

Julieta Viu Adagio

Universidad Nacional de Río Negro, Argentina

Correo electrónico: julietaviu@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4172-5828>

La crónica de moda como cátedra de consumo estético. “Extravagario” de Felisa Pinto (1966-1968).

Resumen:

Durante los años sesenta, Felisa Pinto fue la creadora de un espacio propio y singular (concretó su cuarto propio a la manera de Virginia Woolf) como cronista de moda y supo sostenerlo a lo largo de su extensa trayectoria por los principales diarios y revistas de Argentina. A través de la representación de joyas, muebles, objetos decorativos, prendas de vestir, artículos de belleza y objetos de diseños, puso en escena consumos y estilos de vida desde una perspectiva artística. Con una escritura basada en fragmentos, apeló a formas breves al modo del “pie de foto” barthesiano. Su mirada supo seleccionar del campo de los objetos de diseño que se ofrecían los detalles significativos para escribir a partir de valorarlos desde una sensibilidad artística. Estos aspectos, entre otros que destacamos en el artículo, fueron los recursos inéditos a los que Pinto apeló sin atender a los mandatos literarios vigentes. De modo que, en el contexto de los agitados y disruptivos (también revolucionarios) años sesenta, Felisa Pinto se constituyó en una escritora impar.

Palabras clave: Crónica, moda, consumo estético, Extravagario, Felisa Pinto

Abstract:

During the sixties, Felisa Pinto was the creator of her own unique space (she created her own room in the style of Virginia Woolf) as a fashion chronicler and knew how to sustain it throughout her extensive career in the main newspapers and magazines from Argentina. Through the representation of jewelry, furniture, decorative objects, clothing, beauty items and designer objects, he staged consumption and lifestyles from an artistic perspective. With a writing based on fragments, he appealed to brief forms in the manner of the Barthesian “photo caption”. His gaze knew how to select from the field of design objects that were offered the significant details to write about by valuing them from an artistic sensitivity. These aspects, among others, that we highlight in the article, were the unpublished resources that Felisa Pinto appealed to without taking into account the current literary mandates. So, in the context of the hectic and disruptive (also revolutionary) sixties, Felisa Pinto became an odd writer.

Keywords: Chronicle, Fashion, Aesthetic consumption, Extravagario, Felisa Pinto

La crónica de moda como cátedra de consumo estético. “Extravagario” de Felisa Pinto (1966-1968).

Julieta Viú Adagio

Introducción

[...] la gente del ambiente periodístico me había clasificado como “periodista especializada en moda”, un título burocrático que nunca me gustó. Siempre me había interesado vivamente la estética de la moda: la amé y sigo amándola como un arte aplicado que admiré y descifré en cada puntada. En aquellos días lo que me interesaba era la creación fresca y la moda de vanguardia. Mi cultura visual era muy fuerte y para mí la moda se había convertido en un lenguaje. Una manera de comunicarse, jamás un símbolo de estatus.
Felisa Pinto.¹

“Extravagario”, la columna de Felisa Pinto (Córdoba, Argentina, 1931) sobre moda y estilos de vida formó parte del suplemento “Primera Dama” de la prestigiosa revista *Primera Plana* y, paradójicamente, no se circunscribió a un público femenino. Sus textos, alejados de los tradicionales formatos de notas sobre desfiles de moda, consolidaron una propuesta singular que amplió el horizonte de los temas capaces de representar el fenómeno de la moda. La autora ha adjudicado dicha innovación al abordaje artístico otorgado a la moda.² La moda como una rama del arte antes que un aspecto del mundo femenino. Ahora bien, esta interpretación estaría incompleta si se omite

un elemento primordial: el lenguaje. La combinación de arte y estilos de vida tuvo lugar a partir de una escritura que trascendió las barreras idiosincráticas que hacían de la moda una materia exclusiva del universo femenino. De modo que, la escritura de Pinto marcó un sendero singular en lo que el periodismo ha denominado “páginas femeninas”.³

Las crónicas de Felisa Pinto se remontan a principios de los años sesenta, momento en que fue convocada para escribir sobre moda, arte y estilo por Luis Pico Estrada, primer esposo de la escritora y periodista argentina Sara Gallardo, y director del mensual de interés general *Atlántida*.⁴ Aquellas primeras colaboraciones sobre la temática, escritas como corresponsal desde París, cifran el comienzo de su carrera periodística y pronto empiezan a darle visibilidad y fama. No obstante, es con su ingreso a *Primera Plana* que logró construir un “lugar de pertenencia”,⁵ a partir del diálogo con lo que llamará el ámbito intelectual-mundano. En su reciente libro de memorias, la autora traduce, en términos contemporáneos, la tarea asumida en aquel tiempo:

Yo me había convertido en lo que hoy llamarían *influencer*. Los y las lectores seguían fielmente mis indicaciones, hallazgos y costumbres: ropa, personas, nombres, definición de tonos y colores de los géneros, azul eléctrico, verde agua, gris humo, gris antracita, gris perla y el llamado “tango”, que mezclaba el rosa con el naranja claro y era el color preferido que tratábamos de lograr, divertidas, con Silvina Ocampo, porque para ella debía tener una nota adicional de naranja. Descubrí lugares y personas, pero también mi consigna era salir a la calle en busca de talentos desconocidos o en ciernes. Lo excelso sin jerarquías, lo raro, lo inédito.⁶

Su participación en el periodismo estuvo siempre circunscripta a la crónica de moda. Escribió en los principales medios de prensa de Argentina: *Primera Plana*, *Confirmado*, *La Opinión*, *La Nación* y *Página/12*. Y en las revistas *Barzón*, *La Moda*, *Debate*, *Summa*, y *Correspondencia*. Además, fue curadora de las muestras *Ropa con riesgo*, junto a Delia Cancela y Pablo Mesejean en el Instituto Di Tella (1967); *Moda al margen*, muestra de

jóvenes emergentes en el ICI (1992); y *Moda con Identidad*, junto a Victoria Lescano en el Malba (2006). Entre otras cosas, creó una boutique de objetos pop diseñados por artistas que formaba parte de Galería del Este en Buenos Aires. En 2004, publicó el libro *Moda para principiantes, vanguardias del siglo XX*⁷ y, en 2022, *Chic. Memorias eclécticas*.⁸ En efecto, sus colaboraciones por más de cuatro décadas en medios prestigiosos permiten entender el gesto de Victoria Lescano de ubicar a Felisa Pinto como la fundadora de la crónica de moda en Argentina (contratapa de *Chic...*).

