



Susan Hallstead y Regina A. Root (comps.)  
*Pasado de moda. Expresiones culturales  
y de consumo en la Argentina*  
Buenos Aires: Ampersand  
2017  
290 páginas

### Gritos y susurros en la historia de la moda en Argentina

Rosalía Baltar<sup>1</sup>

Hice *Pasión* en Fårö el otoño de 1968,  
y lleva la impronta  
de los vientos que entonces soplaban  
tanto en el mundo real como en el  
cinematográfico.

Por eso en algunos aspectos está  
inquietantemente  
marcada por el tiempo (...).

La moda en el peinado y el vestuario de mis  
actrices ilustra,  
en un planteo superficial pero patente, la ligazón  
al tiempo.

La diferencia entre una película ligada a la época  
y una película independiente de la época  
se puede medir evidentemente en el largo de las  
faldas.

Ingmar Bergman, *Imágenes*, p. 253.

La historia cultural puede detenerse  
en un objeto o una situación para irradiar un  
saber que nos hace pensar en todo el  
dominio de lo político y social que atraviesa  
la cultura. En realidad, ya Marx había  
planteado esa determinación y en un punto  
disputa entre dos esferas y la historia crítica  
frankfurtiana, entre otras, ha ido modelando  
conocimientos teóricos y análisis precisos de

---

<sup>1</sup> Doctora en Letras por la Universidad Nacional de Mar del Plata. Miembro del CeLeHis, docente e investigadora en la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Mail de contacto: [rosalia.baltar@gmail.com](mailto:rosalia.baltar@gmail.com)

uno de los conceptos más complejos -según afirma Raymond Williams para la lengua inglesa y que bien vale extender la afirmación al castellano. Agrega, Williams, algún dato que nos es útil para pensar este volumen de historia cultural, *Pasado de Moda*: la idea de que en su origen la palabra *cultura* incluía la noción de proceso; la idea de que el romanticismo (con Herder) pluralizó el concepto; la idea de que en Ciencias Sociales, la palabra abreva en un uso en origen (circa 1870) asociado sensiblemente a civilización; la idea de que con *cultura* nos referimos a un proceso general y, también, su condensación en determinados objetos (la escultura, la historia, etc.). En este caso, el objeto, diríamos, es la moda, “un documento del gusto” (11) y da cuenta de un proceso en tiempo y espacio, la historia.

Por otro lado, si bien la semiología nunca pudo concretar el sueño saussuriano de encontrar en cada aspecto de la vida un código tan económico, abstracto y universal como el lenguaje, está claro que la moda es portadora de significaciones y que conlleva un conocimiento más allá de esas posibles codificaciones, lo que Agamben llamará, siguiendo a Levi-Strauss, un “significante excedente” del que podemos saber a través de la economía, las prácticas sociales, la diferencia, el lenguaje, la política. Los trece artículos que componen el libro que reseñamos buscan, justamente, atrapar esa dimensión pluri significativa que tiene la moda en la historia, “se sumerge[n] en los torbellinos provocados por la moda en la vida cotidiana argentina” (10) y “señalan la constante movilidad, el arte de la transición, la pulsión nada estática que [la] define” (10).<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Indicamos el índice del libro ya que nos detendremos sólo en algunas de sus múltiples líneas: a) sobre mundo colonial: 1. La moda femenina colonial, Susan Socolow y 2. Vajilla y costumbres de mesa en la antigua Buenos Aires: una mirada desde la

El libro plantea un orden cronológico y de períodos clave de la historia argentina: el mundo colonial, el siglo XIX, el Centenario y el 20, los 30, el peronismo, los sesenta, el siglo XXI. Algunos artículos proponen una ampliación desde esta mirada de temas sociales y literarios que se están explorando y otros condensan lecturas ya conocidas. No obstante, para quien no se dedique a la historia del consumo y de la moda, es, sin duda, un libro atractivo y actualizado. Una pregunta surge por esta misma cronología y otra por el recorte geográfico: la diacronía da cuenta de hitos climáticos de nuestra historia, por tanto, me pregunto qué pasaba en los períodos de monotonía, anticlimáticos e incluso vergonzantes (¿Quién quiere oír hablar de lo que se usaba en los 80, esas hombreras, los cortes de pelo, los aros, las botas tejadas blancas para el verano?) Podría hacerse un segundo tomo con esos momentos. Y respecto de la espacialidad, el mundo

