

Los balnearios junto al mar en los “Números de verano” de la revista ilustrada *Elegancias* (una mirada transatlántica)

THE SEASIDE RESORTS IN THE “SUMMER ISSUES” OF THE
ILLUSTRATED MAGAZINE *ELEGANCIAS* (A TRANSATLANTIC VIEW)

Clara María Avilés

Centro de Letras Hispanoamericanas / Instituto de Investigaciones
sobre Sociedades, Territorios y Culturas / Consejo Nacional de
Investigaciones Científicas y Técnicas / Universidad Nacional de
Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina
<https://orcid.org/0000-0002-3109-9803>
avilesclaram@gmail.com

RESUMEN: El propósito de este trabajo es explorar cómo la revista *Elegancias* (1911-1914), editada en París y bajo la dirección literaria de Rubén Darío, abordó la práctica del veraneo costero y difundió imaginarios estacionales en el fin de siglo. El estudio se enfoca en dos números especiales de la revista dedicados al veraneo y destaca su compromiso con las tendencias y preocupaciones de la época, como la literatura, el arte, la moda y los viajes durante la temporada estival. A través de este análisis, se demuestra que *Elegancias*, durante los primeros decenios del siglo XX, buscó insertarse en la representación discursiva de la temporada de verano en torno al mar, moldeando así las formas de percepción de sus lectores. En última instancia, esta investigación arroja luz sobre la importancia cultural e histórica de *Elegancias* como un medio de comunicación transatlántico con raíces en la capital francesa, pero con una identidad propia en el mundo hispanohablante.

PALABRAS CLAVE: revista *Elegancias*; verano, balnearios, ciudades costeras, imagen femenina.

ABSTRACT: The aim of this paper is to explore how the magazine *Elegancias* (1911-1914), published in Paris under the literary direction of Rubén Darío, addressed the practice of coastal vacationing and disseminated seasonal imaginaries at the turn of the century. Focusing on two special issues dedicated to summer vacations, the research highlights the magazine's engagement with the trends and concerns of the time, such as literature, art, fashion, and travel during the summer season. Through this analysis, it is demonstrated that *Elegancias* sought to insert itself into the discursive representation of the summer season by the sea during the early decades of the 20th century, thus shaping the perceptions of its readers. Ultimately, this research sheds light on the cultural and historical importance of *Elegancias* as a transatlantic communication medium with roots in the French capital but with its own identity in the Spanish-speaking world.

KEYWORDS: *Elegancias* magazine, summer, resorts, coastal cities, female image.

El fin del siglo XIX favoreció una intensa comunicación entre América Latina y diferentes regiones de Europa, debido principalmente a un incipiente desarrollo de la industria cultural y una ampliación del público lector en el marco de un proceso modernizador y democratizador más general. Como resultado de ese intercambio entre las dos orillas del Atlántico, se generó un considerable número de magazines y revistas entre los últimos años de aquella centuria y el comienzo de la Primera Guerra Mundial. Durante el periodo finisecular, las publicaciones periódicas articularon los discursos de la modernización de las élites intelectuales y artísticas y, además, fueron testimonios elocuentes de los fundamentos materiales de esa modernización acelerada que se inició hacia el ocaso del siglo (Ehrlicher 2). En este sentido, conviene recordar que estas revistas culturales se publicaron en un momento coyuntural, caracterizado por la expansión del capital, el crecimiento de las conexiones de transporte, la circulación de la noticia y las comunicaciones globales. La consolidación de los

ideales de una cultura burguesa trajo consigo la irrupción de lo moderno y sus facetas –tecnología, progreso, novedades–, configurados sobre una raíz común: el fenómeno de la “unificación del mundo” (Hobsbawm 60).

El presente artículo se propone indagar en el tratamiento y la difusión de las incipientes prácticas de veraneo en las ciudades balnearias tal como se manifestaron en dos números de *Elegancias* (1911-1914), consagrados especialmente al tema. La revista ilustrada fue concebida como un proyecto geopolítico transatlántico, que contó con la dirección literaria del reconocido escritor nicaragüense Rubén Darío y estuvo dirigida al mundo hispanohablante desde París. Nuestra hipótesis de trabajo está orientada a relacionar la representación de prácticas de ocio modernas, elegantes y de raigambre transatlántica en las páginas de *Elegancias*, con los aspectos materiales de la publicación y la atención concedida a un lectorado femenino. Si bien el corpus seleccionado se centra en los números seis y siete del primer volumen de *Elegancias*, por estar dedicados principalmente a la estación estival, estableceremos reenvíos y redirecciones a otros momentos de la publicación¹, así como a *Mundial Magazine* –editado por el mismo equipo y publicado simultáneamente a *Elegancias*–, ya que nos interesa reparar en la preocupación de los editores por capturar el desarrollo de diferentes actividades durante el verano, atractivas para lectorados con necesidades, deseos y consumos específicos: los actores y actrices que ingresan en la escena pública para vacacionar en las playas, los hábitos de consumo –la moda– y las formas de sociabilidad protagonistas de las páginas, entre otras prácticas ligadas al ocio y a la industria turística montada en torno del mar –modas, lecturas, recreación, esparcimiento y actualidades en general–.

Al recorrer las páginas de estas revistas, resulta evidente que letra e imagen, como señala Adela Pineda Franco, “se dan la mano para evocar los aires de la modernidad” (*Geopolíticas* 9). En este sentido,

¹ Sin embargo, el veraneo aparece mencionado, entre otros, en los números 4, 5, 8, 9, 10, 11, 25, 29 y 35.

creemos necesario subrayar la utilidad de ciertos desarrollos sobre la exploración de la imagen que, si bien durante largo tiempo fueron soslayados, nos reenvían al campo de estudio de la cultura visual (Mirzoeff 24). Tanto la expansión de la visualidad por el impacto de las nuevas tecnologías como el avance de los estudios de la imagen son factores que han contribuido al análisis del denominado “giro visual”, “icónico” o “pictórico” en el campo de las humanidades y las ciencias sociales (Mitchell 20). Consideramos que los estudios de la cultura visual ofrecen una alternativa a los enfoques logocéntricos y permiten interpretar estos “artefactos culturales” como diferentes formas del discurso, mediante metodologías de análisis basadas en los estudios intersemióticos. Por ese motivo, nuestro estudio se empeña en atender simultáneamente a los textos verbales, entre los que se destacan diferentes formatos –notas editoriales, contribuciones de cronistas y poetas del modernismo latinoamericano– y los textos icónicos –fotografías con sus epígrafes, dibujos e ilustraciones–, por mencionar solo algunos materiales de interés.

