

BELLEZA, MODA Y ELEGANCIA EN COLOMBIA VISTA A TRAVÉS DE LA REVISTA *CROMOS*, 1916- 1929

ELISA ANDREA COBO MEJÍA
OLGA YANET ACUÑA RODRÍGUEZ



RESUMEN

El texto se centra en la comprensión de los cánones de belleza femenina registrados y publicitados por la revista *Cromos*, publicación colombiana de circulación nacional que fomentó ideales estéticos sobre el cuerpo de las mujeres para resaltar su feminidad. El artículo se adscribe al campo de la historia cultural que permite caracterizar expresiones y representaciones, en este caso, centrado en el reconocimiento de los significados de belleza y elegancia, donde la belleza es un atributo que se consigue conjugando armonía y normalidad, que además se convierte en un bien de consumo; la belleza durante este periodo (1916-1929) se asocia con un aspecto juvenil: cutis blanco, piel tersa y cabellos sin canas. Mientras que la elegancia se refleja en la expresión del rostro y en la figura esbelta, que se relaciona con la apariencia de una mujer moderna, es decir, la mujer que debe enfrentarse a roles laborales y educativos.

Palabras clave: moda, belleza femenina, elegancia, revista *Cromos*, cuerpo.



Elisa Andrea Cobo Mejía · Universidad de Boyacá
Correo electrónico: elisaandrea88@hotmail.com
Olga Yanet Acuña Rodríguez · Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)
Correo electrónico: olgayanet@gmail.com
Tzintzun. Revista de Estudios Históricos · 70 (julio-diciembre 2019)
ISSN: 1870-719X · ISSN-e:2007-963X

**BEAUTY, FASHION AND ELEGANCE IN COLOMBIA VIEW THROUGH THE
MAGAZINE *CROMOS*, 1916- 1929**

ABSTRACT

The text focuses on the understanding of the female beauty canons registered and publicized by *Cromos* magazine, a colombian publication of national circulation that promoted aesthetic ideals on the body of women to highlight their femininity. The article is attached to the field of cultural history that allows characterizing expressions and representations, in this case, focused on the recognition of the meanings of beauty and elegance, where beauty is an attribute that is achieved by combining harmony and normality, which also it becomes a consumer good; Beauty during this period (1916-1929) is associated with a youthful appearance: white complexion, smooth skin and hair without gray hair. While elegance is reflected in the expression of the face and the slender figure, which is related to the appearance of a modern woman, that is, the woman who must face labor and educational roles.

Key words: fashion, feminine beauty, elegance, *Cromos* magazine, body.

**BEAUTÉ, MODE ET ÉLÉGANCE EN COLOMBIE À TRAVERS LE
MAGAZINE *CROMOS*, 1916- 1929**

RÉSUMÉ

Le texte met l'accent sur la compréhension des canons de la beauté féminine enregistrés et publiés par le magazine *Cromos*, une publication colombienne à diffusion nationale qui promouvait les idéaux esthétiques sur le corps des femmes pour mettre en valeur leur féminité. L'article est rattaché au domaine de l'histoire culturelle qui permet de caractériser des expressions et des représentations, en l'occurrence centrées sur la reconnaissance des significations de la beauté et de l'élégance, la beauté étant un attribut obtenu en combinant harmonie et normalité, qui cela devient un bien de consommation; La beauté durant cette période (1916-1929) est associée à une apparence juvénile: teint blanc, peau lisse et cheveux sans cheveux gris. Bien que l'élégance se reflète dans l'expression du visage et de la silhouette élancée, qui est liée à l'apparence d'une femme moderne, c'est-à-dire la femme qui doit faire face à des rôles de travail et d'éducation.

Mots-clés: mode, beauté féminine, élégance, magazine *Cromos*, corps.

