas conviven sin tomar nota unas de otras. En algunos artículos resulta suficiente que elijan a un joven virtuoso y patriota por marido. Por ejemplo, Jacinto Peña prescribe al bello sexo: *No cierre sus oídos al saber; destiérrese de las visitas y tertulias esa manía de no admitirse otras conversaciones que chistes insulsos, murmuraciones y modas; abandone esa pernicioso preferencia del físico sobre la moral; aquel vuela, éste queda hasta la tumba; no siga las apariencias dejando la realidad. Deje de considerar amigo importuno al que le hable con seriedad, y prefiera lo al **ser anfibio** que a su lado manejando un abanico tan bien como ella, conversa sobre la última moda de París (...)*

Abandonadlos si quereis ser algo: estableced un cordón sanitario contra esta peste de la sociedad que forma su más elocuente caricatura (LM, Nº 9, 1).

Direccionar la elección de los futuros maridos e imponer un modelo de pretendiente apropiado son dos modos de acercarse a un modelo de mujer válido. Sin embargo el tono prescriptivo, la ausencia de todo tipo de argumentación y la diversidad de cuestiones que están en juego muestran la abrumadora suma de problemas que se conjugan alrededor de esta sección “mujeres”. O más bien alrededor de sus destinatarias que deberían a la vez abandonar la *manía* de la irracionalidad -que las hace rechazar el saber-, mientras, sin embargo, deben saber reconocer al hombre sabio, franquearle el acceso y -simultáneamente- expulsar a los “anfibios de abanico” que atentan contra la institución matrimonial y social.

andar equilibrado, como de volatín, ese hablar exánime, imitación de mujer hipocondríaca, ese vestir más cuidado y más prolijo que el de una coqueta de mal tono? (LM, Nº 15, 1 y 2).

La pregunta del corresponsal es contestada hacia el final de la carta: *La flor, la nata, el lujo de la juventud argentina, es la juventud industriosa, patriota, guerrera. Es la parte del pueblo que forma su heroísmo, su fuerza, su gloria. Los templos públicos resplandecen con las banderas arrancadas a los enemigos de la patria, no por brazos elegantes, sino por brazos fuertes.*

La imagen masculina se devela también entonces por momentos como una imagen inestable, que hay que capturar, codificar y cuidar. El riesgo latente al que se alude es al de quedar atrapado en la sociabilidad femenina, consumido por pasiones amorosas o por intereses puramente familiares o económicos, transformados en burgueses insulsos y aburridos, esclavos de una mujer.

Francine Masiello vincula esta inestabilidad de las representaciones a los momentos de transición y crisis de los estados: *cuando el estado se encuentra en transición, de una forma de gobierno a otra, o de un período de tradicionalismo a un programa más modernizador, encontramos una alteración de la representación del género. Una configuración diferente*

*de lo masculino y lo femenino emerge, modificada de acuerdo con el período histórico o la naturaleza de la crisis nacional.*⁶

La discusión sobre el tipo de educación que deben recibir los jóvenes no se hace con los jóvenes mismos sino con sus padres. La argumentación la presenta Vicente López en los ensayos "Importancia del trabajo intelectual". En ellos lo que se cuestiona es la tradición hispánica que desestima el trabajo intelectual como trabajo: *¿A quién no condolerá el ver a un padre lleno de medios para ilustrar la razón de sus hijos, y proporcionarles después una carrera cualquiera, verlo apurándose hasta a sacarlos de la escuela para que empiecen, como ellos dicen, a trabajar: es decir, a trabajar como peones, o los antiguos ilotas de Lacedemonia? ¿Y es este el modo de educar comerciantes o capitalistas a quienes su riqueza llamará a unos puestos en los que sin duda necesitarán de otra cosa? (LM, Nº 20, 2).*

La urbanidad en un joven, la excesiva atención a su apariencia, la intensa dedicación a la lectura o a la escritura se revelan también en conflicto con el medio social en que surge el periódico. Los redactores en general y Alberdi más precisamente juegan irónicamente con la imagen pública que de ellos se tiene: *bombres noveleros, sensibilidad de mujer*, pero tratan de