DE LECTOR DE REVISTAS A DIRECTOR LITERARIO

Muy tempranamente, Rubén Darío, cuando fue enviado como corresponsal del diario porteño *La Nación* a España, en medio del conflicto del país insular por la pérdida de sus últimas colonias, discutió sobre las revistas del campo cultural y publicó un texto sobre ese asunto, titulado “La cuestión de la revista: Magazines e ilustraciones: La caricatura en España”². En el artículo, publicado el 20 de junio de

² No fue esta la única vez que el nicaragüense polemizó sobre las publicaciones periódicas. Entre sus corresponsalías para el mismo periódico argentino, se encuentran otros textos en los que volvió sobre el medio y dirigió su estudio mayormente a la prensa española, francesa y norteamericana. Solamente en *La Nación* publicó: “Los concursos de ‘El Liberal’ – La literatura y el dinero – La prensa española – Rumbos nuevos” (02/03/1900); “La prensa en España – Periódicos y periodistas” (03/03/1900); “La prensa parisiense – I. Los diarios”

1899, a menos de un mes después de haberlo escrito en Madrid, el nicaragüense reflexionaba sobre la prensa ilustrada a partir de lo que llamó “el problema de la revista”:

Seguramente el motivo del decaimiento estribó en lo que por lo general causa la muerte de las revistas. Los que las dirigían, por pobres o por tacaños, querían henchir el cuaderno con trabajos que no les costaban dinero, y recurrían a la falange de los grafómanos que hacían fluir gratis los productos de sus inagotables sacos; reunían subscriptores entre sus amigos y conocidos, que por fin se cansaban de la continua bazofia y rompían a veces con la amistad, el recibo de la suscripción. Nada más grotesco que el director de una publicación que contaba para ella “con sus amigos” (Darío, “La cuestión” 2).

En esta cita, nos interesa señalar la reflexión respecto del rol de la dirección de las revistas, un lugar que para ese entonces Darío ya había ocupado en 1894, junto a su amigo, el joven poeta boliviano Ricardo Jaimes Freyre, en la *Revista de América* de Buenos Aires, fundada y dirigida por los escritores modernistas³.

Si bien Darío era un ávido lector de diarios y revistas europeos y americanos –muchos de entre los cuales había colaborado–, el modelo más admirado por el nicaragüense en lo que respecta a las publicaciones periódicas fue, sin dudas, el norteamericano:

Los Estados Unidos han enseñado al mundo la manera como se hace un *magazine* conforme con el paso violento del finisecular progreso. Los adelantos de la fotografía y el ansia de

(12/10/1902); “La prensa parisiense – II. Las revistas” (20/10/1902); “Films de París: I. ¡Estas mujeres! / II. La prensa de París / III. El burro pintor” (12/06/1910); y “España y la guerra – La prensa – Otros temas” (08/10/1914).

³ Pese a contar, entre sus propósitos, con el anhelo de “ser el órgano de la generación nueva que en América profesa el culto del Arte puro, y desea y busca la perfección ideal” (Jaimes Freyre y Darío 1), la revista se suspendió luego de ver la luz el tercer número.

información que ha estimulado la prensa diaria, han hecho precisos esos curiosos cuadernos que periódicamente ponen a los ojos del público junto al texto que les instruye, la visión de lo sucedido (Darío, “La cuestión” 2).

Lo más destacado, desde la percepción de Darío, era la “manera” de contar. Es decir, la búsqueda por dar cuenta de “la visión de lo sucedido”, porque uno de los aspectos más importantes en la publicación periódica recaía en el formato, debido a la relevancia que le asignaba a la materialidad de los magazines. Como él mismo lo señaló, se trataba de una modalidad exigida, a su vez, por el “paso violento del finisecular progreso”.

Años más tarde, en 1911, con una impronta similar a la rescatada por Rubén Darío, ingresaron en la escena parisina *Mundial* y *Elegancias*, dos revistas profusamente ilustradas que formaron parte del nutrido grupo de impresos de circulación transatlántica que estaba dirigido a públicos hispanohablantes privilegiados. Ambas fueron editadas y publicadas en París, “la metrópolis que los avalaba [a los diversos escritores latinoamericanos y españoles] como artistas de primer orden ante el mundo” (Pineda Franco, “Rubén Darío” 108). Se trató de publicaciones editadas en la capital francesa, pero escritas en español, pues estaban destinadas a un lectorado conformado por hispanoamericanos residentes en París, parisinos hispanohablantes y suscriptores rioplatenses, brasileños y españoles.

Las publicaciones gemelas fueron solventadas por tres distinguidos editores y propietarios de medios: los uruguayos empresarios del libro Alfredo y Armando Guido –conocidos bajo el nombre “Guido Fils”– y el fotógrafo y dibujante español Leo Merelo, también responsable de la dirección artística de las revistas. Con la propuesta editorial de estas revistas lujosas, los hermanos Guido contactaron, por recomendación del escritor argentino Alejandro Sux, quien residía en ese momento en París, a una de las plumas más reconocidas del modernismo hispanoamericano. Rubén Darío, también radicado en la capital francesa, como corresponsal del diario porteño *La Nación*,

fue así contratado para desempeñarse como director literario de *Mundial* y *Elegancias*^{4,5}.

Si *Mundial* se perfiló como un magacín culto, sobre artes y letras, *Elegancias* se diferenció por su mayor carácter comercial –aunque también cuidando el estilo literario y artístico–, es decir, más orientado a la moda y acorde a los gustos femeninos. En la contraportada del primer número de *Elegancias*, advertimos que figura –entre otros datos editoriales– el costo de las suscripciones en París, Buenos Aires y España, respectivamente –sin contar los números exclusivos para las montevidéanas–⁶. Además, aparecen mencionadas allí mismo las

⁴ Sin embargo, es preciso subrayar que ambas revistas formaron parte de una iniciativa editorial mayor que tenía el propósito de destacarse por su calidad material y por el hecho de que se editara en la capital francesa, cosmópolis del modernismo hispanoamericano. Sobre este punto, las críticas argentinas Georgina Gluzman y Alejandra Torres sostienen que *Mundial* y, sobre todo, *Elegancias* fueron herederas –en prestigio y materialidad– del magacín *Gustos y Gestos* (París, 1910-1911): una publicación anterior, con características similares, que contó con el solvento económico y la dirección artística de las revistas que la siguieron (Gluzman 154-155; Torres 106).

