

CAPÍTULO 2

Vanidades modernas: modulaciones del dandismo argentino

Inés Fernández Harari

Un dandi en las calles de La Plata

En su autobiografía *Un pintor ante el espejo*, Emilio Pettoruti dedicó algunas líneas a evocar la personalidad de los maestros que conoció durante su breve paso por la Academia de Bellas Artes de La Plata. La semblanza de uno de ellos resulta llamativa, no tanto por las cualidades que le atribuye como pedagogo, sino por la pintoresca descripción de su apariencia y comportamiento. Este profesor, según el relato de Pettoruti,

Era un hablador impenitente que creía en su genio y adecuaba su comportamiento y su vestimenta a la idea que de él se hacía, de donde la autosuficiencia en la forma de dirigirse a los demás, su bastón ensayando ruedos, su corbata voladora, su larga melena y sus anteojos retintos, figura bien conocida en la ciudad tranquila y asoleada (Pettoruti, 1968, p. 13).

La cita refiere al joven Atilio Boveri (1885-1949), artista proveniente de una modesta familia italiana asentada en la capital bonaerense desde finales del siglo XIX. Luego de su paso por el taller de Francesco Paolo Parisi, Boveri continuaría su formación en la Academia de Bellas Artes de esa ciudad, cuya codirección asumió junto con Enrique Blancá en 1907 al fallecer Antonio del Nido.

Las memorias de Pettoruti no son el único testimonio de las simpáticas extravagancias de este artista. Poco antes de que le fuera concedida la beca provincial que le permitiría proseguir sus estudios en Europa, la revista *Ars* publicó una nota celebrando y difundiendo sus progresos. Pero luego de una somera reseña biográfica, el autor del texto vuelve sobre sus pasos aseverando que, a decir verdad, no hay necesidad de presentar a Boveri, ya que todos lo conocen, “quienes, por su obra, quienes fisonómicamente, pues es infaltable en la avenida a la hora de la promenade vespertina de nuestro mundo elegante, sitio donde a pocos habrá dejado de llamar la atención su exterior un tanto bohemio y original” (Artistas platenses, 1910).

Estas observaciones anecdóticas, que señalan cierta autoconciencia del artista en la producción de su propia imagen, pueden servirnos como antesala para ensayar un comentario

acerca de *Los elegantes*, caricatura realizada por Boveri en 1910 para el número 8 de *Ars*². La ilustración exhibe a página completa una figura masculina pomposamente vestida con sombrero de ala anchísima, levita, zapatos con grandes moños, bastón y anteojos oscuros. La mitad inferior de esta silueta, estilizada como un figurín, se recorta sobre un círculo que contiene, a su vez, la cola desplegada de un pavo real. Las plumas y el cuerpo del animal, tratados con tonos medios, contrastan con la síntesis de negros y blancos con que es resuelta la figura. Otras formas circulares de diversos tamaños se repiten rítmicamente a izquierda y derecha, evocando la transparencia y el movimiento aleatorio de las pompas de jabón. Tanto el pavo real como las burbujas son motivos iconográficos característicos de un subgénero pictórico que alcanzó su auge en Europa durante el siglo XVII: la *vanitas*. Retomando la advertencia bíblica “*vanitas vanitatum, omnia vanitas*” (“vanidad de vanidades, todo es vanidad”, *Eclesiastés* 1: 2), el arte occidental produjo desde el siglo XVI un sinnúmero de obras destinadas a evocar la futilidad de la riqueza, el poder o la belleza ante la inexorabilidad de la muerte.³ Los libros de emblemas codificaron tempranamente este repertorio de símbolos con el objetivo de conferir en términos visuales la idea de transitoriedad inherente a lo humano. Calaveras, relojes de arena, flores o velas se incluyeron en bodegones y retratos como contrapunto y *memento mori* ante los signos de la opulencia. El motivo de las burbujas flotando a la deriva proviene, precisamente, de grabados del período como *Quis Evadent/Nemo* (1594) de Hendrick Goltzius y *Et Tutto Abraccio, Et Nulla Stringo* (1565) de Hadrianus Junius (De Girolami Cheney, 1998, p. 884). En ambos casos, la fragilidad material y la existencia finita de la burbuja son asimiladas a la condición perecedera del hombre.