Fundadora o no, lo cierto es que se constituye en una referencia insoslayable del género dedicado a moda y estilos de vida (también denominada “crónica de sociales”). Justamente, en este artículo interesa estudiar el tratamiento innovador dado por Pinto al tópico de la moda en las páginas de *Primera Plana* para iluminar a una escritora que, hasta el momento, ha sido reconocida solamente como periodista (Lescano, Ulanovsky, Maurello, Papa Orfando, Haimovich)⁹ Nuestra hipótesis consiste en considerar el “Extravagario” como una cátedra de consumo estético, antes que como una “performance de clase y de género” — categoría que propone Mariela Méndez para abordar las páginas femeninas.¹⁰

Adelantamos las principales estrategias que permiten concebir ese espacio de escritura como una tribuna desde la cual impartir conocimiento o, para ser específicos, atribuirle estatuto académico a la moda: abordar el objeto representado (sea una prenda de vestir, un accesorio, un material o una tendencia) por sus cualidades artísticas; convertir al diseño en el tópico predilecto de sus crónicas; prescindir del uso de cualquier vocativo que pueda atribuir género a sus lectores; y, complementariamente con esta última, asumir a los lectores como sujetos consumidores con aspiraciones culturales.

Precisamos la noción de “cátedra de consumo estético” a partir de la utilizada por el escritor modernista Enrique Gómez Carrillo.¹¹ En *Psicología de la moda femenina* (1907), el cronista guatemalteco radicado en París reclamó una cátedra de elegancias femeninas:

Muchas veces me he preguntado por qué en esas escuelas de altos estudios de

París, donde hay cátedras de toda clase de inutilidades asirias y griegas, no existe un curso de elegancias femeninas ¿No es acaso la moda un arte, lo mismo que la poesía, los mismo que la escultura? Tal vez es el arte por excelencia o por preexcelencia. Cuando todavía los hombres no soñaban ni en cubrirse ni en defenderse ni aún en atacarse, ya pensaban en adornarse.

[...]

¡Cuántas cosas en unos trapos! - murmurarán los que no saben comprender la profundidad de las frivolidades- ¡Cuántas cosas, en efecto! Y para explicarlas, para analizarlas, para popularizarlas, la cátedra se impone, la cátedra de elegancias femeninas.¹²

Este planteo polémico y provocador, heredero de *El pintor de la vida moderna* de Charles Baudelaire, buscó revalorizar a la moda al concebirla como una expresión artística cuando en el imaginario social no pasaba de ser la expresión de objetos de la vida cotidiana carentes de importancia cultural.¹³ *Psicología de la moda femenina*, como antecedente relevante, permite inscribir la obra de Felisa Pinto en una tradición literaria latinoamericana cuyo origen se sitúa en la crónica modernista hispanoamericana.

Establecer este vínculo con la estética modernista echa luz, por un lado, sobre la imagen de escritora perteneciente al ambiente intelectual-mundano con una formación cosmopolita y una marcada sensibilidad artística; y, por otro lado, ilumina una escritura labrada como por un orfebre, atravesada por el afán de refinamiento, la valoración del adjetivo y la incorporación de términos extranjeros. Aspectos todos que evidencian, a mediados del siglo XX, una vuelta intelectualizada de la crónica por la predilección de la autora por las llamadas Bellas Artes que, al mismo tiempo, posibilitará ampliar de manera significativa los límites de dicho concepto.

Buscamos señalar, entonces, que el mundo del diseño, de artistas y diseñadores, tanto consagrados como emergentes, representado en los textos de Pinto, en clara sintonía con el proyecto periodístico modernizador de *Primera Plana*,¹⁴ muestra otra tendencia respecto de la hegemónica de la crónica en América Latina de marcado corte popular (al

menos desde la segunda década del siglo XX). A partir de estas reminiscencias, nos permitimos sugerir que Felisa Pinto vino a cumplir, medio siglo después, el sueño de Enrique Gómez Carrillo, aunque ya no se trataría de una cátedra de elegancias femeninas sino de una cátedra de consumo estético. La metáfora pedagógica resulta seductora para hacer foco en la función formativa que la escritora buscó imprimir a sus notas. El comentario de la cronista se define por la oscilación constante entre dos acciones: enseñar y publicitar. Si se considera el espacio destinado a cada una, se advierte la predominancia de la primera (Fig. 1).

La manera de contrarrestar la añoranza por la vida bucólica parece ser, para los decoradores, incorporar a los ambientes modernos algún símbolo de la libertad natural. El preferido: los pájaros. Algunos, de madera pintada, tienen expresión más vivaz que los encerrados en jaulas, y colores mucho más alegres. Los bicharracos inventados por Stilka (foto) se adhieren, gracias a la especial conformación de su pico, a cualquier mueble. Cada uno, 780 pesos, en Cerrito 1139.¹⁵

En general, Pinto comienza con pequeñas lecciones sobre estilos y tendencias y termina con una referencia comercial (aunque breve, siempre presente). Profundizaremos este último aspecto más adelante. En la cita, la cronista lee un objeto decorativo en términos artísticos. Más allá de las menciones a la expresión y los colores, los pájaros se vuelven “añoranza por la vida bucólica” que en “los ambientes modernos” se convierten en un símbolo de “libertad natural”. Los adjetivos manifiestan la lectura artística o, dicho de otro modo, patentizan el interés de Pinto por ubicar el objeto en una historia del arte y establecer un registro particular para describir esos objetos. En su relato autobiográfico, la escritora otorga a su formación humanística un valor fundamental en la vida social que pudo llevar. De hecho, Felisa Pinto empezó a trabajar en la redacción de notas de divulgación de exposiciones artísticas y obras de teatro para el Instituto de Arte Moderno. Estos vínculos con el ambiente cultural alimentados por su participación en “cócteles mundano-intelectual” fueron las

bases de su posterior intervención y consolidación como cronista de modas.¹⁶



Fig. 1: Primera Plana, n.º 228, 9 de mayo de 1967. Archivo Histórico de Revistas Argentinas. <https://ahira.com.ar>

En el auge de los estudios semióticos de la moda, Pinto practicó una escritura basada en la síntesis y la condensación y, sobre todo, en la imbricación de texto e imagen. Cultivó la brevedad a través de una prosa referencial, como en la mejor tradición del género, modelada por la inscripción de la subjetividad y el uso metafórico del lenguaje. Una escritura surgida al calor de los abordajes semióticos de la moda, que supo actualizar a ese presente.