⁵ Darío ingresó a *Mundial* para desarrollar las tareas de director literario y colaborador –así señalado entre las primeras páginas de cada número– sobre los diferentes temas abordados en el magacín, cuyo subtítulo anunciaba: “Arte, Ciencias, Historia, Teatro, Actualidades y Modas”. Lo mismo pasó, aunque apareciera como director literario desde el número 16 en adelante, con la otra revista, cuya primera sede fue también el Boulevard des Capucines, 24: *Elegancias*. El nicaragüense evoca su convocatoria, sobre el final de su vida, en la autobiografía por entregas que fue publicada en *Caras y Caretas*: “Llamado por el artista Leo Merelo para la fundación de la revista *Mundial Magazine*, entré luego en arreglos con los distinguidos negociantes señores Guido, y he consagrado mi nombre y parte de mi trabajo a esa empresa, confiando en la buena fe de esos activos hombres de capital” (Darío, *La vida de* 198). Si bien menciona únicamente a *Mundial* –porque de las dos revistas esta última fue la que le exigió mayor compromiso y dedicación–, fue el director artístico también de *Elegancias*.

⁶ Entre los 46 números que tuvo *Elegancias*, algunos fueron anunciados, por temática o distribución, como “Extraordinarios”. El número 5 (primera quincena de julio de 1911) estuvo dedicado al *Grand Prix* y el 38 (diciembre de 1913) a la navidad. En los otros casos, se trató de números especiales para los abonados de

empresas encargadas de distribuir los ejemplares en numerosos países de nuestro continente –Chile, Brasil, Paraguay, Panamá, Venezuela, entre otros–. En consecuencia, el deseo editorial no solo respondía a los requisitos de una modernidad en desarrollo, sino que también atendía las demandas de incipientes públicos específicos, como fueron, en el caso de *Elegancias*, las lectoras de principios del siglo XX⁷.

La primera entrega de *Elegancias* vio la luz el 1 de mayo de 1911, mientras que el número cuarenta y seis, el último, fue publicado en agosto de 1914. Alba Aragón define *Elegancias* como “el órgano femenino de una propuesta editorial más amplia que, al lado de su publicación hermana *Mundial*, prometía un lugar para la cultura his-

publicaciones periódicas de regiones de América Latina en las que se distribuía la revista: el 16 (febrero de 1912), 18 (abril de 1912), 19 (mayo de 1912), 20 (junio de 1912), 22 (agosto de 1912), 23 (septiembre de 1912), 25 (noviembre de 1912), 28 (febrero de 1913), 29 (marzo de 1913), 30 (abril de 1913), 31 (mayo de 1913), 36 (octubre de 1913) y 37 (noviembre de 1913) fueron ediciones especiales para los abonados del *Diario de La Plata* de Montevideo; el 32 (junio de 1913) y 43 (mayo de 1914) fueron ediciones especiales para los abonados de *El diario ilustrado* de Santiago de Chile; el 34 (agosto de 1913) fue una edición especial para *Paiz* de Río de Janeiro –con publicidades en español, pero escrita enteramente en portugués–; y, por último, el 39 (enero de 1914) fue para los abonados de *El diario*, de Buenos Aires. Según señala *Elegancias*, los suscriptores recibieron sin aumento de precio todos los números extraordinarios que se publicaron.

⁷ Ambas revistas, por tratarse de órganos de la misma sociedad de publicaciones en español, compartieron una misma lógica de promoción mutua, por lo que, en la mayoría de sus números (si no en todos) una difundía el próximo número de la otra. Por ejemplo, en el número inaugural de *Elegancias*, publicado el 1 de mayo de 1911, en París, en la nota editorial de la primera página, titulada “Al público en general. A amigos y lectores”, la razón social “Leo Merelo y Guido Fils” comunicó la constitución de una “sociedad de publicaciones en español” (1), encargada de editar la revista quincenal *Elegancias* y el magacín mensual *Mundial Magazine*, cuyo número inaugural salió a la luz pocos días después y –según lo previsto– el quinto día de mayo. Lo mismo sucedió en el primer número de *Mundial*, en donde se promociona *Elegancias* en un anuncio a página completa, sobre el final de la revista, con un índice abreviado de las notas y artículos más destacados del número e información general sobre la “revista quincenal ilustrada” sobre “Artes, Sociedades, Modas, Cuentos, etc.”, entre otras publicidades en español y francés que ofrecen desde bujías a perfumes.

panoamericana en París, eje simbólico de la modernidad finisecular” (2). Durante los primeros trece números, se publicó con periodicidad quincenal, pero más adelante comenzó a editarse mensualmente. En la dedicatoria del primer número, los editores Leo Merelo, Alfredo y Armando Guido anunciaron que *Elegancias* se perfilaba como “el exponente de la vida hispano americana en París y se ocupará de las mundanidades y de modas, de todo aquello, en fin, que se relacione con las bellas artes, la vida femenina y la sociedad” (*Elegancias* 1: 1). En esos momentos, las mujeres lectoras no eran una rareza, sino que contribuían al lectorado diversificado y creciente que consumía impresos de todo tipo. Ya eran frecuentes las lectoras de periódicos y semanarios, de magazines ilustrados o de revistas de moda que se imprimían exclusivamente para ellas y en las que colaboraban, además, asiduamente, como redactoras –fueran hombres con pseudónimos de mujeres, o las mismas mujeres– (Batticuore 28).

Desde sus inicios, *Elegancias* proyectó la incorporación de un gran número de imágenes que se materializaron en la sintaxis de un magacín profusamente ilustrado⁸. Y, en este sentido, el primer detalle que llama la atención es el hecho de que se presentase como una “revista ilustrada”, lo que le confirió desde lo discursivo y lo material un sitio destacado a la imagen. *Elegancias*, como *Mundial Magazine*, además de disponer de la prestigiosa dirección literaria y de las contribuciones del mismo Darío, contó con artículos, poemas, cuentos y crónicas de reconocidos autores del modernismo hispánico, como los enviados por Juan Ramón Jiménez, Amado Nervo y

⁸ Sobre el concepto de “sintaxis” de la revista ilustrada, remitimos a la expresión propuesta por Beatriz Sarlo en su insoslayable artículo “Intelectuales y revistas: razones de una práctica”, en el que la crítica argentina señala que los libros y las revistas poseen sintaxis diferentes. En el caso de los primeros, hay una que “se juzga más definitiva”; mientras que las segundas llevan “las marcas de la coyuntura en la que su actual pasado era presente” (10). Por ese motivo, consideramos que la composición textual y visual del medio, los avisos publicitarios y las redes de intelectuales y artistas que circularon en *Elegancias* deben ser atendidos de igual manera al momento de reflexionar acerca del veraneo en las ciudades balnearias.