Por su parte, dado su carácter vistoso y sus connotaciones relativas al lujo y el orgullo, el pavo real también fue un motivo particularmente apreciado en esta tradición iconográfica. Habitualmente se lo representó como atributo de la mujer que se mira al espejo, personificación del pecado capital de la soberbia.

La presencia de estos elementos en la ilustración de Boveri evidencia su familiaridad con la herencia del arte académico, vínculo que torna explícito al rematar la imagen con la palabra “*vanitas*”. Las letras se integran plásticamente en la composición mediante el empleo de una tipografía *art nouveau* de líneas orgánicas, la misma que por esos años escogían distintas industrias locales para promocionar sus productos en la prensa periódica (Gringauz, 2010, p. 9).

Si las descripciones de sus contemporáneos nos permiten asimilar la imagen pública de Boveri con el dandi que protagoniza *Los elegantes*, también es cierto que un comentario irónico acerca de su propio tiempo y costumbres emerge en esta caricatura que actualiza y trae al presente

² *Ars, revista de arte y literatura*, comenzó a editarse en 1909 como parte del proyecto de difusión e institucionalización de las artes en la ciudad de La Plata acometida por el Círculo *Ars*. Dirigida por José María Rey, dentro de sus objetivos destacaron la divulgación de actividades culturales y la publicación de reseñas, evidenciando una escritura sistemática sobre las artes que apelaba a una amplia variedad de géneros (De Rueda, 2019, p. 98). Tratándose de una revista especializada en asuntos artísticos, no resulta sorprendente constatar la presencia de gran cantidad de fotograbados destinados a reproducir retratos de los artistas y sus obras. El componente visual de la publicación se completaba con ilustraciones de colaboradores habituales como Reinaldo Olivieri, Francisco Vecchioli, Emilio Coutaret y el propio Atilio Boveri.

³ Cabe mencionar que sus antecedentes se encuentran en las danzas macabras medievales.

aquellos símbolos barrocos. En ese desplazamiento a la contemporaneidad a través de la cultura visual, la imagen se vuelve permeable a todo tipo de discursos y lenguajes, dando lugar a una torsión y “contaminación” de los géneros de las Bellas Artes. Al decir de Sandra Szir,

Las ilustraciones de una publicación periódica ilustrada desarrollan una manera de visualidad relacionada con los distintos modos en vigencia – académicos o populares– y con las tradiciones, en términos de temas, estilos y pautas de producción. El mundo de la ilustración se constituye particularmente como una zona de hibridez entre el mundo del arte y el de la cultura masiva (Szir, 2009a, p. 126).

Cabe preguntarse entonces qué constelaciones se traman en el encuentro de la vanitas con la retórica de la moda y de la publicidad y qué implicancias tiene ello para una historia de las representaciones de la modernidad urbana en el pasaje del siglo XIX al XX.