A fines de los años sesenta, Roland Barthes publicó su libro *Système de la mode*, que renovó el horizonte de lectura y otorgó a la temática de la moda un protagonismo inusitado. Es posible encontrar en la columna “Extravagario” (1966-1968) cierta influencia de dicho pensamiento. Recordemos la estadia de la cronista en París a principio de la década, cuando Barthes publicaba parte de aquellas lecturas.¹⁷

[...] con aquellas notas [que publicó en *Primera Plana*] y con “Extravagario” descubrí o reinventé la crónica de modas. Hasta ese momento, en las redacciones

de los diarios sólo había algunas pocas cronistas a quienes se les pedía que fueran a los desfiles y contarán qué se usaba, sin entrar en detalles, aunque eran muy eficaces en la información hasta la última puntada. Por mi formación cultural agregué datos y referencias de otras artes y aprendí que agregar un epígrafe de una imagen podía transformarse en un subgénero literario.¹⁸

Esta explicación de la escritora sobre su trabajo periodístico ilumina la diferencia introducida en sus crónicas: “Extravagario” hace del “pie de foto” la materia prima para desarrollar una escritura, un estilo autoral. Ese elemento verbal nacido a la sombra de la fotografía ofrecía un enorme potencial a los ojos de una escritora interesada en traducir objetos y artistas a estilos y tendencias. El trabajo estilístico en sintonía con el “pie de foto” podría evidenciar la influencia del pensamiento bathesiano. En *Système de la Mode*, Barthes dedica especial atención a los pies de foto de las revistas de moda, ya que había advertido que el sentido de la moda anidaba en ese elemento de carácter exclusivamente lingüístico. Se trató del “[...] pivote secreto pero eficaz, total y exclusivamente lingüístico, en el que se produce y se oculta el sentido de la moda: ese aura tan caprichosa como necesaria que, al transformar una simple prenda en un objeto casi mítico, hace deseables al mismo tiempo el vestido y a su portador”.¹⁹ Destacamos la interpretación del rol al que aspira la escritura frente a la imagen para evitar el rol secundario que éstas últimas tendrían:²⁰

En Literatura, la descripción se apoya en un objeto oculto (sea real o imaginario) al que debe dotar de existencia. En Moda, el objeto descrito está actualizado, se da por separado en su forma plástica (si no real, ya que sólo es una fotografía). Las funciones de la descripción de la Moda, por lo tanto, son reducidas, pero a la vez también son originales, por la misma razón: al no estar obligadas a ofrecer el objeto en sí, las informaciones comunicadas por la lengua, salvo pleonasmos, son por definición eso que la fotografía o la ilustración no puede transmitir. La importancia del vestido escrito confirma sin lugar a dudas que el lenguaje posee funciones específicas que

la imagen, sea cual fuere el desarrollo en la sociedad contemporánea, es incapaz de asumir.²¹

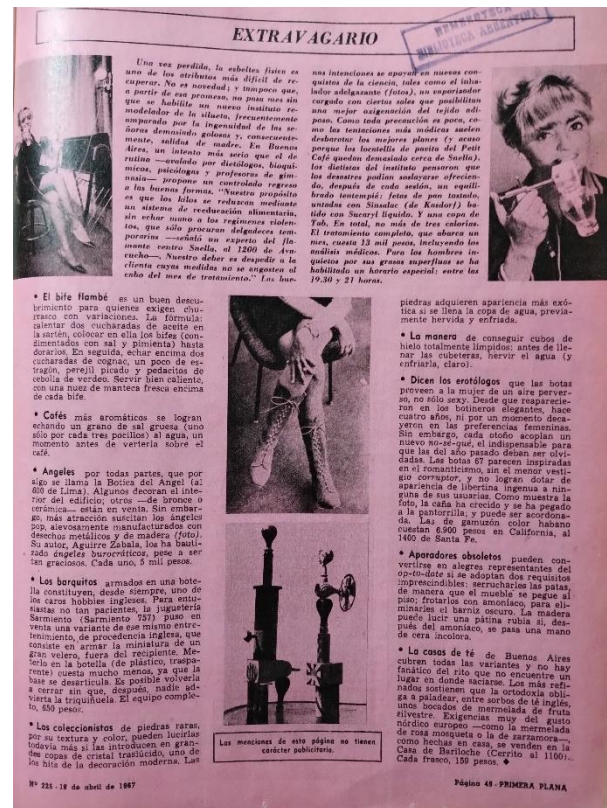


Fig. 2: *Primera Plana*, n.º 225, 18 de abril de 1967. Archivo Histórico de Revistas Argentinas. <https://ahira.com.ar>

Roland Barthes confirma que, aun cuando la escritura se encuentra con la imagen, conserva un saber. Una especificidad en tanto hecho de lenguaje que, lejos de tornarse un elemento subsidiario, se vuelve irremplazable. Reflexión fundamental para analizar “Extravagario”, donde Felisa Pinto hará de la forma y la función del “pie de foto” la materia prima de su escritura. La columna se compone de fragmentarias notas breves que discurren, en la mayoría de los casos, sobre registros fotográficos de objetos encontrados en paseos por shoppings, bazares y locales comerciales. En la crónica publicada el 18 de abril de 1967, se lee (Fig. 2):

Dicen los erotólogos que las botas proveen a la mujer de un aire perverso, no sólo sexy. Desde que reaparecieron en los botineros elegantes, hace cuatro años, ni por un momento decayeron en las preferencias femeninas. Sin embargo, cada otoño acoplan un nuevo *no-sé-qué*,

el indispensable para que las del año pasado deban ser olvidadas. Las botas 67 parecen inspiradas en el romanticismo, sin el menor vestigio *corruptor*, y no logran dotar de apariencia de libertina ingenua a ninguna de sus usuarias. Como muestra la foto, la caña ha crecido, y se ha pegado a la pantorrilla; y puede ser acordonada. Las de gamuzón color habano cuestan 6,900 pesos en California al 1400 de Santa Fe.²²

La cita se reprodujo completa para iluminar el trabajo sobre pequeñas unidades de sentido en tanto reescritura del pie de foto. Una narración breve que capta el *quid* de la cuestión en un par de frases. Texto que, al mismo tiempo, dirige la percepción y ordena la mirada de los lectores. A partir de detenerse en ciertos elementos, la crónica hace visible estilos y tendencias diversos. La influencia de los estudios semióticos se advierte también en la concepción de la moda que tiene la cronista. En la entrevista “De ideología y de dobladillos”, realizada por María Eugenia Maurello para la revista *N*, Pinto aclara:

Para mí, la moda siempre fue eso: comunicación y lenguaje, no fue ostentación. Estoy comunicando por qué elegí verde y no azul. Es así. Cuando estuve dando clase en la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil (de la cual participé en su fundación) hacía eso: comunicar la ropa. Enseñé a leer, y de alguna manera a calificar, guiar a la gente hacia lo mejor, a no ponerse chirimboles porque sí.²³