INTRODUCCIÓN



Las primeras décadas del siglo xx en América Latina, son consideradas como el momento de afianzamiento de la modernidad, lo que coincidió en Colombia con el desarrollo capitalista tardío,¹ caracterizado por el proteccionismo económico y por la construcción de infraestructura, con el objeto de mirar hacia adentro² y fortalecer la economía. A este proceso económico se sumaron los recursos con los que Estados Unidos indemnizó a Colombia por la pérdida de Panamá y el auge de la producción cafetera,³ elementos que impulsaron la libre empresa y el comercio exterior y que Según Salomón Kalmanovitz⁴ y Ricardo Arias Trujillo,⁵ generó un proceso de modernización en Colombia. Estos procesos suscitaron la aparición del sujeto moderno y por ende de la figura de la mujer moderna.⁶

¹ ARIAS TRUJILLO, Ricardo, *Historia de Colombia contemporánea (1920-2010)*, Bogotá, Universidad de los Andes, 2011; HERRERA CORTÉS, Martha Cecilia, *Modernización y Escuela Nueva en Colombia: 1914-1951*, Bogotá, Plaza & Janés, 1999.

² KALMANOVITZ, Salomón, *Nueva Historia Económica de Colombia*, Bogotá, Turus Historia, 2010.

³ PALACIOS, Marcos, *Entre la legitimidad y la violencia. Colombia 1875-1994*, Bogotá, Editorial Norma, 2003; BEJARANO ÁVILA, Jesús Antonio, "El despegue cafetero 1900-1928", en *Historia económica de Colombia*, Bogotá, Planeta, 2007, pp. 195-227.

⁴ KALMANOVITZ, *Nueva historia económica*.

⁵ ARIAS TRUJILLO, *Historia de Colombia*.

⁶ PRATT, Mary Louise, "Repensar la modernidad", en *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, vol. 5, núm. 15, 1999, pp. 47-72.

En este sentido, en el presente trabajo se estudia la belleza femenina como estereotipo de la mujer moderna, para quien es importante la belleza en el marco de los desarrollos sociales, culturales y económicos del país, cánones de belleza femenina que van a ser registrados y publicitados por la revista *Cromos*. El periodo de estudio (1916-1929) coincide para su inicio con la fundación y circulación de la revista en el contexto de la modernidad, entendida como “la época en la que el hecho de ser moderno viene a ser un valor determinante”, donde se da un culto por lo nuevo y lo original e impera la imitación y la idea de progreso.⁷ El cierre en 1929, se propone por la transición de las tendencias de belleza y moda europea a la influencia norteamericana, que se articula con el impacto de la Gran Depresión económica mundial, que desde lo económico incidió en la reconfiguración de moda y belleza.

Esta idea de modernidad influyó en el ámbito cultural de la mujer, y aunque enfocados en las élites, promovió cambios en la forma de concebir la belleza y en las prácticas y dinámicas de embellecimiento que se ligaron a los nuevos roles asumidos por la mujer moderna: académicos y laborales, los cuales requerían otras maneras de representarla como sujeto de consumo y de producción, que en los años veinte se derivaron del progreso económico y administrativo como lo resalta Arias Trujillo.⁸ La revista *Cromos* se convirtió así en medio de expansión de ideas sobre la belleza que pretendieron ser universales, a partir de la noción de progreso y libertad de la mujer en los diferentes escenarios. Para este momento, la elegancia se plantea como modelo a seguir, lo que se aprecia a través de la influencia de la moda parisina, desde donde se impulsan cánones representados en las prendas de vestir⁹ que, a su vez, exige formas corporales como tener un

⁷ VATTIMO, Gianni, “Posmodernidad: ¿una sociedad transparente?”, en Gianni VATTIMO, et. al., *En torno a la posmodernidad*, Barcelona, Anthropos Editorial del Hombre, 2003, pp. 9-11. La modernidad es un proyecto universalista de civilización, una lógica e ideología, donde el estadio moderno o ilustrado se basa en el saber humano-la razón, estadio con dos tiempos: del Renacimiento a la Ilustración (tesis del sujeto) y del Romanticismo a la crisis del Marxismo (tesis de la historia), donde el progreso es el articulador entre el sujeto y la historia. Lo esencial de la modernidad es la verdad, la libertad, la justicia y la racionalidad, desde la universalización que favorecerá la coerción y el disciplinamiento generalizado. URDANIBIA, Inaki, “Lo narrativo en la posmodernidad”, en VATTIMO, *En torno a la posmodernidad*, pp. 41-75; MARDONES, José María, “El neo-conservadurismo de los posmodernos”, en VATTIMO, *En torno a la posmodernidad*, pp. 21-40.