Enrique Gómez Carrillo –muchos de ellos conocidos y amigos del director literario–⁹.

La inversión editorial en un formato lujoso, extendido a los aspectos tipográficos y artísticos, dio como resultado una revista de edición con gran variedad de recursos visuales: fotografías, ilustraciones en blanco y negro y a color, reproducciones fotográficas de pinturas y dibujos. El afán por constituir el doble *locus* de enunciación del magacín, “parisino y latinoamericano” (Merbilhaá 101), y por dar a conocer al público femenino hispanohablante los temas de moda y actualidad se vio reforzado por el marcado interés puesto en la fotografía, una herramienta cuya difusión fue relativamente rápida, cada vez más portátil y –aunque todavía costosa– de mayor acceso. Esta convergencia entre visualidad y escritura hizo posible que la imagen gradualmente fuera adquiriendo mayor protagonismo –en gran medida, producto de las transformaciones culturales antes mencionadas– y que la difusión de nuevas tecnologías permitiera ampliar el horizonte de posibilidades dentro del ámbito gráfico.

EL VERANO JUNTO AL MAR

La noticia del verano llegó anunciada con anterioridad, como otros tantos asuntos de importancia para *Elegancias*. Por lo general, este tipo de avisos se debía, en parte, a que los números especiales involucraban un costo adicional para quienes no estaban suscritas al medio,

⁹ En este sentido, en la contraportada del primer número de *Elegancias*, la sociedad de Merelo y los Guido destaca, entre la información más relevante que se señala a quienes quieran enviar sus colaboraciones, ciertos aspectos que traducen la línea editorial del impreso: sobre los dibujos, que esperan que sean remitidos de cualquier parte de América; sobre las fotografías, que serán “generosamente pagadas” y que la revista, “siendo ante todo artística”, recibirá con interés todo envío de fotografías; mientras que, sobre los artículos –cuentos cortos, humorísticos, crónicas, asuntos de actualidad y de interés en general– se indica que serán examinados cuidadosamente (*Elegancias* 1: 1).

debido al aumento de valor que provocaba el agregado de páginas y fotografías a color. El 15 de junio de 1911, cuando se publicó el número 4, un pequeño recuadro titulado “Nuestro próximo número” compartió el siguiente comunicado:

El próximo número de *Elegancias* estará consagrado en gran parte al *Grand Prix* de París que, como se sabe, es el suceso más importante de la *temporada* parisién.

Queriendo hacer de *Elegancias* una publicación esencialmente parisién en cuanto a moda se refiere, creemos de interés para nuestras lectoras hispano-americanas, la descripción gráfica de una de las fiestas parisienses más conocidas en el mundo entero.

La cubierta se debe al gran artista italiano Sr. Orazi; en ella ha desplegado todo su talento de dibujante y de colorista.

Una notable página igualmente en color, de Gosé, representando los *mail-coach* que parten a las carreras; varias otras gráficas sobre el mismo asunto, sin olvidar el teatro, las actualidades y la moda, que en este número será particularmente interesante, pues daremos algunos modelos en colores.

Es decir 40 páginas de texto común y varios suplementos en colores.

Precio del número: 1 franco. A los suscriptores les será remitido sin aumento de precio.

Prevenimos desde ahora a nuestros lectores, que nuestro número del 15 de Julio, será extraordinario, y por todos los conceptos notable. Estará dedicado al verano, y sobre este tema versará gráfica y literariamente (*Elegancias* 4: s/n, énfasis en el original).

Además de informar a las lectoras que la siguiente emisión estaría consagrada al *Grand Prix* de París, el primer evento de carreras hípi-cas, el equipo de publicaciones de Leo Merelo y los hermanos Guido “previno” que el número 6, destinado a emitirse el 15 de julio –es decir, dos números posteriores al del aviso–, sería “extraordinario, y por todos los conceptos notable” y versaría sobre el verano, tanto gráfica como literariamente. Como se puede advertir, la línea editorial rescata y homologa la importancia tanto de las artes gráficas

como de las literarias porque concibe la sintaxis del magacín como un equilibrio de estos dos aspectos, difícilmente soslayables entre sí. Otro elemento destacable es el señalamiento sobre el doble *locus* de enunciación de *Elegancias*, previamente mencionado, ya que, en este caso, el anuncio deja en evidencia, por un lado, que es una revista “esencialmente parisién” y, por el otro, que se trata de un impreso que busca establecer un diálogo transatlántico para transmitir las novedades de esa ciudad a las lectoras hispanoamericanas.

Más adelante, reaparece la noticia acerca de los números dedicados a la estación estival en la quinta emisión de la revista —es decir, en el número posterior al del mencionado aviso—. En el número extraordinario del 1 de julio, sobre el evento hípico parisino, se observa en la contraportada un pequeño aviso a color con información destacada sobre las dos publicaciones siguientes. La dirección comunicaba que no habría solo un número dedicado al verano —como se había anticipado—, sino que serían dos y, además, aprovechaba para volver a destacar la materialidad y calidad de las contribuciones de la revista:

Número de verano

Los dos próximos números de *Elegancias* estarán consagrados en gran parte a la estación de verano, y aunque extraordinarios por la cantidad de ilustraciones debidas a los más conocidos artistas y por las notables fotografías y crónicas que en ellos publicaremos, el precio será como siempre de 50 céntimos ejemplar.

Recomendamos al público el próximo número del 15 de julio, cuya cubierta en colores es debida al notable artista René Lelong (*Elegancias* 5: 130).

Nuevamente, el interés del grupo editorial está puesto por igual tanto en las crónicas como en las fotografías, pinturas e ilustraciones, entre otros recursos gráficos innovadores de gran peso en la revista. En ese sentido, es destacable que se mencione el nombre del autor de la portada —como había ocurrido con la del número sobre el *Grand Prix*—, porque su promoción es una muestra concreta de la valoración del trabajo de los artistas involucrados. Y, por otro lado, también es

relevante que se haga hincapié en el precio del número, ya que, como era de esperar para una revista que buscaba representarse como “lujosa y artística”, y aun poseyendo un elevado costo de elaboración, su precio no era exorbitante, como lo advierte la crítica argentina Georgina Gluzman, al señalar que el valor de la suscripción de *Elegancias* salía poco más del doble que *Caras y Caretas* (176).