Resuena en esta declaración la famosa y sugerente definición “el vestido es comunicación”,²⁴ dada por Umberto Eco a principios de los setenta. Resulta claro el énfasis puesto en el carácter comunicativo de lo no verbal que lleva a Felisa Pinto a referir a la moda como un lenguaje y a concebir su tarea como la de una intérprete de dicho mensaje. Vinculado a esto último, aparece en la cita su interés por transmitir la información que brinda el modelo, la composición y los colores, entre otros aspectos del objeto en cuestión. Lecturas de materiales, texturas y formas (el lenguaje artístico de la moda) que durante mucho tiempo socializa a través de sus crónicas y, a

finis de los años ochenta, en clases universitarias.²⁵

Extravagario

El nombre de la columna, sugerencia de Ramiro de Casabellas en sintonía con el estilo periodístico de *Primera Plana* que solía utilizar títulos con resonancias literarias,²⁶ constituye un guiño al poemario *Estravagario* de Pablo Neruda.²⁷ Ese libro, que cifra una inflexión en el proyecto poético del escritor chileno marcado, entre otras cuestiones, por una voluntad transgresora y experimental, pareciera un antecedente de la escritura de Pinto: “Extravagario”, con “x”, fue el espacio discursivo que sentó las bases de una crónica de moda disruptiva en términos tanto temáticos como formales. En relación con ello, periodistas más jóvenes la nombran como la “decana del periodismo dedicado a la vestimenta” (Maurello) o “decana de los periodistas de moda” (Papa Orfando) y también “pionera de los comentarios sobre moda” (Haimovich).²⁸ La intertextualidad del título, que expone la nota culta característica del estilo escritural de la cronista se desentiende del lenguaje referencial periodístico, al tiempo que apuesta por la polivalencia literaria. El nombre de la columna tuvo además el acierto de no referir a la mujer ni a la moda, como era usual en las páginas femeninas. Ello constituye otra de las razones para pensar la crónica de Felisa Pinto como una cátedra de consumo estético.

Según ella misma relata, ingresó a *Primera Plana* invitada por Ramiro de Casabellas:

El poeta y periodista Ramiro de Casabellas, casado con Joaca Bortagaray, había quedado como director de *Primera Plana* luego de que Jacobo Timerman, fundador de la revista, emigrara a *Confirmado*. Ramiro me propuso hacer una doble página fija con notas cortas donde cubriera temas femeninos fuera del tono y de los intereses dominantes en la revista, que era solo para hombres. Una sección para las mujeres de los ejecutivos, que empezaban a tener presencia en los lugares públicos: salían con sus maridos, se animaban a consumir, a vestirse y a peinarse con cierto afán de sofisticación.²⁹

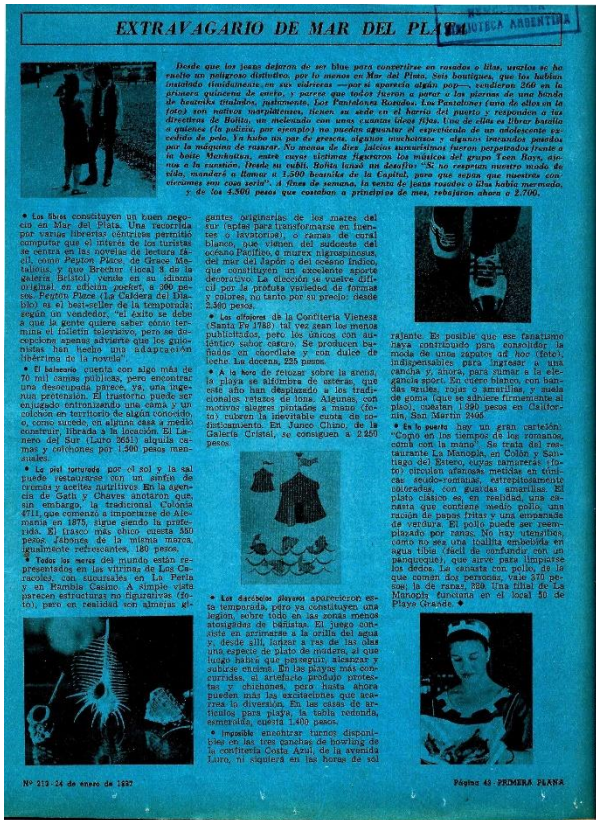


Fig. 3: Primera Plana, n.º 213, 24 de enero de 1967. Archivo Histórico de Revistas Argentinas. <https://ahira.com.ar>

El pedido de la revista fue claro: escribir para un público femenino con aspiraciones culturales y poder adquisitivo, lectoras a las que Primera Plana no había atendido de modo especial. Esta segmentación del público recibió la escritora desde la revista para ampliar su llegada (también los hombres leían estas crónicas como mencionamos más adelante).

Ahora bien, interesa enfocar la atención en el modo en que Felisa Pinto respondió a aquella solicitud: pergeñó una representación proliferante de joyas, muebles, objetos decorativos, prendas de vestir, artículos de belleza y productos artísticos varios, que ponían en escena consumos y estilos de vida abordados desde una mirada artística. Recorrió shoppings, bazares, boutiques, galerías, balnearios, restaurantes, librerías, jugueterías, locales y paseos comerciales – templos, todos ellos, del capital mercantil, al decir de Walter Benjamin—en busca de extravagancias relativas al campo del diseño.³⁰ El afán por identificar la marca

vanguardista, el detalle que exponga algún aspecto creativo, se registra en Pinto como una vocación concreta y sostenida (Fig. 3):

A la hora de retozar sobre la arena, la playa se alfombra de esteras, que este año han desplazado a los tradicionales retazos de lona. Algunas, con motivos alegres pintados a mano (foto) cubren la inevitable cuota de sofisticamiento. En Junco Chino, de la Galería Cristal, se consiguen a 2,250 pesos.³¹

Las cartucheras para lápices y otros utensilios escolares abandonaron definitivamente su apariencia austera, y ya no se producen en tonos apagados. Así como en las modernas escuelas los pizarrones variaron del negro al verde, los diseñadores pensaron que valía la pena incorporar la policromía pop en el aula y en el material de trabajo de cada chico. Uno de esos avances proviene de Japón: es una cartuchera impregnada de estampas de satélites y autos de carrera, para varones, y de gráciles figuras estilo Peynet, para nenas. Son de plástico, con prolijas divisiones internas y se venden a 499 pesos en Papelería Rey de Charcas esquina Uruguay (Fig. 4).³²