⁸ ARIAS TRUJILLO, *Historia de Colombia*.

⁹ “Los escotes se cierran y las faldas se alargan [...] medida en los adornos”, en *Cromos*, vol. IX, núm. 194, enero 24 de 1920; y *Cromos*, vol. X, núm. 195, enero 31 de 1920.

cuerpo alto y flexible¹⁰ para portar los trajes e indumentarias que se plantea en la representación del consumo cultural.

Estas expresiones son denominadas por Santiago Castro-Gómez como “los estilos de vida del capitalismo”,¹¹ ligados al consumismo, en este caso de insumos con los que se pretende impulsar una demanda. Al respecto, Gilma Ríos Peñaloza,¹² refiere que la publicidad se dirige a sociedades privilegiadas en lo económico y cultural, caracterizadas por el poder adquisitivo que posibilita la compra de los artículos promocionados. El desarrollo de la publicidad en los años 20, mediado por la expansión imperial de las industrias estadounidenses en América Latina, influyó a la sociedad de manera notable en ámbitos como el desarrollo de la industria cosmética, que se hizo visible a través de los avisos publicitarios de la revista *Cromos*,¹³ que editó novedosos mensajes y sentidos sobre lo bello, el cuerpo y la moda.

Por otra parte, a nivel internacional tuvo lugar la Primera Guerra Mundial (1914-1918), que en América Latina impactó en el comercio transatlántico, disminuyó la producción de manufacturas provenientes de Europa, y las que llegaron tuvieron un incremento de precios, lo que afectó la vida cotidiana.¹⁴ En la moda se percibieron cambios en las recetas de moda escritas en París y publicadas en la revista *Cromos*, en las que se observan transformaciones como la ruptura en el uso de las mantillas y el faldón.¹⁵ Mientras tanto en Colombia, con posterioridad a la Primera Guerra Mundial, entre 1923 y 1929, se produjo un aumento de las importaciones de suministros para el sector textil y de elementos para la industria

¹⁰ Ejemplo de ello lo expuesto en la revista *Cromos* de 1920: “El cuerpo robusto o frágil pero sugestivo incitante de las parisienses se oculta entre pliegues sueltos sobre los brazos, el busto y las caderas”. *Cromos*, vol. ix, núm. 194, enero 24 de 1920; y *Cromos*, vol. x, núm. 195, enero 31 de 1920. “Bustos delgados y menudos, estrechez del corpiño”. *Cromos*, vol. 1, núm. 1, enero 15 de 1916. “Esta moda exige ciertamente poseer un cuerpo alto y flexible de formas arrogantes y plenas. La mujer que reúne tales condiciones valoriza de manera definitiva y regia ora la grácil languidez del talle ora el fino contorno de los brazos o la ideal blancura del busto firme y clásico”. *Cromos*, vol. ix, núm. 213, junio 12 de 1920.

¹¹ CASTRO-GÓMEZ, Santiago, *Tejidos oníricos. Movilidad, capitalismo y Biopolítica en Bogotá (1910-1930)*, Bogotá, Pensar, 2009.

¹² RÍOS PEÑALOZA, Gilma, *Cuerpos corregidos. El valor de la belleza*, Cali, Universidad del Cauca, 2016.

¹³ CASTRO-GÓMEZ, Santiago, *Tejidos oníricos*.