Si bien **La moda** se escribe desde un punto de vista inamovible, el masculino, las instrucciones y consejos a las mujeres puede verse también, quizás involuntariamente, en la representación de las figuras masculinas.⁵

El periódico no dirige ninguna instrucción a los jóvenes pero una carta como la de José Barros, escrita bajo pseudónimo y dirigida al editor de **La Moda** cuestiona el modelo masculino propuesto. En ella "Uno del Pueblo" se queja: *¿Es verdad, Sr. Editor, que para ser una persona urbana, sea indispensable el gastar esos estilos extremados, esos gestos y contorsiones de femenil pulcritud, esas cortesías tiernas y sentimentales, ese*

⁵ Las mujeres no escriben en **La Moda**. Ni siquiera se publican cartas de lectoras reales o inventadas donde se expresen "opiniones" o "discusiones" de mujeres como sí aparecen en una

gran cantidad de periódicos de las décadas anteriores. El lugar de la argumentación femenina es un lugar no sólo vacante, sino también vaciado.

⁶ Francine Masiello, **Between**

Civilization and Barbarism. Women, Nation and Literature Culture in Modern Argentina, Lincoln-London, University of Nebraska Press, 1992.

lograr la legitimidad de la figura del joven serio, virtuoso, intelectual, no como imagen exclusiva o excluyente, sino como una posibilidad más entre las figuras del guerrero, el industrial y el comerciante. La finura, la elegancia, el trabajo intelectual se presentan así como una cuestión de estado en tiempos de paz; no se trata sólo de educar hombres fuertes y valerosos, dispuestos a morir por su patria, sino de educar hombres inteligentes, sensibles, virtuosos, capaces de regir los destinos de una nueva nación, de discutir sus códigos, sus constituciones, sus leyes, sus proyectos de transformación política y económica.

La diversidad conciliadora que se les propone a los jóvenes, al constituir el trabajo intelectual como complemento afín de otras actividades económicas contrasta con la homogeneidad que se pretende

lograr por parte de las mujeres. José Barros en *Ventajas de las feas* (LM, Nº 20) acude a una imaginería del terror para inducir a las “bellas” a la lectura y la educación. Si la ilustración no está reñida con la industria en el caso de los jóvenes, parecería que sí está reñida con la belleza en el caso de las muchachas. La ventaja de las feas es que estudian, leen, se cultivan y no apuestan todo a una belleza frágil y fugaz. La historia hipotética de una muchacha bella, pero engreída e ignorante, cuyo rostro es destruido en pocas semanas por la enfermedad de la viruela, y es abandonada por sus antiguos pretendientes se propone como aliciente para la educación y la lectura. Las feas, siéndolo desde siempre, están preparadas ante la contingencia de un accidente o del envejecimiento y tienen aún un arma de seducción para cautivar a un marido.

La ilustración se les propone a las mujeres no como un fin en sí mismo, ni como la posibilidad de un nuevo destino, sino como el camino adecuado para que las solteras logren un buen matrimonio y las casadas sean buenas esposas y madres.

La búsqueda de homogeneidad se expresa muy claramente en la frase fastidiada de Alberdi/ Figarillo: *...yo no estoy con San Simón, en que la mujer necesite emanciparse. Demasiado emancipada está, y ojalá no lo estuviera tanto. No solamente se escapa de nuestras manos, sino que llega muchas veces a perderse de vista* (LM, Nº 18, 3).

La frase coloca las cosas en su sitio. El periódico no intenta modificar el lugar o la función de las

mujeres en la sociedad. Sólo trata de que la mujer no se pierda de vista y en los ámbitos reconocidos modifique su apariencia (en el doble sentido de vestimenta y conducta social) para constituirse en un espejo menos opaco de los jóvenes patriotas.

Este gesto intolerante y fastidiado del redactor irrumpe para clausurar el ejercicio irónico y la sátira “didáctica” ejercida sobre las mujeres. Pero, también, el juego de alusiones, complicidades, significaciones múltiples y suaves guiños cede ante la necesidad de una explicitación dura y monologante que vuelva a decirlo todo para impedir la emergencia de cualquier tipo de “malentendidos”, o más bien, para acotar la irrupción de la confrontación y la polémica.