De acuerdo con lo previsto, la publicación del 15 de julio de 1911 trajo consigo el arte de tapa, a cargo del ilustrador y pintor francés René Lelong (1871-1933). Como dijimos, los números 6 y 7 de *Elegancias* versan sobre el verano en la playa europea y corresponden a la segunda quincena de julio y la primera de agosto, por lo que es preciso tener en consideración que la estación ocupa, en ese hemisferio, entre el 21 de junio y el 22 de septiembre. En sintonía, las dos tapas de la breve serie de dos números muestra dos situaciones de mujeres en torno al mar.



FIGURA 1. “En la playa, por René Lelong”. Portada de *Elegancias*, volumen I, número 6, 15 de julio de 1911.

La portada del número 6 de *Elegancias* enmarca una pintura a color que lleva por título “En la playa”, del artista ya anunciado en las dos revistas del grupo¹⁰. En el centro de ella, se recorta una silueta femenina en traje de baño “posando” en la playa. Todos los elementos que constituyen la escena involucran un efecto de movimiento, como si se tratara de una instantánea capturada espontáneamente en las orillas de la costa. Primero, el pareo o pañuelo grande, generalmente utilizado por las mujeres para cubrir su cuerpo una vez afuera del mar, que se muestra ondulado por el viento; en un segundo plano de cercanía respecto de la protagonista, se observa a un pequeño perro, con la mirada atenta a ella e inmortalizado mientras corría por la arena. En el fondo de la imagen, se muestra a dos mujeres juntas que disfrutaban ser alcanzadas por una ola rompiéndose. Esta pintura de un perfecto momento de ocio junto al mar es la primera de una serie de contribuciones firmadas por el pintor francés, introducido por los editores de la revista como “el maestro de las elegancias” (*Mundial Magazine* 4: 448). Otra gran figura llama la atención en esa edición del magacín. Se trata de los “Poemitas de verano” de Rubén Darío, un grupo de textos muy breves, escritos en prosa, que coinciden con la primera contribución firmada por el director literario de la revista. Para completar esa primera página, el cronista guatemalteco Enrique Gómez Carrillo, otro de los escritores más reconocidos e importantes de *Elegancias*, escribió una breve reseña sobre el teatro en verano, en la que se detiene en una pieza teatral de Alfred Capus, “el único espectáculo veraniego” (*Elegancias* 6: 166), en sus palabras.

¹⁰ Lelong alcanzó gran reconocimiento por ser retratista de muchas pinturas publicitarias de la compañía Kodak —dedicada al diseño, producción y comercialización de equipos fotográficos—, e integró la nómina de artistas internacionales de la época, esencialmente franceses y españoles, que colaboraron tanto en *Mundial Magazine* como en *Elegancias*. De entre esos fotógrafos, ilustradores y dibujantes, destacamos los nombres de Xavier Gosé, Simont, Joaquín Xaudaró, Manuel Orazi, Falgas, E. Castelluci, Daniel Vázquez Díaz, A. de Parys, entre otros (González Martel 142).

Por su parte, en la cubierta del número siguiente, el segundo consagrado en gran parte al verano, observamos otro tipo de imagen. Se trata de una fotografía en blanco y negro, con una escena similar a la retratada en la tapa anterior. En esta oportunidad, vuelve a haber una protagonista en el centro de la escena, con una leyenda debajo que destaca:

“AL AGUA PATOS”

¡El placer del baño es incomparable! Las elegantes de todos los tiempos han considerado las playas como santuarios, y hoy, más que nunca, las lindas evas van hacia la “onda helada” con gran alegría... y con el imprescindible *petit chien* (*Elegancias* 7: 195, énfasis en el original).



FIGURA 2. “Al agua patos”. Portada de *Elegancias*, volumen I, número 7, 1 de agosto de 1911.

La protagonista de la tapa, con el “imprescindible” perrito –exhibido como un atributo más de la capacidad de consumo y las exigencias de la moda–, como se lo denomina en el pie de foto, esta vez se muestra contemplativa respecto de otros bañistas, que aparecen en segundo plano disfrutando del mar. Si bien no se recupera el autor de la fotografía, conocemos que *Elegancias* no contaba con un fotógrafo contratado –como sí lo tuvieron posteriormente otras publicaciones periódicas– sino que compraba las imágenes a las casas fotográficas –por lo general, las mismas tres¹¹– o directamente a “fotógrafos y reporters gráficos de todos los países Sud Americanos” (*Elegancias* 1: 1), para quienes contaba con una convocatoria permanente, iniciada en el primer número, que los invitaba a colaborar.

No obstante, cabe señalar que ambos números dedicados al verano estuvieron profusamente ilustrados. Se publicaron numerosas instantáneas, dibujos y pinturas, entre los cuales se destaca una serie titulada “En la playa”, iniciada en el número 6 –con el nombre homónimo de la obra del mencionado Lelong–, donde figuraban mujeres, a veces solas y otras en familia, que realizaban distintas actividades en las orillas y dentro del mar, como picnics, pesca deportiva, escuelas de natación, entre otras. En el número del 1 de agosto, se publica una trilogía de fotografías con mujeres junto al mar, acompañada por el siguiente epígrafe:

El agua tiene la propiedad de dar alas al buen humor. –A pesar del posible peligro de una ola traviesa que tenga intenciones criminales, los bañistas de todas las playas se entregan a juegos improvisados con los elementos que da el mar. –Estas fotografías forman parte de la interesante serie

¹¹ Cabe destacar, además, que en la París de *Elegancias* eran pocos los estudios fotográficos (y más aún los dedicados a la fotografía de moda) y, de los más famosos, la mayoría había publicado en la revista, sobre todo Félix y Talbot. Por lo general, las casas de moda que marcaban la tendencia del momento –París, 1900– exhibían fotografías de modelos vistiendo sombreros, trajes e indumentaria, algunas firmadas directamente sobre la imagen, otras con un epígrafe que consignaba la autoría de la fotografía.

que empezamos el número anterior y que hoy continuamos por la actualidad que ellas representan (*Elegancias* 7: 197).

Este breve texto nos permite percibir el modo en el que irrumpieron los asuntos de “actualidad” en la revista, además de la estación estival, la playa y el mar, nuevos espacios curativos, de recreo y descanso. La playa, en un sentido amplio y global, se incorporó en ese tiempo a los nuevos usos y funciones que asumió en las últimas décadas en la cultura europea –y, en su réplica, fue alcanzado también por América Latina– y ganó más terreno para el turismo, que pasó, paulatinamente, a formar parte del proyecto modernizador de alcance transatlántico.