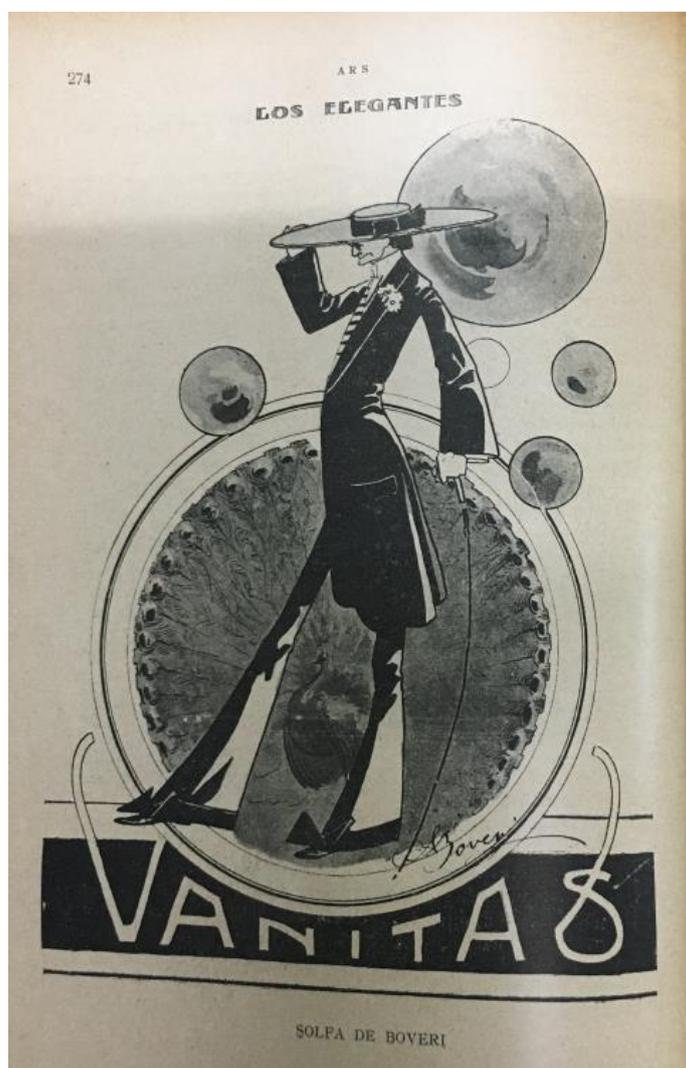


Ilustración de Attilio Boveri para Revista Ars, número 8, 1910.

La vanitas como reverso de la fantasmagoría

La moda prescribe el ritual según el cual deberá adorarse el fetiche de la mercancía

Walter Benjamín, PARÍS, CAPITAL DEL SIGLO XIX

Una vez despojado de sus connotaciones bíblicas y moralizantes, el género vanitas ofrece, sin embargo, evidentes afinidades con los tropos y problemas de la modernidad en tanto experiencia de disolución y cambio permanente. De manera sintomática, para diversos pensadores europeos del siglo XIX la moda fue el epítome de esa temporalidad vertiginosa que se abría paso en conjunción con el ascenso del capitalismo industrial. En 1824, Giacomo Leopardi imaginó un diálogo entre la moda y la muerte donde se ponía de manifiesto el carácter volátil y destructivo de ambas:

Moda: soy la moda, tu hermana

Muerte: ¿Mi hermana?

Moda: Sí. ¿No recuerdas que ambas nacimos de la Caducidad?

Muerte: ¿Por qué habría de acordarme yo, que soy enemiga capital de la memoria?

Moda: Pero yo me acuerdo bien de ello; y sé que una y otra procuramos, a la par, deshacer y volver a cambiar continuamente las cosas de aquí abajo, aunque tú vayas, a este fin, por un camino y yo por otro.

Una mirada más complaciente sobre la moda se esboza en *El pintor de la vida moderna* de Charles Baudelaire (1863), escrito en el que, de acuerdo a la lectura de Marshall Berman, el poeta sucumbe a una visión pastoral de la modernidad merced al encandilamiento producido por el *bric-à-brac* y la pompa del mundo elegante parisino (Berman, 2011, p. 132). Baudelaire exhorta a los artistas a captar las costumbres de su tiempo, el heroísmo de los hombres de corbata y botas de charol, porque lo bello, sostiene, está hecho tanto de un elemento eterno e invariable como de otro relativo y contingente. El desafío para el pintor de la vida moderna será entonces “separar de la moda lo que puede tener de poético en lo histórico, extraer lo eterno de lo transitorio” (Baudelaire, [1863] 1996, p. 361).

Esta mirada optimista se complejiza en trabajos posteriores de Baudelaire, especialmente en *El spleen de París*, donde la modernidad pasa a ser concebida como fractura, como experiencia de un contraste insalvable entre el brillo de los bulevares de Haussmann y las ruinas de los barrios desplazados. La ciudad deviene así imagen onírica o fantasmagórica, imperio de lo que Marx calificó como fetichismo de la mercancía. Desde esta perspectiva, la mercancía tiene el poder de estimular el deseo y las fantasías de los consumidores a cuenta de enmascarar sus condiciones de producción. Ese estímulo proviene del aspecto de los bienes de consumo y, sobre todo, de su visualidad (Cohen & Higonnet, 2004, p. 16).