La idea de fabricar pelucas que sirvan para los dos sexos fue propiciada por el norteamericano Larry Mathews y adoptada por el peluquero argentino Christian, ahora en París, para peinar a las modelos de la revista Jadin des Modes. Mathews ha lanzado los primeros ejemplares de cabezas masculino-femenino, a través de la famosa tienda Gimbel's, de Nueva York, con un éxito que Christian espera conseguir en Buenos Aires apenas esté de vuelta. El aviso que se reproduce en estas páginas, y que destaca las ventajas del invierno, fue publicado en el Village Voice, la hoja de los beatniks norteamericanos, convertidos ya en precursores de la nueva tendencia. Dice Mathews que como "los beatniks son, habitualmente, gente muy pobre, compran una peluca por pareja, a condición de usarla un día cada uno".³³

La mirada de Felisa Pinto, avezada en cuestiones estéticas, detectó objetos exóticos que podían encontrarse en Buenos Aires a fines de los años sesenta y, de ese modo, desplazó a la mujer del centro de la representación, como era habitual en las

páginas femeninas. Es posible advertir una predominancia de consumos vinculados, por mandato social, a la mujer como, por ejemplo, los útiles escolares; no obstante, las estrategias de escritura que analizamos en este apartado del artículo permiten pensar el "Extravagario" como una guía para el consumo estético que trascendía cuestiones de géneros. El éxito de la columna fue enorme y se refleja en la talla de sus lectores entre los que se encontraba Rodolfo Walsh, según ella misma testimonia.³⁴ El objetivo de representar objetos extraños (siempre con estilo, claro) y, sobre todo, talentos singulares, aparece de manera clara desde la crónica que abre la columna (Fig. 5):

Un alud de joyas, pero no para enroscárselas al cuello o atornillarlas en los dedos. El diseñador Ariel Scornik las despliega sobre una colección de objetos capaces de engalanar el escritorio del más exigente y refinado de los *playboys*: son de acero con incrustaciones de ágata, y adoptan la forma de cortapapeles (foto, 10 mil pesos) o cajas para cigarrillos (24 mil pesos; todo en Intérieur-Forma, Paraguay 545).³⁵



Fig. 4: *Primera Plana*, n.º 233, 13 de junio de 1967. Archivo Histórico de Revistas Argentinas. <https://ahira.com.ar>

La cronista empieza con una lección: las joyas pueden ser, además de accesorios femeninos, objetos de diseño elaborados por artistas. Allí, aparecen condensados los protagonistas predilectos de estas crónicas: productos de diseño y artistas consagrados o emergentes. El punto en común radica en la pertenencia al campo del arte. La fotografía, por su parte, exalta el diseño de las joyas y, en esa operación, se desdibujando de brindar información respecto de su función. El texto complementa a la imagen, sobre todo, a través del tono adversativo: éste cobra fuerza por la introducción de la conjunción "pero" e ilumina la intención de erradicar de cuajo una noción de moda en relación con sus funciones (vestirse, embellecer, dar estatus).



Fig. 5: *Primera Plana*, n.º 208, 20 de diciembre de 1966. Archivo Histórico de Revistas Argentinas. <https://ahira.com.ar>

El epígrafe de este artículo en el que Felisa Pinto, casi al final de su vida, vuelve a optar por una concepción semiótica de la moda evidencia la presencia en un proyecto periodístico sostenido en el tiempo. Pero volvamos a la crónica, entonces, para destacar que las joyas que captan la atención de la cronista no son para colgarse del cuello ni ponerse en los dedos. En esta línea, podría interpretarse el cambio de la s por la x en

“Extravagario”: la incorporación de una letra que visualmente connota el cruce, se torna un elemento significativo que plasma, a nivel de la lengua, el proyecto de Pinto de fusionar moda y arte (la propuesta del subdirector que ella supo materializar).

Una de las principales estrategias desplegadas por la cronista consistió en ubicar al diseño en el centro de la representación y hacer de la moda en tanto arte aplicado un tópico de escritura. Por ello, algunos de los protagonistas de estas páginas son: “las elegantes curvas de un espejo finisecular”,³⁶ “el delirio de colores de los bolsos para la playa”,³⁷ “la austeridad en la ornamentación de los artefactos de luz”,³⁸ “el atrevido látex y el picaresco color carne de la ropa interior”³⁹ y, “el azul y el blanco que se entrelazaban en los armoniosos diseños de loza de Talavera”,⁴⁰ entre otros. Hemos respetado el orden sintáctico de las oraciones para poner en evidencia el recurso de la focalización al que apela la cronista. Para la pragmática, la focalización consiste en destacar de manera explícita un segmento del enunciado a través de distintos recursos lingüísticos. Uno de ellos, el que se advierte en los ejemplos citados, es el de ubicar en la posición inicial el referente sobre el que se quiere llamar la atención. Por ejemplo, las curvas (del espejo) o los colores (del bolso) antes que los objetos en sí. La mirada de Felisa Pinto, modelada por conocimientos de artes plásticas y literatura, estuvo puesta en el estilo, producto de la combinación de formas, materiales, texturas y colores.⁴¹

Otra estrategia distintiva de la columna fue prescindir de cualquier vocativo que hubiese significado atribuir un género específico a sus lectores. No se trató de eludir el vocativo (él o ella), que podría hacernos pensar en algún grado de dificultad, sino por el contrario, dicha ausencia se evidencia como una elección realizada a conciencia. De hecho, resulta factible suponer que la intención de desestimar la modalidad apelativa haya sido tal vez aquello que la llevó a encontrar una forma escritural en la brevedad de los pies de foto. La elección discursiva llama la atención ya que, en general, las “páginas femeninas” definían género tanto en términos temáticos y visuales (la mujer como objeto de representación y consumo predilecto) como a nivel discursivo (una mujer que escribía a otras mujeres). No casualmente, la columna

“S. M. La Moda”, publicada por Alejo Carpentier en el periódico cubano *Social* a mediados de los años veinte, fue firmada con el seudónimo Jacqueline. A ello, se suma el hecho de que las crónicas de Felisa Pinto se publicaron sin firma, sin información del enunciador. Las crónicas fueron sin mediaciones al encuentro de la experiencia estética.