LAS CIUDADES BALNEARIAS EN LAS DOS ORILLAS DEL ATLÁNTICO

Una vez en el interior de la revista, el lector se encuentra con una primera página que retrata una escena familiar en la orilla del mar, con dos mujeres con sus niños como protagonistas. El epígrafe de la fotografía señala:

El general éxodo que provoca el verano, hace revivir las playas, que durante el invierno no tienen más alegría que el canto monótono de las olas. Los bañistas se solazan lejos de los convencionalismos, aspiran a pleno pulmón el salado aire marino, y se entregan a la sala alegría que se contagia de la ola juguetona. Esta instantánea, prueba que el buen humor se manifiesta más espontáneo, cuando el cuerpo siente la frescura acariciante del agua (*Elegancias* 6: 165).

El breve texto, sumado a la imagen que ocupa prácticamente la página completa, presagia el motivo que abordará el número de 35 páginas. Resulta interesante la imagen visual que se construye en el epígrafe, como una suerte de contraparte de la fotografía epilogada. Por un lado, en la imagen se muestra la conquista de la orilla con una

estampa familiar que extiende las posibilidades de entretenimiento de la sociabilidad refinada de ese entonces: bailes, conciertos, juegos, paseos y deportes en pequeñas ciudades balnearias que recibían a los veraneantes. Por el otro, el texto debajo de ella expone el éxodo consecuente de las demandas de ocio de quienes vacacionaban en las playas: las ciudades intermedias y grandes urbes que se despo- blaban en el verano, especialmente París, por ser el pie de imprenta de *Elegancias*.

En la cita se recupera, además, la discusión respecto de las capa- cidades curativas del agua de mar, primero recomendada para ser bebida –como un nuevo elixir con virtudes similares a las ya cono- cidas de las aguas minerales– y, posteriormente, el aconsejado baño curativo. La receta descansó sobre una creencia muy rápidamente compartida: el contacto súbito con las aguas frías tenía por efecto provocar un choque saludable en el organismo, que revigorizaría sus funciones y removería de él las causas inmediatas de las dolencias. Por ese motivo, la sociabilidad en la playa se organizó inicialmente en torno a la enfermedad y luego al ocio y la diversión. La creencia en las promesas curativas de los baños de mar ejerció, así, un poderoso magnetismo, al transformar las playas –que hasta entonces no habían sido particularmente atractivas– en lugares de peregrinación durante el verano. Por su parte, en el epígrafe señalado, se hace referencia a las capacidades curativas de los baños y del agua marina a partir de un campo semántico asociado a la salud y la vitalidad y, a la vez, también se alude al entretenimiento y al descanso de las actividades habituales, proporcionado por las vacaciones. Estas dos cuestiones aparecen conjugadas en la instantánea.

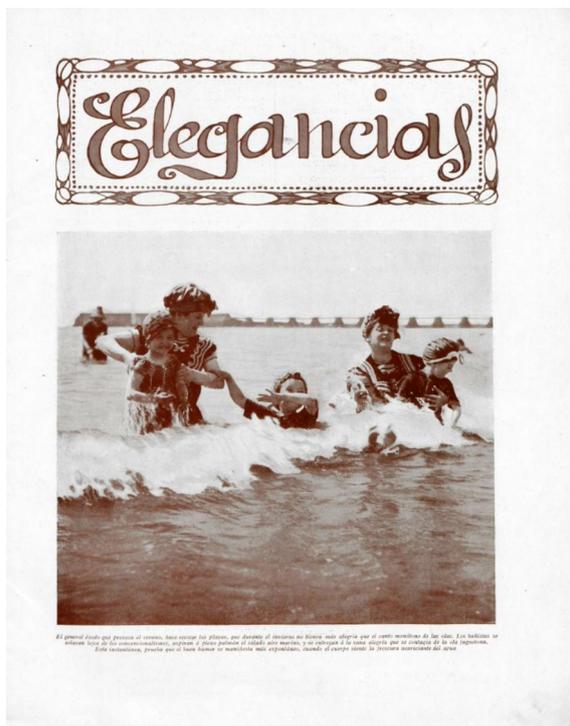


FIGURA 3. Portada de *Elegancias*, volumen I, número 6, 15 de julio de 1911, s/d.

Además, se publicaron fotografías que mostraban la conclusión de la temporada en París. Con las carreras, grandes protagonistas del número anterior de la revista, se dictaminó el comienzo del éxodo de los residentes de la capital francesa —entre ellos los hispanoamericanos— hacia los paradores a orillas del mar. Por ese motivo, nos interesa detenemos en la otra faceta de esta estación. Así lo relata el cronista argentino Fernán Félix de Amador, quien describe en la sección “De todo un poco” el desplazamiento de las familias de las élites porteña y parisina en el verano hacia algunas ciudades de moda y cómo quedaban vacías, en consecuencia, las grandes urbes:

Todo siente con la proximidad del verano, una vida plena, de retorno a la madre naturaleza, de los brazos abiertos. Las ciudades se despueblan, los teatros cierran sus puertas y las locomotoras silban alegremente sobre las rutas de hierro.

Todo el mundo se va al campo, quién á su modesta finquita sobre la Marne, a pescar y a cultivar su huerto; quién a la playa fastuosa, envanecida de hoteles monstruosos y magníficos Casinos; y quién a vuestro Chateau de familia noblemente escondido en el fondo de un enverjado parque tradicional... Quién a cualquier parte... pero todo el mundo se va.

Ha llegado la hora de Biarritz, de Trouville y de Ostende... las elegantes van a aprender del mar, que es el gran maestro femenino, el capricho que enseña la ola, y el secreto que guarda el caracol.

Lo que se sabe, es que París se va quedando desierto; ya no se ven por la calle, gentes *comme il faut*, solo obreros, para quienes el verano es una maldición, y rentistas sin renta, para quienes el verano es una vergüenza. ¿Cuándo te vas? –Tal es la pregunta que nos asalta en todas las esquinas, y hay que contestarla como a toda pregunta.

–Hombre, no sé... pronto... cuando pueda...

La Capital, de la que antes era honor ser habitante, es ahora un sitio casi de oprobio.

Hay que salir al campo en cualquier forma, a riesgo de desacreditarse, hasta delante de la misma portera.

Además, no hay nada para hacer en París, ¡ya no quedan amigos, ni teatros interesantes, ni nada! –¿Adónde ir? –¿Qué hacer? (*Elegancias* 6: 176, énfasis en el original).