Hacia 1910, año en que Atilio Boveri publica la ilustración aquí referida, Argentina atravesaba la culminación de un período de modernización cuyos pilares habían sido dispuestos por la

Generación del Ochenta. Desde finales del siglo XIX, la economía nacional crecía de manera ininterrumpida en virtud de una exitosa inserción del país en la división internacional del trabajo como exportador de materias primas. Paralelamente, una reconfiguración urbana y demográfica tenía lugar al calor de la inmigración masiva, complejizando una estructura social móvil pero desigual. Las capas medias emergían y se fortalecían, pero también se acentuaba la concentración de capitales en manos de una pequeña y poderosa burguesía terrateniente. Los festejos del Centenario de la Revolución de Mayo funcionaron como una demostración pública del camino recorrido por la joven nación en la vía del progreso económico y cultural, aplacando aquellas voces que resultaran disonantes.

En este contexto, como señala Leandro Losada, “los alicientes para disfrutar las mieles de la época, y para dar rienda suelta a un consumo ostentoso que la propia economía capitalista alentaba, al volcar constantemente novedades al mercado, fueron muy importantes” (Losada, 2010, p. 16). La compleja dinámica de clases que así se perfilaba hacía necesario elaborar estrategias de distinción, consolidando un mercado interno receptivo a los encantos de las modas europeas a través de la naciente publicidad. En este sentido, es necesario destacar que

Los primeros años del siglo XX asistieron al auge de las grandes campañas y, en las décadas del veinte y del treinta, al florecimiento de las agencias. Esta transformación era parte de una mutación mayor que se estaba operando, por entonces, en la Argentina: el surgimiento de una sociedad de consumo. La nueva publicidad iba a ofrecerse como uno de los baluartes de la modernidad, que combinaba el atractivo de lo bello con la fuerza transformadora de lo nuevo (Rocchi, 1999, p. 317).

Las revistas ilustradas fueron uno de los vehículos privilegiados para la circulación de estas imágenes del deseo, construyendo un universo de consumos en el que también se fraguaban nuevas identidades sociales. La caricatura de Boveri no pertenece al mundo del magazine, pero dialoga con él, se apropia creativamente de la retórica publicitaria que allí comenzaba a desplegarse para subvertirla de manera humorística desde las páginas de una revista de arte. Si antiguamente la vanitas había oficiado de *memento mori*, advertencia moral acerca de la primacía del espíritu sobre la caducidad del cuerpo, la modernidad ofrece posibles derivas seculares de esta configuración iconográfica. Al adosarse a los productos de la sociedad de masas, su mensaje es pasible de operar como reverso del mundo de las apariencias instalado por la mercancía.

Elegantes y atorrantes: el dandi como tipo social y sus variantes

Además de ofrecer una interpretación moderna del género vanitas, *Los elegantes* configura una mirada sobre el dandi como tipo social, inscribiéndose así en la vía abierta por el costum-

brismo en el siglo XIX. Esta corriente artística y literaria tuvo por objetivo comentar, documentar o criticar las costumbres y modos de vida de los diversos grupos que componen un territorio nacional. Los tipos sociales se insertaron en este marco como un subgénero cuyo énfasis reca- yó en la descripción de las actividades, el comportamiento y la apariencia de un personaje pre- tendidamente representativo de un colectivo. Esta clase de imágenes hunde sus raíces en los libros de trajes y pregones publicados en Europa entre los siglos XVI y XIX, de los cuales deri- van las colecciones de tipos con autonomía gráfica y literaria. En ellas, texto e imagen se com- plementan a fin de construir de manera ordenada una galería de individuos que destacan por su oficio, su forma de hablar, de vestirse o de conducirse en sociedad. El primer volumen de estas características fue el inglés *Heads of the People* (1840-1841), el cual encontraría eco prontamente a ambas márgenes del Atlántico⁴.

En el pasaje al siglo XX, a medida que la cultura gráfica devino cultura de lo visible y las nuevas técnicas de reproducción de las imágenes permitieron que éstas se diseminaran satis- faciendo la curiosidad y el deseo de ver de un público lector en expansión (Szir, 2009b, p. 53), la prensa periódica continuó por otras vías la tradición de los tipos. Sin la sistematicidad y el afán “taxonómico” de las colecciones, conservó no obstante una función similar en lo relativo a la construcción de identidades e imaginarios sociales. En el caso de *Los elegantes*, observa- mos que a partir de una caricatura suelta se abona la caracterización de un personaje desde su vestimenta y actitudes, pero el artista procede aquí de manera sintética y un tanto satírica, prescindiendo de las notas más eminentemente descriptivas del costumbrismo.