---

arqueología histórica, Daniel Schávelzon, Flavia Zorzi y Ana Igareta; b) sobre el siglo XIX: 3. Cultura visual: moda y política durante la época de Rosas, María Lía Munilla Lacasa y Marcelo Marino; 4. De afeminados a monstruos. La política identitaria de la moda y la vestimenta masculina en la literatura y el periodismo argentinos decimonónicos, Susan Hallstead; c) entre siglos y década del Centenario: 5. La ciudadana modelo: moda y responsabilidad cívica en dos novelas de César Duayen. Buenos Aires, 1905 y 1906, Mary Berg y Kathryn Lehman; 6. Comprar, comer y socializar en la calle Florida entre 1914 y 1920, Donna Guy; d) Los años 30: 7. Sortilegios modernos: Victoria Ocampo y Chanel, Mariano López Seoane; 8. El *funyi* Gardel: cada día luce mejor, Marilyn Miller; e) Peronismo: 9. Los descamisados, divitos y mucamas. La vestimenta como expresión de estereotipos y preocupaciones de clase durante el peronismo, Natalia Milanésio. 10. *New look*, melodrama y poder: Evita Perón y la moda, María Claudia André. f) Los 60: 11. “Dedicated followers of fashion”: *Primera Plana* y el Di Tella en los años 60, John King. g) Siglo XXI: 12. Aguafuertes de la moda argentina contemporánea, Laura Novik y Regina Root. 13. Fragmentos culturales e identidades recicladas, Regina Root.

audiovisual nos habla desde hace mucho de la estandarización. Las típicas comedias blancas argentinas de la década del 40 son portadoras de una serie de significados también estéticos que llevan al consumo de los mismos espacios simbólicos (Libertad Lamarque en Argentina y en México, por decir algo). Es decir, en varios de los artículos se asume el debate intrínseco de la moda como escenario de opciones de propuestas estandarizadas o miradas disruptivas. Un ejemplo es el trabajo de Laura Novik y Regina Root, “Aguafuertes de la moda argentina contemporánea”: en la conformación de las identidades criollas se debatió entre dos modelos estandarizados y en la moda contemporánea -al menos en el caso que ellas estudian- la disrupción es provocada por asumir un sistema de moda que ha estado ajeno o ha sido obliterado para restituirlo en el marco de una nueva contemporaneidad a través del reciclado. Otro ejemplo: la relación entre las formas de aparición en escena de Eva Perón enfundada en vaporosos vestidos Dior y la construcción de un personaje público. En estos ejemplos podemos ver lo que Francine Masiello en el prólogo señala como punto de partida: la ubicación de la *performance* de las identidades, el trabajo de la traducción cultural y la necesaria lectura de la cultura material como base de la historia (11).

Otra pregunta que se hace el libro en su conjunto es por el consumo. ¿Quiénes y cómo consumen? ¿Qué es lo que está a alcance de ser consumido? El mercado, el dinero, la presencia de lo nuevo introducen nuevas prácticas de consumo y de asunción del gusto. Cada uno de estos momentos climáticos ensaya respuestas. Me detengo en dos artículos valiosos del volumen. Uno es el de Mary Berg y Kathryn Lehman. En el marco del Centenario, la moda es un indicador de la celebración del progreso, en consonancia con los espacios (la ópera, el hipódromo, los banquetes familiares, las

recepciones, los bailes formales) (119) y las conductas *comme il faut* que exhiben la apropiación de la modernidad europea en este rincón del mundo. Dentro del modelo que se celebra el artículo se detiene en el análisis de dos novelas de Emma de la Barra en las que ese progreso inserta una mirada de la mujer nórdica como ejemplo de profesional y el planteo de lo que es un “buen consumo” de otro que no lo es. Emma de la Barra critica los excesos del consumo femenino, propicia un modelo (“discreto”) de participación en la producción y modernización de la vida pública. El otro es el texto de Donna Guy, “Comprar, comer y socializar en la calle Florida entre 1914 y 1920”, centrado en las grandes tiendas que, un poco más tarde, llegaron a las metrópolis sudamericanas y se convirtieron dentro y fuera de ellas en “nuevos patrones de sociabilidad que se entrecruzaban con patrones de consumo y formaciones imaginarias” (139).<sup>3</sup> Guy analiza “La vendedora de Harrods”, de Josué Quesada para introducir el análisis de las dos grandes tiendas en Buenos Aires, *Gath y Chaves* y *Harrods*. El texto permite detenernos en la emergencia, consolidación y albores de desaparición de esas grandes tiendas y de sus formas de consumo en ellas y comparar con otros espacios y otros tiempos este fenómeno, lo que constituye una de sus muchas riquezas.

Otros artículos tocan temas y miradas sobre cuestiones interesantes (¿por qué el europeo espera una moda argentina que deba su estilo a la tradición del tango y en Argentina no se da?, ¿para qué los viajeros daban cuenta de un inventario del

---

<sup>3</sup> Y crearon nuevos lenguajes, diríamos. A partir de la observación de las formas de hablar de las empleadas de los grandes almacenes, William Labov construyó el concepto sociolingüístico de *variación* a través del cual dio cuenta de cómo estas empleadas se expresaban de una manera diferenciada dentro de los almacenes, en el intercambio verbal con sus clientas y cambiaban al llegar al barrio.

## ***Gritos y susurros en la historia de la moda en Argentina***

vestir en sus descripciones?, cómo, *Primera Plana*, también con la moda se ocupó de ridiculizar y cuestionar la presidencia de Illia, ¿de dónde venían las telas? ¿de dónde, las vajillas?, etc.) que complementan, en

cada caso, la relación moda e identidad, eje central de este libro, en la que cabe, también, las muchas formas de la resistencia.