Del mismo modo que las “elegantes” y sus familias migraban hacia los balnearios de moda de comienzos del siglo XX, la ciudad-luz quedaba deshabitada durante esos meses. Balnearios como Biarritz, Trouville, Ostende o San Sebastián fueron algunos de los modelos europeos más prestigiosos del ocio veraniego, que se replicaron en las páginas de *Elegancias*, muestras claras de la culminación de los cambios iniciados en la relación con el mar y sus riberas. Encontramos evidencia de ello en el pie de foto de este grupo de fotografías, que ocupó las dos páginas centrales del número seis:

Las playas de moda se ven invadidas todos los años, cuando llega la temporada, por un público elegante, escogido y cosmopolita. Cada rincón es una pequeña Babel donde se hablan todos los idiomas del Universo. Grandes y pequeños, todos los concurrentes sienten las influencias de la naturaleza, y se entregan a la algarabía del vivir, sin las preocupaciones mundanas que obligan al perpetuo disfraz. Lejos de los negocios que torturan la mente y de las pasiones que lastiman el corazón, allí, en íntima amistad con la gran madre que es la mar, el espíritu se baña de dulzura como el cuerpo de frescor, y es así como después de la temporada de baños, las energías se han robustecido para continuar la lucha cotidiana. La escena que reproducimos, es corriente, y lo mismo corresponde a Biarritz, que a San Sebastián, que a Mar del Plata, que a Los Pocitos, a Playa Ramírez (*Elegancias* 6: 180-181).

Estas ciudades y pequeños poblados balnearios eran espacios habitados generalmente solo durante la temporada estival. Si bien en el siglo XVIII, en Europa, la cultura de la playa respondió originalmente a motivaciones terapéuticas, un siglo después, surgió el hábito de los baños de mar y de los balnearios como satélites de los centros urbanos para el disfrute y el tiempo libre.

Aunque en proporciones más modestas, podemos afirmar que las mismas transformaciones tuvieron lugar en playas de Uruguay (Playa Ramírez) y de Argentina (dos ciudades balnearias bonaerenses: Mar del Plata y Necochea, inspiradas en el modelo de Biarritz), del mismo modo que la proliferación de establecimientos balnearios fue creando las condiciones para el surgimiento de la sociabilidad característica de las riberas y la promoción del ocio junto al mar –no obstante, cabe aclarar que los balnearios europeos continuaron ofreciendo facilidades para los baños curativos, aunque en ellos ganaron cada vez más relevancia las motivaciones hedonistas y la búsqueda del placer–. Estos proyectos estivales buscaban replicar en la costa bonaerense los balnearios de moda europeos y poner al alcance de la élite porteña la experiencia del veraneo en la playa en su propio país. En el pie de foto correspondiente al número 29, vemos cómo había cuajado el modelo transatlántico que comentábamos al comienzo del artículo. La moda femenina era un aspecto de interés para una revista moderna, preocupada por su público “elegante, escogido y cosmopolita”, mientras que las playas ofrecían una representación de la cultura del ocio, como un espacio evaluado favorablemente y de grandes posibilidades sociales, deportivas e higiénicas a las orillas del mar.

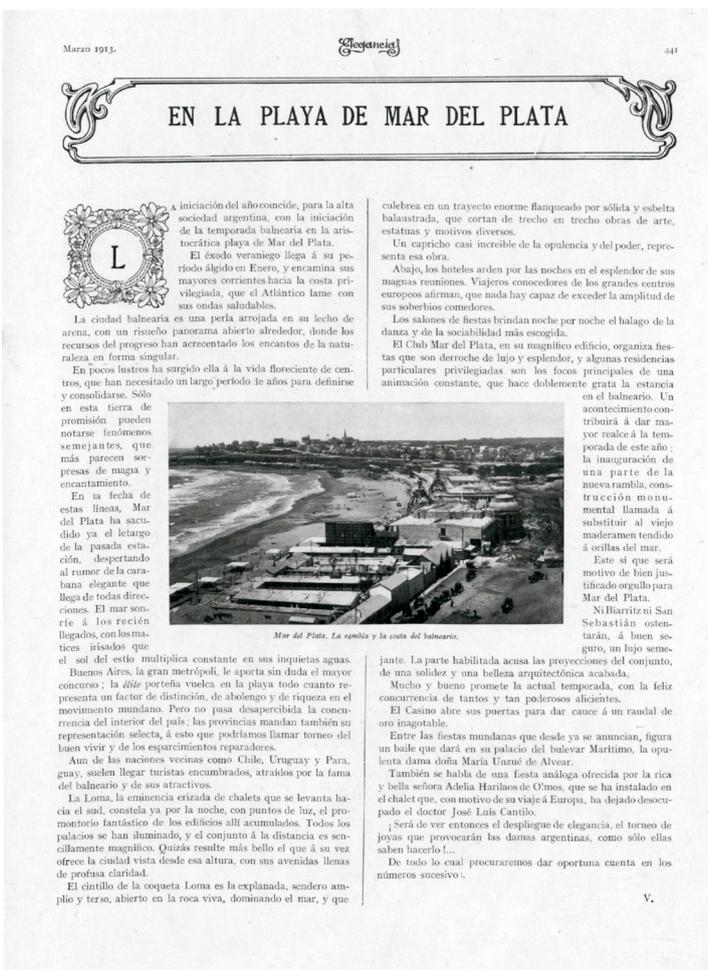


FIGURA 5. “En la playa de Mar del Plata”. *Elegancias*, volumen 3, número 29, marzo de 1913, 441. Edición especial para los abonados del *Diario del Plata*, Montevideo.

Por último, nos interesa detenernos en un breve artículo del mencionado número 29, publicado en marzo de 1913 —es decir, durante el verano sudamericano—, en el que *Elegancias* se detiene en la principal

ciudad balnearia de Argentina: Mar del Plata¹². Explícitamente, la revista dedicaba ese ejemplar a las abonadas montevidéanas, una muestra evidente de la preocupación de la revista, aunque radicada en París, por atender al público de los distintos puntos geográficos de América del Sur donde llegaba su distribución. La nota comparte página con una fotografía sin autoría, en la que se muestra el perfil más importante –tanto de aquel entonces como de hoy en día– de la ciudad: la rambla y su costa. En ella, quien firma como “V.” la menciona como “la aristocrática playa de Mar del Plata” y discute sobre el comienzo de la primera temporada de la emblemática ciudad balnearia. También se detiene en un proceso de éxodo similar al narrado por los cronistas que escribieron, desde París, el abandono y el carácter desierto de la gran metrópoli durante el comienzo de la temporada. En este caso, se lo hace en referencia a la élite porteña, aunque también a los veraneantes provenientes de las naciones vecinas como Chile, Uruguay y Paraguay, y a la ocupación de las ciudades balnearias que se preparaban para el incipiente arribo de los turistas.

