OPINIÓN

The New York Fashion Bazar.
Una joya de los magazines ilustrados

Julieta Ortiz Gaitán*

El hombre del Siglo XX encontraría la poesía en prospectos, catálogos y carteles, y la prosa en los periódicos...

José Jiménez

Los medios de comunicación han llegado a ser la fuente más importante de información y conocimiento en la configuración del panorama de saturación social, informática y mediática de nuestro tiempo. Constituyen un sistema determinante e influyente que hace llegar sus mensajes a todos los sectores: ricos y pobres, progresistas y reaccionarios, eruditos e iletrados, niños, jóvenes y no tan jóvenes. Se habla de una hiperrealidad fascinante que alucina con su poder de penetración incontenible, que ha modificado valores, conceptos y, sobre todo, la cosmovisión del mundo contemporáneo.

En sus inicios, la prensa fue sin duda el más impactante de los medios impresos en las sociedades industrializadas; fue medio de comunicación que alcanzó un periodo de auge hacia finales del siglo XIX con el perfeccionamiento de las técnicas de impresión y reproducción fotomecánica, y que contribuyó a la proliferación de las publicaciones diarias y al género conocido como *prensa ilustrada.* El surgimiento de publicaciones e impresos periódicos se dio en países industrializados tempranamente, y ya para 1832 el londinense *Penny Magazine* y el *Charivary* de París entregaban al gran público el acontecer de la época desde la óptica crítica de Daumier y Decamps, con imágenes complementarias y efectivas para formar y reflejar tanto la opinión como los gustos de una clase burguesa en continuo ascenso y consolidación.

Ilustraciones: Archivo Alberto Dallal

El papel de la prensa, como medio precursor de la comunicación masiva, fue determinante en el surgimiento de nociones tales como el individualismo, la libertad, el "dejar hacer" y el "dejar pasar", la divulgación del conocimiento (se le llamaba "vulgarización" de los conocimientos y abundó a través de manuales, guías y demás publicaciones que aún conservaban el sello del enciclopedismo) y otros conceptos que definen a las sociedades occidentales de ideología ciudadana, liberal y democrática. La información pasó a constituirse en un valor y en un derecho, llamados con el tiempo a erosionar las rígidas estructuras de la jerarquización social.

La expansión de la prensa ilustrada durante el siglo XIX se debió principalmente a los adelantos técnicos relacionados con su funcionamiento. El diseño editorial, la tipografía y las técnicas de impresión se vieron modificados por varios factores, uno de los cuales se refiere a la incidencia de la fotografía y toda la secuela tecnológica que de ella se desprende. Un hecho sustancial en este aspecto consistió en la posibilidad de grabar fotomecánicamente ilustraciones con semitonos, las llamadas tricromías y cuatricromías, que abrieron el camino para el uso industrial del color. Basado en los descubrimientos de Henry Fox Talbot y de Thomas Bolton, el *New York Daily Graphic* publicó el 4 de marzo de 1880 la primera ilustración fotográfica directa con medias tintas o semitonos, lograda con base en el uso de retículas:

> No ha habido dibujo en la ilustración. La impresión se ha obtenido directamente del original [...] y confiamos que estas ilustraciones puedan ser impresas regularmente en nuestras páginas directamente a través de las fotografías sin intervención del dibujo (Juan Antonio Ramírez, *Medios de masas e historia del arte,* Cátedra, Madrid, 1976, p. 122).

* Julieta Ortiz Gaitán es miembro del Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM. Es autora de *Imágenes del deseo: arte y publicidad en la prensa ilustrada mexicana (1894-1939)*, editado por la UNAM y la Dirección General de Estudios de Posgrado. Fuente: *Revista electrónica Imágenes*, del IIES.

En cuanto a la producción, en 1886 el *New York Tribune* utilizó por vez primera el mecanismo de la linotipia, que permitía el uso de bloques o líneas en lugar de la impresión de letras aisladas. Estas innovaciones incidirían, de manera sustancial, en la estandarización y producción masiva, debido al consecuente aumento de tiraje propiciado por rotativas con capacidad para imprimir miles de ejemplares, como los nueve mil ejemplares de doce páginas cada uno que imprimía por hora el *New York Journal* en 1895 (*ibidem,* p. 120). Por la misma época la casa editorial Monrocq de París, desarrolló la conveniencia de sustituir la piedra litográfica por planchas de zinc, lo cual repercutiría a favor del coste, el peso, el almacenaje y el uso de la llamada fotolitografía en impresiones a todo color.