La Moda, en sus últimos números, se desnuda y exhibe las intenciones y estrategias, pero sobre todo proclama y deslinda las contradicciones entre un modo de seducción y sus postulados teóricos e ideológicos.

Desarticular las confusiones y detener la pluralidad de las significaciones obliga a reandar lo escrito para volver a decirlo **todo** desde lugares imaginarios precisos que enfrentan al orador y a su audiencia, al escritor y a su público. La risa desencajada resuena en los dos últimos “boletines cómicos” titulados: “Figarillo en el púlpito” y “Los escritores nuevos y los lectores viejos”. Puede imaginarse al *escritor nuevo* subido al *púlpito* laico cuando escribe en el artículo *Aviso: La frivolidad de sus primeros números pudo presentar visos de seducción mercantil. Es cierto que se intentó seducir lectores pero no*

para sacarles su dinero, sino para hacerles aceptar nuestras ideas. Ha seguido y seguirá empleando formas semejantes. Es una desgracia requerida por la condición todavía juvenil de nuestra sociedad. Para los hombres serios, que van siempre al fondo de las cosas, éste no es un inconveniente (LM, Nº 18, 1).

Si la confesión se expande, no se mantiene la promesa, ni aún en el mismo número. En “Papel popular”, puede leerse cómo el fastidio cede su sitio a la indignación y el teorema político explicita en forma brutal la distancia entre la teoría política y la política, entre los sujetos sociales programáticos y los sujetos reales, entre los lectores modelo y los lectores y lectoras contemporáneos: *Esta afectación me aboga, señores, y me apresuro a protestar que es éste el más brutal y degradante sofisma que la tiranía haya podido vomitar jamás contra el dogma inmortal de la soberanía del pueblo. Sí: el pueblo es oráculo sagrado del periodista, como del legislador y gobernante (...) Pero el pueblo -y debe distinguirse esto con cuidado porque es capital-, el pueblo no interrogado en sus masas, no el pueblo multitud, el pueblo masa, el pueblo griego ni romano, sino el **pueblo representativo**, el **pueblo moderno** de Europa y América. El pueblo escuchado en sus órganos inteligentes y legítimos -la ciencia y la virtud (LM, Nº 18, 5).*

La protesta indignada de Figarillo anuncia y denuncia el sofisma democrático, colocando nuevamente y de una vez las cosas en su sitio: el Pueblo no el pueblo. Es aquí donde ley escrita y costum-

bre se desencuentran sin remedio. La ley escrita, la constitución política que debe dar su voz y su poder de decisión al pueblo “moderno”, “representativo”, de “Europa y América” no puede ser reflejo del pueblo “masa”, del pueblo “multitud” que tendría sí un lugar fundamental en la reproducción de las costumbres. La especularidad se interrumpe en esta imagen turbia del pueblo -corporizado en la imagen de lectores irascibles- que no escucha silencioso, ni adopta las reconveniones y consejos, sino que *brama, rasga* las páginas del periódico *con sus dientes mordaces* y se niega a obedecer con mansedumbre este mandato de silencio y de lectura: *Un tendero, una mujer, un zapatero, un pulpero, no tienen voto en la materia porque son masas. Debe escribirse para ellos, sin hacer caso de lo que digan (LM, Nº 18, 5).*

El lugar de transformación social, a través de la modificación de las costumbres, asignado a las mujeres de las “clases cultas” se revela equívoco en esta forma de silenciamiento que las coloca, en su totalidad, junto a las comadres, los pulperos y los zapateros. Alejadas de los hombres de su propia clase por la ausencia de una instrucción “moderna” y “republicana” (que no las “emancipa” ni las reconoce “soberanas”), habrán leído con escándalo que se las confundiera con mujeres del pueblo.

Las dificultades para que una prédica reformadora que se imaginó didáctica y eficaz muestre sus propios límites en los números del periódico y ensombrezca cada vez más el tono de estos intelectuales (que poco a poco se convierten

para su propia mirada en predicadores en el desierto) habrá que leerlas también en la obturación absoluta de las voces de quienes se intenta transformar. El silencio de las mujeres en estos textos habla a las claras de las razones de su fracaso.