Pinto concibe a sus lectores como consumidores (otra estrategia que merece destacarse). Aspecto relevante en relación con el proyecto periodístico de *Primera Plana*, que buscaba propiciar el cruce entre modernización, periodismo y mercado.⁴² El 28 de marzo de 1967, se lee:

Un aire helénico parece adueñarse, en los últimos meses, de patios, terrazas y balcones de Buenos Aires. Además de su innegable función decorativa, una buena parra puede volver innecesario el toldo convencional, al menos en cuanto a sombra se refiere. Los partidarios de esta regresión telúrica pueden implantar los sarmientos que darán origen a la parra en este mes, de manera de cosechar los primeros racimos en febrero próximo. Una variante apetitosa la constituyen las higueras, que pueden empezar a desarrollarse en una maceta con tal que se les brinde sol a raudales; los gajos o la planta ya formada, pueden conseguirse en el zaguán de Don Hipólito, Perú 291, por un precio que oscila en los 400 pesos.⁴³

Estos pequeños análisis de estilos de vida, en este caso, representados a partir de una tendencia decorativa de “aire helénico”, pretendían captar a un público lector amplio. De hecho, los temas abordados en cada entrega cubrieron intereses diversos. Salta a simple vista que los lectores sin distinción de género fueron concebidos de modo estratégico como consumidores. Valga no obstante una aclaración respecto de la inscripción “las menciones de esta página no tienen carácter publicitario”, que apareció en cada una de las páginas. Dicha leyenda, usual en las revistas de la época, debe interpretarse teniendo en cuenta que parte del éxito de *Primera Plana* respondió al hecho de que había captado una “copiosa inversión en publicidad que la industria nacional canalizó hacia la prensa escrita después de la ‘primavera’ frondicista”.⁴⁴ Más allá de la aclaración de que no se trataba de publicidad,

la mención al costo (aproximado o preciso) del producto y la referencia al local de venta son una constante de estas páginas.

Respecto del tratamiento informativo de los datos comerciales, la cronista toma distancia o, por lo menos, parece no entrometerse en esos asuntos. El efecto de lectura es el de una cronista abocada exclusivamente a su cátedra de estilos. Otra opción es la escogida por Sara Gallardo, quien contemporáneamente publicaba una página de modas titulada "La donna é mobile" (también sin firma) en el semanario *Confirmado*.⁴⁵ En la entrega "Cuero: alarido, amor, necesidad, obligación", leemos:

Que nadie se atreva a carecer de su modelo de cuero 70. Que nadie se vea exento de prenda gamuzal, cueral, flecada o no, larga, breve, luctuosa o colorida. El cuero es la obligación 70, el alarido 70, el amor 70, la necesidad 70. La Donna correteó en cueros, es un decir, abrigada, decente, pero apasionada por los cueros, y descubrió cosas magnas.

El dato número uno se agazapa en el tercer piso de Santa Fe 1470. Allí la bella Isabel Peralta Ramos, junto con Jorge y Teresa Martegani, trabajan el cuero en estilo gamuza con diseños esplendorosos dedicados a dos ramos [...]

"Donnas" seguras de su gusto, habilidad, independencia o avaricia: si aspiran al modelo de cuero con diseño propio vayan a Zagazola, en Guido al 1500, donde el cuero zagalina se vende a 3.200 el metro cuadrado. En cuanto a la benéfica sastrería Bellusci, de Callao 1315, fabrica prendas de cuero y de gamuza para las perezosas.⁴⁶

Como se advierte en la cita, Sara Gallardo opta por narrar e incorporar la información comercial al propio relato. De modo que, se trata de un material más que la autora integra. Ello genera, por un lado, una idea de unidad textual y, por otro, un efecto de cercanía, de un conocimiento obtenido de primera mano aunque sabemos que escribía a partir de informes que elaboraban para ella.⁴⁷ El ejemplo de la página de Sara Gallardo demuestra que el material informativo era una constante de las páginas de moda y, al mismo tiempo que, ante igual demanda, había variedad de opciones. Felisa Pinto eligió diferenciar su voz, mantener distancia

(recordemos que, algunas veces, esa información apareció entre paréntesis). En definitiva, esa combinación de información comercial con análisis estilísticos da forma a una escritura interesada en enseñar cuestiones artísticas para orientar el auge de un consumo en crecimiento.



Fig. 6: Primera Plana, n.º 240, 1 de agosto de 1967. Archivo Histórico de Revistas Argentinas. <https://ahira.com.ar>

Una cronista en la ciudad de los negocios (a modo de conclusión)

Como testigo privilegiada de las vanguardias artísticas de la época, Pinto singulariza, a mediados del siglo XX, la crónica de moda por la visión artística del fenómeno que le permitió interpretarla como un lenguaje y dar forma a la mujer en cuestiones femininas, amplió el horizonte de la crónica al campo del arte. Su procedimiento simulando vagar en busca de objetos decorativos y elementos plásticos refinados, desplazó las vidrieras del ámbito de lo público (comercial que se ofrece a la venta) al ámbito privado y doméstico de los deseos de adquisición. Una cronista en la ciudad de los negocios que supo detenerse

sobre objetos y detalles ínfimos para cargarlos de sentido artístico desde su sensibilidad adquirida, practicada y enriquecida, a partir de cada uno de esos paseos urbanos por las vidrieras (**Fig. 6**):

Los espejos generalmente no tienen piedad; pero el más implacable de todos es uno que sirve para auscultar las pequeñas imperfecciones de la piel o el maquillaje (foto). El secreto de su severidad radica en la conformación de su luna, en un cierto resplandor difuso que arranca desde su base y que, prolijamente, barre con todas las sombras. La base es regulable para colgar o apoyar, y posee un toma corriente para conectar el secador de pelo. En cualquiera de las sucursales de Frávega cuesta 3490 pesos.⁴⁸

Su técnica de escritura consistió en buscar y seleccionar un detalle significativo que denotara el estilo advertido. Identificar un solo aspecto, un detalle expresivo y elocuente, para ponderarlo y mostrarlo a sus lectores con un interés renovado. En otras palabras, una militante del diseño.

Notas

¹ Felisa Pinto, *Chic. Memorias eclécticas* (Buenos Aires: Lumen, 2022), 129.

² Esto se explica en la formación humanística recibida por Felisa Pinto que incluía variadas ramas del arte. En especial, la música y la plástica configuraron su sensibilidad artística y su mirada estética.

³ El término “páginas femeninas” refiere al espacio periodístico (a veces, una página; otras, un suplemento) destinado a un público de mujeres con contenidos específicos que suele incluir belleza, moda, salud, horóscopo, chismes y recetas de cocina, entre otros.

⁴ Felisa Pinto comenta: “a finales de 1962, Luis me ofreció una corresponsalía en París, con viaje pago, carnet de periodista y viáticos para un fotógrafo. Yo empezaba a ser periodista y la propuesta no podía sino halagarme. Acepté sin dudar un instante, no solo porque la oportunidad laboral me seducía, sino también porque acababa de separarme y necesitaba tomar cierta distancia de Buenos Aires”, cfr. Pinto, *Chic...*, 111. Más adelante, cuenta que, en 1964, de regreso en Buenos Aires, le ofrecieron trabajar en la revista *Para Ti*, de la

misma editorial. Allí, escribió una doble página titulada “Las soluciones de Felisa”.