¹⁴ TAPIAS COTE, Carlos Guillermo, “La migración por la Gran Guerra 1914-1918 y su relación con Latinoamérica”, en *Revista Grafía*, vol. 11, núm. 2, 2014, pp. 69-90.

¹⁵ GÓMEZ, Luz y María SALIVE, “Pliegues y reverses: mujeres, publicidad y concepciones del cuerpo y el vestido en Bogotá, 1920-1930”, en *La manzana de la discordia*, vol. 7, núm. 2, 2012, pp. 71-82.

metalmecánica, así como un incremento de las exportaciones de café. De igual forma, es una década de mayores inversiones en obras públicas como los ferrocarriles, lo que mejoró el comercio interno al orientarse a una integración económica nacional; además, se ampliaron las vías de comunicación para favorecer el mercado interno, disminuyendo los fletes. Así, en la década del 20 en Colombia, se percibe crecimiento económico, a la vez, que se consolidan polos de desarrollo en ciudades como Bogotá, Medellín, Barranquilla y el Valle del Cauca,¹⁶ lo que es visto como sinónimo de progreso económico y de modernidad.

Por lo anteriormente expuesto, cabe mencionar que el texto se enmarca en la Nueva Historia Cultural (NHC), porque se aborda la comprensión de la belleza como construcción social, el vestido como expresión de la cultura, el cuerpo como símbolo y como experiencia, que como lo infiere Peter Burke, es un campo del saber que se deriva de los estudios sobre la medicina, pero que vistos en el contexto social, generan prácticas y representaciones.¹⁷ El análisis parte de la revisión de los contenidos que sobre belleza y moda, circularon en la revista *Cromos*, y que pretendían construir estereotipos sobre la mujer moderna o fomentar representaciones¹⁸ en torno al vestido y al cuerpo. Aunque el objeto referido es la mujer, la comprensión de ideales de belleza se orientó indistintamente a hombres, esposas e hijas, lo que además de una estructura patriarcal infiere una relación económica.

Adicionalmente a la revista *Cromos*, se tomaron otras revistas con el fin de analizar el contexto y establecer posibles conexiones entre procesos culturales en otros países relacionados con la moda. Algunas de las revistas que se utilizaron para tratar de ver este panorama fueron: *El Gráfico* (Bogotá), *Letras y Encajes* (Medellín) e internacionales como *El Salón de la Moda*, *Elegante*, *El Eco de la Moda* (Barcelona), *Le Petit Echo de la Mode*, *Le Miroir des Modes*, *Vogue* (Paris), y *La Moda Elegante* (Madrid), las cuales comparten criterios comunes, entre otros: el tiempo de circulación, el público al cual se dirige, los avisos publicitarios y los contenidos relacionados con moda y belleza.

¹⁶ OCAMPO, José Antonio, *Historia económica de Colombia*, Bogotá, Imprenta Nacional de Colombia, 1997.

¹⁷ BURKE, Peter, *¿Qué es la historia cultural?*, Barcelona, Paidós, 2005, pp. 45, 92, 93 y 97.

¹⁸ CHARTIER, Roger, *El mundo como representación. Representación. Historia Cultural: entre práctica y representación*, Barcelona, Gedisa, 1992, p. 36.

Estudiar los cambios o permanencias en la imagen de la belleza, implica ligarla al desarrollo de la moda como elemento que contribuye a exaltar el atributo de lo bello, según Roland Barthes, un mecanismo que crea por medio de imágenes un velo del objeto real, para lo cual recurre al vestido desde: el vestido–imagen (fotografiado, a nivel de la forma); el vestido–escrito (descrito por el lenguaje, a nivel de las palabras); y el vestido–real (estructura tecnológica a nivel de la materia). Entrando en escena el sistema moda, compuesto por diferentes elementos como la fotografía de moda (con reglas y unidades específicas), la receta o programa de costura (escrito con verbos y medidas) y el comentario de moda (escrito con sustantivos y adjetivos), todos estos elementos se encuentran presentes en las publicaciones de las revistas y son objeto de análisis.¹⁹ Estos aspectos permiten comprender la concepción de la moda y su reflejo en la estética de la belleza femenina, teniendo en cuenta que el vestido–escrito y el vestido–imagen, exhiben representaciones de la mujer y sus atributos de belleza y elegancia.

