

Kate Nelson Blest

***EL ESTILO ENTRE LÍNEAS. UNA HISTORIA DEL PERIODISMO DE MODA***

Editorial Ampersand, Buenos Aires, 2019, 346 páginas

La reseña a continuación es del libro *El estilo entre líneas. Una historia del periodismo de moda* escrito por Kate Nelson Blest, traducido por Lucila Cordone y publicado el 2019 por la editorial Ampersand. Kate Nelson Best es profesora adjunta en Southampton Solent University de Inglaterra donde enseña teoría cultural e historia de la cultura y la moda. Sus temas de investigación son el periodismo, publicaciones e historia de la moda, cultura visual y análisis de archivo de la indumentaria.

Esta publicación fue editada por Ampersand nacida en 2012 en Buenos Aires orientada, en sus propias palabras, a producir textos admirables como objeto estético y fuente de conocimiento. Una de sus colecciones es Estudios de Moda, dedicada a este fenómeno cultural y sus diversos abordajes. La colección se crea debido a la escasez de textos en español de teoría de la moda, insumo de vital importancia para el desarrollo de este campo de estudios en países de habla hispana. El fondo editorial es dirigido por Marcelo Marino, historiador de arte, profesor e investigador independiente en la Universidad de Bristol

*El estilo entre líneas* tiene nueve capítulos. El primero es “Una relación simbiótica: los orígenes de la prensa de moda moderna”, el segundo, “La parisienne: los primeros íconos de la moda”, el tercero, “Patriotismo y alta cultura: el periodismo de moda en el periodo de entreguerras”, el cuarto, “Democratización: la segmentación de las revistas sobre moda durante la posguerra”. El quinto capítulo es “La era dorada: periodismo de moda y alta costura en la década del cincuenta”. El sexto, “La llegada del individualismo: los años sesenta y setenta”, el séptimo, “Lo comercial vs. lo creativo: las décadas del ochenta y del noventa”, el octavo, “Un discurso global: el nuevo milenio”, y el noveno y último, “De cara al futuro: la evolución de los medios de moda”.

De acuerdo a Croci y Vitale (2011) la moda es un objeto cultural de notable complejidad estudiado por la sociología, la antropología, la filosofía, la historia, el psicoanálisis y la semiología, entre otras disciplinas. La moda

promueve un discurso que está en todas partes y permea la sociedad, por ejemplo, en programas de televisión, en el cine, en internet, en redes sociales, en revistas y periódicos. La moda es un reflejo de la sociedad, la historia y la cultura en una época determinada, se relaciona con un modo de ver el mundo. Según Barthes, la moda adquiere sentido a partir de un diálogo con valores ideológicos, sus connotaciones y simbolismo cambian, esto es evidente en *El estilo entre líneas* en su revisión histórica del periodismo de moda.

*El estilo entre líneas* recorre el desarrollo de la industria de la moda a través de los medios escritos. El libro explora desde las primeras publicaciones en Europa del siglo XVII hasta la actualidad y elabora una detallada trayectoria de los países occidentales que hasta el siglo XXI han producido las mayores innovaciones en el campo: Estados Unidos, Gran Bretaña y Francia. El libro analiza la primera revista con contenido de moda llamada *Le Mercure Galant* en la época de Luis XIV hasta las revistas de nicho y plataformas digitales tales como Instagram. *El estilo entre líneas* contribuye a los estudios de moda al realizar un análisis de la historia del periodismo de moda y el contenido del discurso de la moda, asunto no cubierto hasta el momento en la literatura del área.

*El estilo entre líneas* relata que la primera revista dedicada exclusivamente a la moda fue *Le Cabinet Des Modes* fundada en 1785 y publicada hasta 1793. La revista mostraba la moda como un sistema organizado y definía sus temporadas. En *Le Cabinet* difundían la nueva indumentaria, promovían la cultura de la moda y dieron cuenta de que el rey y la reina no eran los únicos curadores del tema. Además, el libro de Kate Nelson se refiere a varias revistas creadas en el siglo XIX y XX vigentes en la actualidad: *Haper's Bazaar* (1867-), *Vogue* (1892-), *Women's Wear Daily* (1910-), *Marie Claire* (1937-) y *Elle* (1945-), entre otras. La autora destaca que al principio la moda y sus medios llegaban solo a la élite, mientras que en la segunda mitad del siglo XIX el consumo se democratizó para la mayoría de la población, tal como sostiene Baldassarre (2020), más que una democratización de los estilos de moda, se democratizó un deseo.