Hacia finales del siglo XIX, el apogeo económico y social de la Bella Época se reflejó con *glamour* en la proliferación de magazines ilustrados publicados en las principales capitales europeas, protagonistas de la expansión imperial hacia el resto del mundo, con excepción de Estados Unidos de América, futura potencia industrial y sociedad de consumo por antonomasia. Es en las más importantes metrópolis donde se desarrollan los grandes emporios periodísticos que conformarán la base económica e industrial de la comunicación masiva y donde el perfeccionamiento de la tecnología permitirá los más altos niveles en calidad y cantidad que conviertieron a este tipo de revistas en verdaderas joyas de las artes gráficas.

Tal es el caso de *The New York Fashion Bazar,* publicada por George Munro en 1888. La publicación veía la luz mensualmente a un precio de 25 centavos el ejemplar y tres dólares la suscripción anual. El contenido, como su nombre lo indica, gira en torno a la moda femenina e infantil, así como a elaboradas labores de *crochet* y bordado realizadas exclusivamente por manos femeninas, como parte de sus virtuosas habilidades manuales. Las atractivas imágenes ejercen su encanto desde la portada, a todo color, y

con un esquema compositivo que se repite regularmente: la tipografía del encabezado, la envolvente fitomorfa y la galería de amorcillos de la parte inferior son los mismos en cada número y se encargan de enmarcar con líneas finas y ondulantes *art nouveau*, a siete bellas mujeres, jovencitas y niños que modelan vestidos, trajes, sombreros y todo tipo de accesorios de la complicada moda finisecular.

Importante antecedente en revistas de moda fue el *Harper's Bazar. A Repository of Fashion, Pleasure and Instruction,* publicado por primera vez en 1867 en la ciudad de Nueva York, con un precio de diez centavos el ejemplar y cuatro dólares la suscripción anual, a pagar "por adelantado" ("*Per year in Advance*"). El subtítulo del encabezado habla con elocuencia de las funciones de este género de publicaciones: "moda, placer e instrucción", es decir, además de la moda y el entretenimiento, promover la idea ilustrada de divulgación de todo tipo de conocimiento y ciencia aplicada, por medio de procedimientos prácticos del "hágalo usted mismo", todo lo cual redundaría en el mejoramiento de los niveles de vida.

En el rubro de "placer" es clara la intención de dar espacio a prestigiados dibujantes e ilustradores que tenían a su cargo la ejecución de imágenes, así como a jóvenes artistas que, con el tiempo, también formarían parte de lo más destacado de las artes gráficas. Sin embargo, aun en la enorme cantidad de grabados e ilustraciones que permanecen en el anonimato, encontramos cualidades pictóricas suficientes para considerarlos en la misma categoría relevante. Es notable, por ejemplo, la precisión y delicadeza de la línea que reproduce los bordados y tejidos a gancho de *crochet* en los artículos dedicados a estas labores.

El *New York Fashion Bazar* dedicaba la mayoría de sus páginas a la moda pero también publicaba obras de teatro, novelas por entregas, poemas, artículos como "Las mujeres en los negocios", "Comentarios y cotilleos", "El arte de administrar la casa"

("*Good Housekeeping*"), escritos sobre mujeres destacadas, "El Doctor de las Damas", partituras, historietas y tiras cómicas, así como una gran variedad de anuncios y "reclamos".

Los modelos, tanto de la portada como los del interior de la revista, se numeran en la imagen para localizar con facilidad en el texto la descripción detallada de las prendas de vestir. En las últimas páginas de cada ejemplar, entre la variedad de anuncios y publicidad, los patrones para confeccionar ropa en casa se ofrecen como un gran atractivo. *Munro's Bazar Pinned Patterns* afirmaba que estaban preparados para surtir todos los patrones de las prendas publicadas en la revista; por lo tanto, la numeración facilitaba los pedidos por correo. En el anuncio se especificaba cómo tomar medidas para la correcta selección de los patrones y el precio de los mismos; se podían adquirir *Pinned Patterns* para prendas de damas y niños. Para los residentes en Canadá había que cubrir un cargo extra de diez centavos.

La moda, como un sistema simbólico de gran contenido social, estableció claramente tanto las jerarquías de la sociedad como los roles desempeñados, las distinciones, identidades, gustos y demás factores indicativos de las coordenadas sociales en las cuales se encontraba un individuo. La confección de ropa estuvo a cargo de modistos, principalmente, quienes vestían a la aristocracia y a las élites; el común de los mortales elaboraba su ropa en casa sin mayores pretensiones, siguiendo formas tradicionales del vestido. Sin embargo, en el clima de evolución y progreso propio del siglo XIX irrumpen dos inventos que cambiarán este esquema establecido: la máquina de coser, patentada por Isaac Singer, y los patrones para corte y confección obra de Ebenezer Butterick.