Llegados a este punto, nos gustaría detenernos en un abordaje detallado del tipo específico que esta ilustración pone en escena, al cual nos hemos referido de forma genérica como “dandi”. Con este término designamos un arquetipo de hombre que posee gran elegancia y refinamiento en sus modales y en su forma de vestir. Se considera que esta tendencia fue iniciada por el le- gendario George “Beau” Brummell, amigo del príncipe de Gales que llegó a ejercer una poderosa influencia sobre el gusto y la moda en la Inglaterra de la Regencia. Brummell abrazó un estilo sencillo y pulcro en oposición a los atuendos recargados que imperaban en la corte, afirmando un marcado sentido de la individualidad a través de la indumentaria. En Francia, por su parte, la figura del dandi fue inmortalizada durante la segunda mitad del siglo XIX por la pluma de Baude- laire. En su ya citado *Pintor de la vida moderna*, afirmaba que el dandi es aquel que “no tiene otra profesión que la de cultivar la idea de lo bello en su persona (...). Posee así, a su antojo y en gran medida, el tiempo y el dinero, sin los cuales la fantasía, reducida al estado de sueño pasajero, apenas puede traducirse en acción” (Baudelaire, [1863] 1996, p. 377). En el caso de Baudelaire, la dilapidación y la extravagancia se esgrimen como armas para “escandalizar al burgués”.

El dandismo fue adoptado por las clases altas argentinas a fines del siglo XIX, materializando una masculinidad urbana y cosmopolita que se erigía como alternativa frente a otros modelos disponibles en la historia nacional. Como explica Belén López Rizzo siguiendo a Jitrik, “Los dan-

⁴ Para un análisis detallado de la historia de las colecciones de tipos, véase Pérez Salas, M. E. (1993) Genealogía de los mexicanos pintados por sí mismos. *Historia Mexicana XLVIII*.

dis en nuestro país se configuran a partir de la caída de Juan Manuel de Rosas. El dandismo argentino capitaliza la herencia europea y supera el choque entre la época criolla, rosista-mitrista y la modernidad positivista” (citado en López Rizzo, 2020, p. 22). En concordancia con el planteo de Susan Hallstead, resulta pertinente denominar a los hombres del período 1880-1914 como *gentlemen*, ya que su referente es, ante todo, el dandismo inglés (López Rizzo, 2020, p. 22).

Sin embargo, pronto surgieron variaciones y modulaciones dentro del dandismo local, y ello porque la composición social de un país en transformación y con movilidad social ascendente trajo aparejado un conflicto de clases en el espacio público, allí donde la moda juega un papel crucial en el moldeo de las diferencias. Los *gentlemen* comenzaron a expresar la imposibilidad de convivir con los extranjeros y el temor ante un ascenso social de éstos, percibiendo que la sociedad de masas atentaba contra la cultura de élite (López Rizzo, 2020, p. 23). Se abría así un abismo entre el gentleman auténtico y la “turba”, en cuyas filas emergían, además, advenedizos que buscaban imitar los signos de la distinción en virtud de una expansión de los artículos disponibles en el mercado:

La sociedad de consumo se tradujo en un aumento en el número de consumidores y en una creciente imitación a partir de una moda masiva que produjo una sensación de democratización en el mercado, que parecía mostrarse en la confusión visual de sus participantes. La creciente masificación del espacio, en verdad, ofrecía un rompimiento de las distancias que algunos podían considerar excesivo; la sociedad de consumo había llevado a la producción y comercialización en gran escala de una clase de ropa que emulaba los modelos más finos, generando un efecto de invisibilidad que impactaba a quienes llegaban a Buenos Aires por primera vez (Rocchi, 1999, p. 318).