Las revistas fueron las primeras formas de representación del consumo de la moda y la belleza, posteriormente las tiendas por departamentos, que, si bien en París fueron creadas hacia mediados del siglo XIX, o pasajes en España, en Colombia la presencia de estos espacios es tardía. Las revistas se enfocan en la creación del buen gusto francés relacionado con el refinamiento,²⁰ y estos medios de transmisión de ideales se van a convertir en un mecanismo para proyectar y extender a otros sectores sociales la industria de la belleza y la moda contribuyendo a su democratización.

La relación belleza moda, se entiende desde elementos como: primero, tener por objeto común la mujer; segundo, para el discurso de la moda la belleza es determinante, al ser el atributo a resaltar desde ideales de perfeccionamiento de la figura corporal; y tercero, la belleza exige armonía, cualidad a la que contribuye la moda.²¹ Así, la revista *Cromos*, se convierte en un medio por el cual las representaciones extranjeras sobre belleza, moda,

¹⁹ BARTHES, Roland, *Sistema de la moda*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1978, pp. 15-26.

²⁰ SÁNCHEZ PARRA, Jenny Cristina, *Novedad y tradición. Las tiendas por departamentos en la ciudad de México y su influencia en el consumo, 1891-1915* [tesis de doctorado], México, El Colegio de México, 2017; PASALODOS SALGADO, Mercedes, “Algunas consideraciones sobre la moda durante la Belle Époque”, en *Indumenta: Revista del Museo del Traje*, 2007, pp. 107-12.

²¹ CUBILLOS VERGARA, María Carolina, “Vestirse bien no es suficiente atractivo”, en *Revista Universidad EAFIT*, vol. 43, núm. 145, 2007, pp. 9-20.

mujer entre otras, se van a divulgar en el territorio colombiano y se van a apropiar como se observará más adelante, al contribuir a la difusión de ideales estéticos femeninos acordes con la mujer moderna, que implica transformaciones y adaptaciones no siempre acordes a los cambios sociales como el caso de Colombia, que para la fecha continúa con su mirada tradicional sobre la mujer, la belleza y sus roles sociales.

LA REVISTA CROMOS

La revista *Cromos* en sus inicios se dirigió a los hogares modernos: hombres, mujeres e hijas con la promoción de ideales de belleza femeninos europeos.²² El primer número circuló el 15 de enero de 1916 con 2 500 ejemplares, señalando que “la revista tendrá ilustraciones y churros a granel”.²³ Asimismo, se publican crónicas sobre moda y belleza, no solo de las corresponsales francesas como Francette, Jacqueline y Madame Valmore, sino también firmadas por Alberto Sánchez de Iriarte (Dr. Mirabel), literato, historiador y periodista, considerado un iniciador de la crónica moderna de la cotidianidad, la crónica social, la crónica histórica, la literatura y la actualidad internacional.²⁴

La mujer es objeto de interés como lectora desde mediados del siglo XIX, hecho que llevó a plantear ajustes en el contenido de la prensa con énfasis en la literatura y la instrucción relacionada con la moral y el rol de la mujer en la sociedad, para este momento se reconocen dos vertientes de publicaciones: las administradas por hombres (la mujer es musa inspiradora)

²² VALLEJO MEJÍA, Maryluz, “*Cromos*. Revista *Cromos*. 100 años.” En <http://cromos100.cromos.com.co/historia-de-cromos.html> [consultado el 7 marzo de 2016]; VALLEJO MEJÍA, Maryluz, “La línea editorial en-cubierta de la centenario revista *Cromos*”, en *Memorias. Mesa 13. Historia y medios de comunicación*, Medellín, XVIII Congreso Colombiano de Historia, 2017, pp. 62-74; “Nostalgia gráfica... La primera revista *Cromos*”. En <http://www.colectivobicicleta.com/2009/02/nostalgia-grafica-la-primer-revista.html> [consultado el 26 de marzo de 2016].