A MODO DE CONCLUSIÓN

En las páginas precedentes hemos analizado la apuesta del grupo editorial de *Elegancias* por difundir el modelo de ocio aristocrático a partir de la difusión, entre sus lectores y lectoras, de las novedades de las ciudades costeras más “elegantes” del 1900, para así educar con ellas el gusto estético –tanto en materia de moda como artística o literaria– de la comunidad de hispanohablantes que ojeaban sus páginas, sea cual fuere el centro urbano en que residieran –París,

¹² Con la experiencia de la Biarritz de los primeros tiempos de veraneo en las costas de Europa, es decir, como una playa pensada para atraer veraneantes de alto rango social, Pedro Luro, importante estanciero de descendencia vascofrancesa y verdadero propulsor del desarrollo de Mar del Plata, tomó el modelo de balneario con el que imaginó un futuro para “la perla del Atlántico” (Torre y Pastoriza 58-59).

Buenos Aires y Madrid, en primer lugar, pero también en las principales ciudades sudamericanas incluidas en su red de distribución—. *Elegancias* intentaba, además, promover las ventas de prendas de vestir —promocionadas por la misma revista y por las casas parisinas— sin dejar por eso de ser un magacín que buscaba la conjunción entre el arte, la moda y la modernidad, y su difusión entre el público lector hispanohablante especialmente femenino. Se subraya, además, el deseo por realizarlo con un formato lujoso y muy cuidado en los aspectos tipográficos y artísticos y retratar con marcado interés las posibilidades de ocio y recreación en las dos márgenes del Atlántico.

Por último, uno de los aspectos más relevantes para nuestro trabajo está asociado con la reflexión respecto de la forma en que *Elegancias*, en tanto revista ilustrada, puso en escena de un modo novedoso una serie de temas y enfoques que, sin duda, reconfiguraban los criterios de “actualidad”. En ese sentido, los índices de los números seis y siete, como sus tapas, articularon la sintaxis de esta revista ilustrada sobre el denominador común de la temporada estival en las ciudades con salida al mar —aunque no todas, lógicamente, sino las ciudades de moda, las ciudades “elegantes”—. No obstante, cabe señalar que, si bien el veraneo en las playas fue el asunto central en los números 6 y 7 de *Elegancias*, tanto desde las imágenes como desde los textos, la revista mantuvo secciones, notas y artículos sobre este asunto en otros de sus números. Hemos visto a las bañistas desarrollando diferentes actividades, prácticas deportivas acuáticas, descansando en familia o con amigas. De este modo, la revista posiciona a las mujeres como protagonistas de la escena pública en estas imágenes de ocio, entretenimiento y descanso, desarrollando diferentes actividades en respuesta tanto a los deseos de consumo de modas y actualidades —desde publicidades de sombreros de playa hasta perfumes inspirados en Mar del Plata— como a los de recreación literaria y esparcimiento de la mujer hispanoamericana, que busca habitar los espacios simbólicos de la modernidad parisina.

REFERENCIAS

- ARAGÓN, ALBA. “Modas peligrosas: Darío y disonancias del género en la revista *Elegancias*”. *Revista de crítica literaria latinoamericana*, vol. 42, n.º 83, 2016, pp. 145-178.
- BATTICUORE, GRACIELA. *Lectoras del siglo XIX. Imaginarios y prácticas en la Argentina*. Buenos Aires, Ampersand, 2017.
- DARÍO, RUBÉN. “La cuestión de la revista. ‘Magazines’ e ilustraciones. La caricatura en España”. *La Nación*, 20 de julio de 1899, pp. 2-3.
- _____. *La vida de Rubén Darío escrita por él mismo seguida de El viaje a Nicaragua y de Historia de mis libros*. España, Biblok, 2015.
- EHRLICHER, HANNO. “Introducción”. En Hanno Ehrlicher y Nannette Rissler Pipka (eds.), *Almacenes de un tiempo en fuga. Revistas culturales en la modernidad hispánica*, Augsburg, Universidad de Augsburg, 2014, pp. 1-12.
- Elegancias*, París, 1911-1914.
- GLUZMAN, GEORGINA. “*Gustos y Gestos* (1910) y *Elegancias* (1911-1914): imagen y palabra para la mujer moderna”. En Sandra Szir (ed.), *A vuelta de página. Usos del impreso ilustrado en Buenos Aires. Siglos XIX-XX*, Buenos Aires, Edhasa, 2018, pp. 153-179.
- GONZÁLEZ MARTEL, JUAN MANUEL. “El retrato de Rubén Darío por Tomás J. Leal da Câmara. Una amistad lusoamericana apenas recordada”. *Anales de Literatura Hispanoamericana*, n.º 40, 2011, pp. 131-145.
- HOBBSAWM, ERIC. *Historia del siglo XIX*. Buenos Aires, Crítica, 1998.
- JAIMES FREYRE, RICARDO Y RUBÉN DARÍO. “Nuestros propósitos”. *Revista de América*, vol. 1, n.º 1, 1894, p. 3.
- MERBILHAÁ, MARGARITA. “Letras y Artes, comercio y diplomacia en el proyecto editorial de *Mundial Magazine* (1911-1914)”. *Badebec. Revista del Centro de Estudios de Teoría y Crítica Literaria*, vol. 8, n.º 15, 2018, pp. 101-27.
- MIRZOEFF, NICHOLAS. *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, Paidós, 2003.

MITCHELL, WILLIAM JOHN THOMAS. *Teoría de la imagen. Ensayos sobre representación visual y verbal*. Madrid, Akal, 2009.

Mundial Magazine, París, 1911-1914.

PINEDA FRANCO, ADELA. *Geopolíticas de la cultura finisecular en Buenos Aires, París y México: las revistas literarias y el modernismo*. Pittsburgh, Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana, 2005.

_____. “Rubén Darío ante los retos tecnológicos del siglo veinte: una lectura del *Mundial Magazine* (1911-1914)”. *Zama. Extraordinario: Rubén Darío*, 2016, pp. 107-123.

SARLO, BEATRIZ. “Intelectuales y revistas: razones de una práctica”. *América: Cahiers du CRICCAL*, n.º 9-10, 1992, pp. 9-16.

TORRE, JUAN CARLOS Y ELISA PASTORIZA. *Mar del Plata. Un sueño de los argentinos*. Buenos Aires, Edhasa, 2019.

TORRES, ALEJANDRA. “La conformación de los lectores y lectoras en la revista ilustrada *Gustos y Gestos* (París, 1910-1911)”. *Lecturas y lectores*, Caen, Université de Caen, 2018, pp. 105-117.