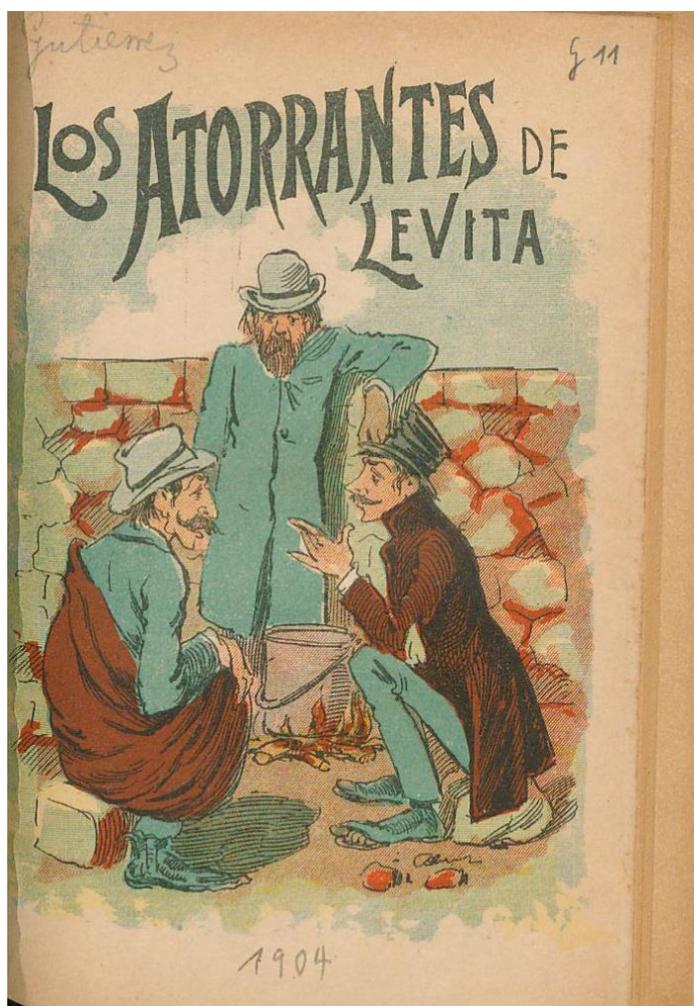
Diversas manifestaciones culturales de fin de siglo, notablemente los cancioneros populares, tipifican (y condenan) estos dandis “otros”, aquellos que, a pesar de no tener dinero, simulan una vida holgada valiéndose del engaño y de la estafa. Profundizaremos este punto tomando como eje el análisis de *Los atorrantes de levita y los jailaifes del día*, libro de versos de Martín Gutiérrez.

Aunque la primera edición de esta obra data de finales del siglo XIX, contó con sucesivas reediciones durante la primera década del siglo XX. El texto está escrito en forma de payada, entablando así un nexo con la tradición gauchesca (de hecho, su publicación se da a través de la editorial Biblioteca Gauchesca). Sin embargo, sus protagonistas y los espacios que éstos transitan no son rurales sino urbanos. En este sentido, se trata de una obra de transición del mundo antiguo al nuevo, un discurrir en las orillas.

Las distintas ilustraciones de tapa adoptadas por cada edición presentan elementos comunes: por regla general se observa un grupo de hombres con levita y galera visiblemente raídas, quienes se reúnen en un espacio abierto –callejón o baldío– a conversar alrededor del fuego sobre el que se cuece alguna comida.

Los versos relatan en términos moralizantes el modo de vida de estos hombres superficiales y sin escrúpulos, “atorrantes de levita” cuya única preocupación es vestir bien y frecuentar los espacios de sociabilidad de la ciudad en busca de alguna joven inocente a la que engatusar:

En los bailes y teatros,
en las esquinas y plazas
siempre quieren meter baza
con una joven formal;
y si acaso la conquistan,
diez años me la entretienen
y luego a decirle vienen
que no cuentan con metal.



Portada de *Los atorrantes de levita y los jallaifes del día*. Biblioteca Gauchesca, 1904. Archivo del Instituto Iberoamericano de Berlín

Dado que sus medios económicos son escasos, se valen de toda clase de ardidés para procurarse la elegante ropa que constituye su fachada. El autor reprocha especialmente el modo en que los “jallaifes” (anglicismo derivado de la expresión *high life*) engañan a los humildes y

laboriosos sastres, quienes confiando en una paga futura ofrecen el producto de su trabajo por adelantado sin jamás recibir la remuneración correspondiente:

Siempre están llenos de deudas, al sastre y al zapatero;
al fondista, al sombrerero,
al barbero y otros más;
y les meten cada clavo
de padre y muy señor mío
¡Vaya, señor, que esos tíos
son una calamidad!!