El texto establece una relación entre la moda, los medios y la cultura, indica a las revistas y los periódicos como artefactos culturales e ideológicos y objetos deseables por sí mismos. Uno de los aportes de Nelson Blest es exponer los cambios de paradigmas en la manera de mostrar la moda en las revistas del

rubro. El libro señala que la visualidad tuvo un lugar central, y en particular, los medios difundían las últimas tendencias con distintas técnicas gráficas: la litografía, la ilustración y, posteriormente, la fotografía. *El estilo entre líneas* realiza un trabajo de archivo importante evidenciado en las imágenes que refuerzan y complementan el relato de la historia del periodismo de moda.

De acuerdo a Nelson Best, el vínculo entre la moda y el periodismo es simbiótico, ya que se necesitan y promueven mutuamente. Ambos son una producción ideológica que ofrece un estilo de vida, el texto menciona que las revistas establecían normas sobre qué comer, qué beber, cómo vestir, a qué jugar y qué leer. El contenido era previamente seleccionado, validado y, posteriormente, incluido en las publicaciones, promoviendo la tendencia a la igualación social. Así, las revistas crean el valor simbólico de la moda más allá de difundir nuevos vestuarios. Particularmente, *El estilo entre líneas* se dedica en parte a exponer históricamente cómo los medios de moda imponen una determinación del género y promueven un ícono de feminidad, según Nelson Best, las revistas desde sus inicios promueven ideales del género presentados como fantasías identificatorias.

*El estilo entre líneas* señala que desde las publicaciones iniciales sobre moda hasta la primera mitad del siglo XX no existían personas especializadas en este ámbito. La especialización en edición de moda se profesionalizó con la oferta de carreras universitarias y cursos, los Estados Unidos fue un país precursor en esta área. Los expertos con el tiempo se volvieron mediadores, líderes y “estilistas de sueños” gracias a su trabajo de curatoría. El periodismo de moda evolucionó desde una labor descriptiva a una labor crítica de la industria.

Uno de los temas que me gustaría destacar es la relación entre moda y nacionalismo y cómo la prensa junto con la industria sirvieron para difundir estas tendencias. El periodismo de moda desde sus orígenes se ha relacionado con el nacionalismo, Kate Nelson resalta que Luis XIV concebía la moda como un medio de dominación en la cultura europea y además el rey era consciente de la contribución económica de esta industria, por ambas razones él fue un promotor de la comercialización de la industria francesa. Otra ofensiva cultural de Luis XIV fue publicar *Le Mercure Galant*, la primera revista que incluía moda, donde se mostraba la indumentaria de la corte y datos sobre

sus usuarios. La revista creada en 1672 fue el primer artefacto cultural que circuló, aunque con intermitencia y cambios, hasta 1832.

Los principales árbitros de la industria eran el rey y la reina, *Le Mercure* sirvió como propaganda de la monarquía francesa, ya que vinculó explícitamente la identidad nacional con la superioridad del país galo en la industria de la moda. Otro ejemplo de nacionalismo y moda que entrega el texto es el caso de Alemania durante la Primera Guerra mundial. En agosto de 1914 los alemanes conformaron un comité para liberar a las mujeres de la moda extranjera y en 1916 surgieron asociaciones profesionales que promovían en la prensa el diseño de indumentaria alemán. Durante la guerra, la moda se inspiraba en los uniformes militares e incluso denominaron este estilo con nombres de generales, contenido que se difundía en revistas. La moda francesa en Alemania fue menospreciada bajo los argumentos de la sexualización de las mujeres, mientras que los franceses, por su parte, durante gran parte de la guerra se concentraron en afirmar la superioridad de su alta costura. La revista *La Gazette du Bon Ton* en julio de 1914 publicó una ilustración de una mujer con un traje rojo, azul y blanco titulado “La Marseillaise” donde se vincula claramente el patriotismo con la moda francesa.

En síntesis, *El estilo entre líneas* contribuye a los estudios teóricos de la indumentaria con un análisis de la historia del periodismo de moda y el contenido de este discurso, este texto es un aporte en la literatura del área y llena un vacío inexplorado por los estudios socioculturales. Otra gran aporte de este libro es el trabajo de archivo, pues investiga una larga trayectoria histórica desde las primeras publicaciones de moda del siglo XVII hasta la actualidad. Finalmente, su propuesta recorre la historia del periodismo de moda desde un enfoque descriptivo así como también, analítico, reflexivo y crítico.

Natalia Yáñez Ruiz  
Universidad de Chile  
natalia.yanez.ruiz@gmail.com

**BIBLIOGRAFÍA**

Baldassarre, Marisa, *París y la cultura de la moda. Arte, moda y género(s) entre Europa y América en el siglo XIX*, 13 de mayo de 2020, Universidad Nacional de San Martín. Clase.

Croci, Paula, y Alejandra Vitale. *Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado sobre moda*. Buenos Aires: La Marca Editora, 2012.