



Goldgel, Víctor
Cuando lo nuevo conquistó América: Prensa, moda y literatura en el siglo XIX
Buenos Aires
Siglo Veintiuno Editores
2013
288 pp.



Monserrat Brizuela¹

Recibido: 05/03/2015
Aceptado: 24/06/2015

“¿Cuál es la historia de la centralidad de lo nuevo como criterio de valor en nuestra cultura? ¿En qué momento empieza a ser posible, por ejemplo, descalificar un libro por viejo? ¿Bajo qué condiciones se vuelve indispensable ‘estar al día’?” (13). Estos constituyen algunos de los interrogantes planteados por Víctor Goldgel que funcionan como punto de partida y a los que se intenta dar respuesta en este libro. Licenciado en Letras por la Universidad de Buenos Aires y Doctor en Literaturas Hispánicas por la Universidad de California, Berkeley, el autor se propone investigar

un terreno poco explorado por la crítica literaria: la presencia y legitimidad cultural de lo nuevo en la primera mitad del siglo XIX en Hispanoamérica. Privilegiando un enfoque transregional, establece un análisis comparativo entre zonas geográficas, por un lado, inmersas en un proceso de emancipación política (el Río de la Plata y Chile), por otro, que conservan su estatus colonial (Cuba) y que experimentan, al mismo tiempo, un desarrollo económico sin precedentes. Ateniéndose a estas regiones, Goldgel examina una tríada de objetos que hacen de la novedad una reflexión constante: los periódicos, la moda y la literatura.

Cuando lo nuevo conquistó América –que contiene una breve

¹ Estudiante de las carreras de Profesorado y la Licenciatura en Letras, Universidad Nacional de Mar del Plata. Contacto: monserratbrizuela@hotmail.com

presentación del historiador Tulio Halperin Donghi— comienza con una introducción denominada “La era de lo nuevo”. A continuación, conforman el texto tres secciones cuyas denominaciones se corresponden con los objetos de análisis ya mencionados: “Periódicos”, “Moda” y “Literatura”. El libro concluye con un amplio índice bibliográfico y, dentro de este, un catálogo de las publicaciones periódicas citadas, agrupadas de acuerdo al país de procedencia.

En la introducción, Goldgel expone los lineamientos generales de su trabajo. Se empeña en describir el papel central de la novedad durante la primera mitad del siglo XIX en Hispanoamérica y declara que la modernidad será entendida como “una relación cotidiana con lo nuevo y lo inesperado en la que el gesto de ruptura con el pasado está acompañado tanto por el entusiasmo como por el desconcierto y la angustia” (24). Establece algunas precisiones en torno a la organización, el corpus seleccionado y presenta el minucioso trabajo de archivo que realiza y que se proyecta en las abundantes referencias a los periódicos que recorren la totalidad del texto; es este, a nuestro juicio, uno de los aspectos que más se destacan. A continuación, el autor se detiene en el valor positivo que se le atribuyó a la novedad durante el siglo XIX, concebida como sinónimo de progreso (“el espíritu del siglo”) y por otro lado, como algo “monstruoso”. Con el objetivo de comprender mejor la experiencia de lo nuevo, refiere un interesante recorrido por los diversos sentidos del término cuyo punto de partida es la revisión de la noción de “Nuevo Mundo”. Siguiendo a autores como Berman, Osborne y Benjamin, revisita los conceptos de modernidad y

modernismo, se pregunta por “la historia de lo nuevo en Hispanoamérica antes de su consagración en el modernismo y las vanguardias” (38) y aclara, por último, que a lo largo de su trabajo hará lo posible por no pensar Latinoamérica desde el lugar de la diferencia (“la modernidad periférica”).

La primera sección, “Periódicos”, se divide en dos capítulos denominados “Nuevos medios hacia comienzos del siglo XIX” y “Curiosidad y variedades”. El primero, como el título lo indica, se centra en el surgimiento del periódico como un medio nuevo en términos modernos (el fenómeno del boom de los periódicos que tuvo lugar en Hispanoamérica a principios del siglo XIX). Este enfoque, de acuerdo con el autor, “permite entender una transformación más amplia en las prácticas de lectura y escritura, en los modos de autoridad discursiva (...) y en la forma en que una comunidad (...) definía la memoria y la capacidad de pensar” (25). Goldgel exhibe un panorama detallado relativo a las publicaciones que circulaban en las ciudades latinoamericanas durante el período, describe las características formales del periódico y se detiene en el estrecho vínculo entre la prensa y la Ilustración, en tanto que aquella funcionaba como vehículo mediante el cual se propagaban las nuevas ideas y además, difundía una “retórica del entusiasmo”. El segundo capítulo se organiza en torno a los conceptos de “curiosidad” y “variedad”. El autor esboza rasgos cuantitativos relacionados con la cantidad de ejemplares publicados, el número de suscriptores, insumos e ingresos y por otro lado, reflexiona acerca del afán de la prensa de satisfacer la curiosidad de los lectores. Esto conduce necesariamente

al acrecentamiento del público lector y a concebirlo en términos de su heterogeneidad. Hacia el final, dedica un apartado a la sección “Variedades”, una de las partes del periódico menos analizada por la crítica pero que está estrechamente ligada a la novedad.