El engaño a los crédulos comerciantes forma parte del conflicto de clases que recorre el texto como tema transversal. Constantemente se refuerza la diferencia entre el hombre vividor, soberbio en virtud de la apariencia que construye para sí, y el obrero honesto que gana el pan con su trabajo:

Los elegantes del día
se burlan del pobre obrero
y lo miran altaneros
si alguno los llega a hablar;
se burlan de sus vestidos
porque no van a la moda
y á la clase obrera toda
la pretenden despreciar.

(...)

Estos son los elegantes:
mucho bombo con platillos,
sin un cobre en los bolsillos,
y sin vergüenza, además.
Niña si quieres casarte
oye un consejo sincero:
cásate con un obrero
amigo de trabajar.

Los tópicos presentados en *Los atorrantes de levita* entroncan, a su manera, con la idea de vanidad y con el modelo de masculinidad conferido por Boveri a través de *Los elegantes*. Ambas producciones ponen en evidencia algunos de los hilos que, como una trama densa y compleja, configuran el fin de siglo argentino y sus sensibilidades. El presente capítulo se propuso ofrecer un primer acercamiento a estos problemas a partir de casos que estimamos significativos. Análisis futuros podrán enriquecer este mosaico con nuevas imágenes, textos y lecturas.

Referencias

- Artistas platenses (1910) *Revista Ars* (5), pp. 130-135
- Baudelaire, C. (1996) *Salones y otros escritos sobre arte*. Madrid: La balsa de la Medusa.
- Benjamín, W. [1935] (2012) París, capital del siglo XIX. En *El París de Baudelaire*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.
- Berman, M. (2011) *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Cohen, M. y Higonnet, A. (2004) Complex culture. En Vanessa Schwartz y Jeannene Przyblyski (eds.), *The Nineteenth-Century Visual Culture Reader*. Nueva York-Londres: Routledge.
- De Girolami Cheney, L. (1998) Vanity/Vanitas. En Helene Roberts (ed.) *Encyclopedia of Comparative Iconography. Themes Depicted in Works of Art*. Chicago-Londres: Fitzroy Dearborn.
- De Rueda, M. (2019) Emilio Coutaret, José María Rey, el Círculo Ars: la formación del campo artístico en ciudad de La Plata en la primera década del siglo XX. *Revista Instituciones, Ideas y Mercados* (68), pp. 89-103.
- Gringauz, L. (2010) La marca del Centenario. *Hermeneutic* (9).
- Gutiérrez, M. (1904) *Los atorrantes de levita y los jailaifes del día*. Buenos Aires: Biblioteca gauchesca. Recuperado de <https://digital.iai.spk-berlin.de/viewer/image/835982440/1/#topDocAnchor>
- Leopardi, G. (1824) *Diálogo de la moda y de la muerte*. Recuperado de <https://www.librosdemario.com/dialogo-de-la-moda-y-de-la-muerte-leer-online-gratis/2-paginas>
- López Rizzo, B. (2020) Masculinidad y moda: el Dandismo en Argentina. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, Cuaderno 100, Universidad de Palermo, pp. 17-26.
- Losada, L. (2010) Rumbos de la elite en el Centenario. En AA.VV. *Esplendores del Centenario. Relatos de la elite argentina desde Europa y Estados Unidos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Pettoruti, E. (1968) *Un pintor ante el espejo*. Buenos Aires: Solar/Hachette.
- Rocchi, F. (1999) Inventando la soberanía del consumidor: publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina, 1860,1940. En Fernando Devoto y Marta Madero (coords.), *Historia de la vida privada en Argentina*, vol. 2. Buenos Aires: Taurus.
- Szir, S. (2009a) Entre el arte y la cultura masiva. Las ilustraciones de la ficción literaria en Carras y Caretas (1898-1908). En Laura Malosetti Costa y Marcela Gené, *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Buenos Aires: Edhasa.
- Szir, S. (2009b) De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el siglo XIX. Colección Biblioteca Nacional. En Marcelo Garabedian, Sandra Szir y Miranda Lida (coords.) *Prensa argentina siglo XIX. Imágenes, textos y contextos*. Buenos Aires: Teseo.