⁵ Pinto, *Chic...*, 130. *Primera Plana* (1962-1972), semanario de actualidad con aspiraciones culturales, publicado en Buenos Aires bajo la dirección de Jacobo Timerman. Emblema de la modernización cultural de los sesenta, fue un proyecto periodístico, dirigido al público de los “ejecutivos” y a una clase media intelectualizada, que reunió un *staff* de periodistas profesionalizados, cfr. Oscar Terán, *Nuestros años sesenta La formación de la nueva izquierda intelectual en la Argentina 1956-1966* (Buenos Aires: Puntosur, 1991), 81-82. Respecto de los semanarios de los años sesenta, Jorge Rivera señala el hecho de que “realizaron un periodismo cultural de fuerte entonación actualizadora, que contribuyó de manera muy destacada a la renovación de agendas y repertorios culturales de la época”, cfr. Jorge Rivera, *El periodismo cultural* (Buenos Aires: Paidós, 1995), 98.

⁶ Pinto, *Chic...*, 133.

⁷ Felisa Pinto, *Moda para principiantes. Vanguardias del siglo XX* (Buenos Aires: Era Naciente, 2004).

⁸ Pinto, *Chic...*

⁹ Victoria Lescano, “Crónicas de lo efímero”, *Página/12*, 20 de agosto de 2004. <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/las12/13-1399-2004-08-20.html> (acceso: 6/7/2023); Carlos Ulanovsky, “Felisa, el arte de la memoria”, *Cohete a la luna*, 4 de septiembre de 2022. <https://www.elcoheteealaluna.com/felisa-pinto-el-arte-de-hacer-memoria/> (acceso: 4/1/2024); María Eugenia Maurello, “De ideología y de dobladillos”. *Clarín*, 10 de octubre de 2022. https://www.clarin.com/revista-n/ideas/ideologia-dobladillos_o_Z4a0NpSMXq.html (acceso: 12/08/ 2023); Belén Papa Orfano, “Entrevistó a Pablo Picasso, alojó a Julio Cortázar: la vida de Felisa Pinto, la decana de los periodistas de moda”. *Clarín*, 30 de enero de 2023. https://www.clarin.com/cultura/entrevisto-pablo-picasso-alajo-julio-cortazar-vida-felisa-pinto-decana-periodistas-moda_o_L1WUTxhcJg.html (acceso: 11/10/2023); Laura Haimovich, “Felisa Pinto, una It girl de 90 años”. *Página/12*, 17 de marzo de 2023. <https://www.pagina12.com.ar/531959-felisa-pinto-una-it-girl-de-90-anos>. (acceso: 14/1/2024).

¹⁰ Mariela Méndez, *Crónicas travestis. El periodismo transgresor de Alfonsina Storni, Clarice Lispector y María Moreno* (Rosario: Beatriz Viterbo, 2017).

¹¹ Véase, Julieta Viú Adagio “Una perspectiva disruptiva: Enrique Gómez Carrillo y su psicología de la moda femenina”, en *Polémicas modernistas*, comp. Analía Costa (Rosario: Centro de estudios Interdisciplinarios ediciones, 2023).

¹² Enrique Gómez Carrillo, *Psicología de la moda femenina* (Madrid: M. Pérez Villavicencio, 1907), 7.

¹³ Charles Baudelaire, “El pintor de la vida moderna”, en *Salones y otros escritos sobre arte* (Madrid: Visor, 1996).

¹⁴ Terán, *Nuestros años sesenta...*

¹⁵ Felisa Pinto, “Extravagario”, *Primera Plana*, Buenos Aires, 9 de mayo de 1967, 49.

¹⁶ Pinto, *Chic...*, 87.

¹⁷ El viaje a París en 1963 tiene una relevancia fundamental en el relato que la propia Felisa Pinto realiza de su vida. En *Chic...*, le dedica el capítulo titulado “Un debut cosmopolita”, en el que hace gala de la relación cercana que tuvo con artistas y escritores como Pablo Picasso, Jacques Prevert, André Villers y Sofía Loren. Cfr. Pinto, *Chic...*, 112-129.

¹⁸ Pinto, *Chic...*, 137.

¹⁹ Gianfranco Marrone, “Roland Barthes. El sentido de la moda”, *Indumenta: Revista del Museo del Traje*, n.º 4 (2021): 23.

²⁰ Gianfranco Marrone advierte que investigaciones posteriores han demostrado que “el papel de las imágenes en las revistas de moda es todo menos accesorio con respecto a los pies de fotos”, Marrone, “Roland Barthes...”, 23.

²¹ Roland Barthes, *El sistema de la moda y otros escritos* (Buenos Aires: Paidós, 2008), 30.

²² Felisa Pinto, “Extravagario”, *Primera Plana*, Buenos Aires, 18 de abril de 1967, 49.

²³ Maurello, “De ideologías y de dobladillos”.

²⁴ Umberto Eco, “El hábito hace al monje”, en *Psicología del vestir* (Barcelona: Lumen, 1976), 9.

²⁵ Felisa Pinto refiere a su participación junto a Andrea Saltzman, Rosa Skific, Vicente Gallego, Manuel Lamarca y Susana Saulquin en la formulación del programa académico de la carrera de Diseño textil e indumentaria de la Universidad de Buenos Aires a fines de los años ochenta del siglo XX. Destacamos que ella propone las materias “Producción de moda” y “Comunicación y crítica” y la justificación fue: “proporcionar a los alumnos (sobre todo a los que cursaban el tramo final de la carrera) las herramientas necesarias para que pudiesen transmitir con eficacia sus diseños, tanto en Argentina como en el exterior. También ayudarlos a disponer de un vocabulario preciso y expresivo que les permitiese plasmar con palabras pero también con imagen, su identidad estética en los medios de comunicación”, cfr. Pinto, *Chic...*, 229.

²⁶ Maite Alvarado y Renata Rocco-Cuzzi, “Primera Plana: el nuevo discurso periodístico de la década del 60”, *Punto de vista*, n.º 22 (1984): 27 - 30.

²⁷ En *Chic...* Felisa Pinto relata: “Ramiro hasta había pensado en el nombre de la sección. ‘Estuve hojeando los poemas de Neruda -me dijo- y el título de tu página podría ser ‘Estravagario’, con s, pero mejor sería ponerlo con x, que significaría un vagar extra, encontrar talentos, descubrir la ciudad, descubrir la gente’. Así fue como me hice cargo de la sección ‘Extravagario’ en *Primera Plana*, donde mezclaba moda, diseño y estilos de vida”, cfr. Pinto, *Chic...*, 128-129.