Butterick, nacido en Sterling, Massachussets, en 1826, al oír las quejas de su mujer por no encontrar una manera fácil y práctica de hacer la ropa de los niños, se le ocurrió la idea de elaborar en papel las piezas de las prendas de vestir, como un rompecabezas, pero hecho a manera de moldes que además abarcaran distintas tallas y medidas. El éxito inmediato del invento causó, entre otras cosas, una cierta democratización en la apariencia de los seres humanos, mayor higiene en las costumbres y la disminución de las tareas de costura en casa. El logro de Butterick lo llevó asimismo a publicar en 1867 el *Ladies Quarterly of Broadway Fashions,* y poco después un boletín mensual intitulado *Metropolitan*, y en 1873 otro magazine denominado *The Delineator.* La empresa continúa operando con prosperidad hasta nuestros

días, en el mismo edificio levantado en 1903, el Butterick Building, en el centro de Manhattan (disponible en www.butterick.com, consultado el 4 de junio de 2007).

Buena parte de la aceptación de estos patrones de costura —*Pinned Paper Patterns*— se debió a la difusión dada por revistas de moda, como el mencionado *New York Fashion Bazar,* donde la Munro's Publishing House (instalada entre los números 17 al 27 de Vanderwater Street, Nueva York) se encargaba de ofrecer libros, catálogos y publicaciones como "A new book for Ladies. *Cutting-out and dressmaking.* Full Directions for Cutting every Garment worn by Ladies, with NUMEROUS DIAGRAMS. Price twenty-five cents".

Como complemento de la máquina de coser, los patrones se anunciaban

como "*The Standard System of Dress-Cutting* [...] You have a MACHINE for *sewing* garments, and now comes a machine for *cutting* them. Make a pleasure of your profession and gratify your customers by TESTING this great labor-saving invention, this season, at your own home for 30 DAYS FREE OF CHARGE".

En estas promociones está presente, de manera reiterada y permanente, la finalidad no sólo de ahorrar esfuerzo sino también de hacer placentero el trabajo, con la intervención efectiva de la máquina.

Otro de los atractivos ofrecidos por el *New York Fashion Bazar* consistía en los manuales de diversos tipos anunciados al final de cada número. Piezas literarias que documentan, de manera prístina, el pensamiento y sentir de una época, entreverados con rituales y costumbres que reflejan los valores, además de las "buenas maneras", indispensables para el correcto y exitoso desempeño social. Destaca entre los manuales publicitados *The New York Fashion Bazar Book of Etiquette, A Guide to Good Manners and the Ways to Fashionable Society,* que por el precio de 25 centavos ofrecía "todas las reglas de cortesía de la Vida Moderna; la etiqueta para compromisos y matrimonios; las buenas maneras y educación de los niños; el arte de la conversación y de la escritura de cartas; invitaciones; maneras en la mesa; etiqueta para visitas y lugares públicos; cómo servir desayunos, almuerzos, comidas y tés; cómo vestirse para viajes, ir de compras y cómo comportarse en hoteles y balnearios. Este libro contiene todo lo que una Dama y un Caballero requieren para un correcto comportamiento en todos los eventos sociales".

Otros interesantes manuales ofrecidos fueron el *New York Fashion Bazar Book of the Toilet. A Complete Guide and Manual to all the Arts and Secrets of Personal Beauty and Charm;* así como el *New York Fashion Bazar Model Letter-Writer and Lovers' Oracle. A Complete Guide for Both Ladies and Gentlemen in Elegant and Fashionable Letter-Writing.* Por medio de estos manuales se aprendían las reglas y los secretos del cuidado de la belleza y salud para las damas, así como el saber escribir cartas correctamente y con los formatos establecidos para cada ocasión, ambos requerimientos considerados de gran utilidad y beneficio tanto social como individual. También por catálogo se podían ordenar los más variados títulos de libros de bolsillo, en la copiosa lista ofrecida por *The Seaside Library. Pocket Edition,* de la mencionada casa editora de George Munro.

Las revistas de modas, con un contenido más ecléctico y mundano, han continuado hasta nuestros días brindando a los lectores y consumidores toda la variada información que es bien recibida, ya sea por su ligereza, entretenimiento, conocimiento o simplemente por enterarse de lo que sucede en el mundo, incluida la moda.

Nada mejor para concluir que el editorial de *Revista de Revistas* (escrito con motivo de su 25 aniversario), destacada publicación mexicana, en el cual conocemos los objetivos que han hecho de las publicaciones de modas uno de los géneros más exitosos del periodismo moderno:

> La tribuna de los sabios y de los poetas, los hombres de ciencia y los artistas. Y junto a la nota frívola, el comentario y la información; la nota gráfica de interés general y las crónicas de viaje; doctrinas filosóficas, humorismo, historia, conocimiento y divulgación de teorías estéticas y políticas, inventos y descubrimientos. Un kaleidoscopio interesante y ameno, enciclopedia semanal que traduzca todos los aspectos de las actividades humanas (27 de enero de 1935).