En la segunda sección, “Moda”, se encuentran los capítulos titulados “Nuevas formas de deseo y consumo” y “Moda y civilización”. El primero se centra en el surgimiento de la moda como un fenómeno social regido por la lógica de la renovación constante y cuya influencia no se limita solo a la vestimenta sino que abarca un amplio abanico de objetos y prácticas. Goldgel analiza los modos de vestir de las sociedades hispanoamericanas, establece un recorrido por los primeros figurines publicados en los periódicos, describe el interés de las elites por esa “diosa caprichosa” y, con el objetivo de ilustrar cómo, en un principio, la moda era blanco de burla y motivo de censura, caracteriza tipos sociales “entregados [al igual que la moda] al espectáculo de la renovación constante y la imitación de lo francés” (125) que además llevan consigo el “deseo de cosas nuevas” 2 (125). Estos son el petimetre, joven preocupado en exceso por su aspecto exterior; “el erudito a la violeta”, variante de aquel, que combina el saber y el perfume y; por último, aquellos que comparten con los anteriores la “superficialidad del saber” (128), los seudofilósofos. En el segundo capítulo, el autor presenta la forma en que la moda era concebida como un medio capaz de civilizar y contribuir al progreso social y político de Hispanoamérica, se refiere a ella como una fuerza que mantenía activos el comercio y la industria, describe las actitudes de los letrados que celebraban y al mismo

tiempo, cuestionaban el fenómeno y, para concluir, se detiene en la expansión de la moda hacia el terreno de la literatura: “Que la literatura se pusiera de moda significa no sólo que más personas leían novelas o escribían versos sino, también (...) que empezó a regirse por la lógica de la renovación acelerada” (169).

Finalmente, la tercera sección, “Literatura”, se compone de los capítulos “La literatura del mundo nuevo” y “Deseo y fastidio”. En el primero, Goldgel explora las relaciones entre el discurso de la Ilustración de fines del siglo XVIII y el Romántico que se abre hacia 1839. Para el autor, los escritores hispanoamericanos pertenecientes a ambos períodos se preguntan lo mismo: “¿de qué manera pueden las letras despertar el deseo de ver el mundo y de transformarlo?” (176). A continuación, presenta un recorrido por los diversos sentidos del término romántico y posteriormente, analiza en detalle tres aspectos centrales vinculados: el concepto de originalidad, la mirada hacia la realidad local y las transformaciones de la lengua. El segundo capítulo, por otro lado, se centra en el Romanticismo que “expresaba la novedad de una ‘civilización’ cada vez más abierta a la reforma y la ruptura con los modelos culturales del pasado” (211). El autor se detiene en el papel de los jóvenes como representantes del entusiasmo producido por la novedad (el “Juvenilismo”) y describe la figura del joven escritor romántico. Para culminar, indaga el efecto producido por la experiencia de lo nuevo en los letrados de la época: “original para algunos y monstruoso para otros” (229) y se refiere luego a cuestiones relacionadas con el lado más oscuro del movimiento romántico: el fastidio, la melancolía y el “mal del

siglo”. Resulta relevante destacar las continuas referencias que hace el autor, sobre todo en esta sección, a los textos de los escritores más representativos del siglo, entre los que se destacan Andrés Bello, Esteban Echeverría, Juan María Gutiérrez, Domingo F. Sarmiento, entre otros.

En síntesis, Goldgel presenta en *Cuando lo nuevo conquistó América* un interesante y exhaustivo análisis de la categoría de lo nuevo en Hispanoamérica, centrándose en particular en las regiones del Río de la Plata, Chile y Cuba, durante el siglo XIX. Uno de los aspectos más notables y en el que insistimos para destacar es el minucioso trabajo de archivo realizado por el autor, el cual se visualiza en las múltiples referencias a las publicaciones periódicas que conforman el corpus fundamental del libro. Este estudio, además de constituir un productivo aporte para el campo de la crítica literaria, nos invita necesariamente a repensar y visitar categorías y objetos como los aquí estudiados desde una perspectiva innovadora: la de la experiencia de lo nuevo.