²⁸ Laura Haimovich, “Felisa Pinto, una It girl de 90 años”.

²⁹ Pinto, *Chic...*, 128. Pinto refiere a las mujeres de los ejecutivos porque el semanario estaba dirigido “a un público de ‘ejecutivos’ y de clase media intelectualizada” y por ello, “aquella puesta al día debía alcanzar el terreno de las costumbres, y existieron dentro de la revista secciones como ‘Vida Moderna’ que hicieron de ese punto una de sus razones de existencia fundamentales. Tópicos como el ingreso de las mujeres

al mercado laboral, difusión de las nuevas técnicas anticonceptivas o la tematización de lo urbano en la sección ‘Diario de un ciudadano muy curioso’ son algunos ejemplos de una línea que la revista recorrerá incansablemente, y que junto con las noticias de otro orden podían dar pábulo a la autocomplacencia con que el semanario comunica a sus seguidores que ‘la actualidad mundial, vista por ojos argentinos, iba llegando así a los lectores de *Primera Plana*’, cfr. Terán, *Nuestros años sesentas...*, 82.

³⁰ Walter Benjamin, *Libro de los pasajes* (Madrid: Akal, 2005).

³¹ Felisa Pinto, “Extravagario”, *Primera Plana*, 24 de enero de 1967, 43.

³² Felisa Pinto, “Extravagario”, *Primera Plana*, 7 de marzo de 1967, 43. Las crónicas de “Extravagario” reunían texto e imagen, pero ello no suponía que cada texto tuviese una fotografía. En general, eran mucho menor los casos que tenían imagen y texto que los fragmentos que solo presentaban una representación textual. En el caso citado, se reproduce solo el texto porque no tiene ilustración.

³³ Felisa Pinto, “Extravagario”, *Primera Plana*, 13 de junio de 1967, 54.

³⁴ Pinto recuerda la siguiente anécdota personal: “Un día publiqué un hallazgo insólito: una boutique de la calle Florida donde vendían rezagos del Ejército Argentino para acatar el look militar de la moda de ese momento en Europa y en los Estados Unidos. Hasta escribí que aquel era muy pop, sin imaginar que causaría tanto alboroto entre un público no necesariamente frívolo. Rodolfo Walsh, lector de *Primera Plana* y de “Extravagario”, que le divertía, averiguó que el dueño de la boutique era un mayor del ejército y por lo tanto estaba incurriendo en un delito importante: apoderarse de los símbolos indumentarios de la patria para su beneficio personal. Rodolfo hizo que me llamaran como testigo ante un juez en calidad de autora de la nota y conté la purísima verdad: si tenía que estar atenta a la moda que se usaba, no podía ignorar que en la calle Florida se conseguían rezagos militares -con estampados camuflaje, ropa de fajina, borceguíes- y uniformes baratísimos”. Cfr. Pinto, *Chic...*, 133. Es posible deducir por la temática que Felisa Pinto refiere a la nota publicada el 21 de marzo de 1967 que aborda la imposición de la tendencia militar en el vestuario masculino. Cfr. Pinto, “Extravagario”, *Primera Plana*, 21 de marzo de 1967, 43.

³⁵ Felisa Pinto, “Extravagario”, *Primera Plana*, 20 de diciembre de 1966, 35.

³⁶ *Idídem*.

³⁷ *Idídem*.

³⁸ *Idídem*.

³⁹ Felisa Pinto, “Extravagario”, *Primera Plana*, 3 de enero de 1967, 50.

⁴⁰ Felisa Pinto, “Extravagario”, *Primera Plana*, 27 de diciembre de 1966, 50.

⁴¹ En “Retrato de una dama”, perfil que Leila Guerriero le dedica a Felisa Pinto en la revista de la Universidad Diego Portales, se recupera la pertenencia de la escritora a una clase social marcada por consumos artísticos refinados: “Se crió en un mundo en el que se

mezclaban la intelectualidad y la fortuna, la música dodecafónica y las fiestas en palacios, los apellidos de la más pura vanguardia -la generación de Nueva Música, la del instituto Di Tella- con los de una clase altísima ilustrada”, cfr. Leila Guerriero, “Felisa Pinto. Retrato de una dama”, *Plano americano* (2018): 139.

⁴² María Eugenia Mudrovcic, “El arma periodística y una literatura ‘necesaria’. El caso de Primera Plana”, en *Historia crítica de la literatura argentina, vol. 10: La irrupción de la crítica* (Buenos Aires: Emecé, 1999), 296.

⁴³ Felisa Pinto, “Extravagario”, *Primera Plana*, Buenos Aires, 28 de marzo de 1967, 43. Este fragmento de la crónica no cuenta con fotografía por ello se reproduce solo el texto.

⁴⁴ Mudrovcic, “El arma...”, 296.

⁴⁵ “Esta sección femenina que, aunque dirigida principalmente a la mujer consumista y pudiente cifrada en la figura de la ‘mujer del ejecutivo’, traía siempre un plus formal, discursivo y también temático-ideológico sobre modos no anquilosados de narrar y concebir el amplio universo femenino, que la hacía diferente de la estética, el concepto y el proyecto editorial de otras revistas para la mujer más convencionales, y hasta la convertiría en materia de interés, ya fuera para ensalzarla o amonestarla, de muchos lectores varones”, cfr. Lucía De Leone, “Sara Gallardo, cronista de su tiempo”, prólogo a *Los oficios*, de Sara Gallardo (Buenos Aires: Excursiones, 2018), 11.

⁴⁶ Sara Gallardo, *Los oficios* (Buenos Aires: Excursiones, 2018), 182-183.

⁴⁷ Lucía De Leone, estudiosa de la obra de Sara Gallardo, plantea que la escritora era “la donna de escritorio” que escribía a partir de los informes de Flora Novillo Corvalán, “la donna callejera”, cfr. De Leone, “Sara Gallardo, cronista de su tiempo”, 11.

⁴⁸ Felisa Pinto, “Extravagario”, *Primera Plana*, Buenos Aires, 1 de agosto de 1967, 46.

¿Cómo citar correctamente el presente artículo?

Julieta Viú Adagio; “La crónica de moda como cátedra de consumo estético. ‘Extravagario’ de Felisa Pinto (1966-1968)”. En *caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA)*. N° 25 | Primer semestre 2025, pp. 150-162.

URL:<https://caiana.caiana.com.ar/dossier/2025-1-25-d02/>

Recibido: 12 de julio de 2024

Aceptado: 13 de noviembre de 2025