²³ VALLEJO MEJÍA, “*Cromos*. Revista *Cromos*. 100 años”.

²⁴ HOYOS, Juan José, *La pasión de contar: el periodismo narrativo en Colombia, 1638-2000*, Medellín, Universidad de Antioquia, 2009; MARÍN COLORADO, Paula Andrea, “Diversificación del público lector en Bogotá (1910-1924). Un análisis de las revistas ilustradas *El Gráfico* y *Cromos*”, en *Historia y Memoria*, núm. 13, julio-diciembre de 2016, pp. 185-214.

y las dirigidas por mujeres (prensa femenina).²⁵ En el marco de estas nuevas orientaciones se encuentra la revista *Cromos*, dirigida a las mujeres de élite, con mayor capacidad adquisitiva, amplia cultura letrada y con familiaridad hacia los autores extranjeros.²⁶

Cromos. Revista Semanal Ilustrada,²⁷ magazín al estilo europeo, fue fundada por Miguel Santiago Valencia y Abelardo Arboleda, autodenominada semanario de actualidad colombiana e internacional y de entretenimiento, de circulación por volúmenes y números. Desde sus orígenes contó con diferentes secciones enfocadas a la belleza, con influencia de ideales liberales y republicanos. En 1918 pasó a ser propiedad de los hermanos Tamayo Álvarez, y en 1953 de los hermanos Restrepo Suárez, manteniendo hasta esta fecha la figura de revista de propiedad familiar.²⁸ Los temas abordados por la revista fueron: políticos, económicos, sociales, literarios y de moda, que como lo resalta Rosario Torres siguen vigentes.²⁹

Entre los estudios que toman como fuente la revista *Cromos*, se encuentran los que abordan el cuerpo y el vestido después de la Primera Guerra Mundial, donde se dan cambios en la maneras sociales, por ejemplo, la participación de la mujer en deportes al aire libre, la vinculación al trabajo que requiere de prendas funcionales, reconociendo que en Bogotá estos no

²⁵ GIL MEDINA, Cristina, “La mujer lectora en la ‘prensa femenina’ del siglo XIX. Estudio comparativo entre *Biblioteca de Señoritas* (1858–1859) y *La Mujer* (1878–1881)”, en *Historia y Memoria*, núm. 13, julio-diciembre de 2016, pp. 151-183.

²⁶ MARÍN COLORADO, “Diversificación del público lector”, p. 185.

²⁷ Casa editorial de Arboleda y Valencia, que se dedica a la edición de libros y folletos con maquinaria comprada por 100 000 francos a la sociedad Augusta de Turín, Italia y el resto ejemplo la papelería y tinta en Estados Unidos e Inglaterra. Se describe la información gráfica de la altura de las grandes revistas y con noticias de actualidad mundial proveniente de corresponsales de Estados Unidos y Europa. Las secciones se escriben siguiendo esta estructura: el primer artículo lo escribe una persona de buena posición política en Colombia; los artículos de crítica literaria elaborados por los mejores literatos nacionales y extranjeros; la sección de modas por una distinguida modista parisiense con envíos semanales de fotografías de las últimas creaciones de la Casa *Cromos* en París (dirigida por Valencia que a su vez era corresponsal), con una publicación de un mes anticipada en relación a las revistas de moda extranjeras; y por último, la parte artística a cargo de grandes artistas nacionales. *Cromos* tiene agentes y suscriptores en los ochocientos municipios de Colombia. POSADA CALLEJAS, Jorge, *Libro azul de Colombia*, New York, J.J. Little & Ives Company, 1918, 399 pp.

²⁸ VALLEJO MEJÍA, “La línea editorial en-cubierta de la centenaria revista *Cromos*”, pp. 62-74. En 1980 pasó a manos de grupos económicos como el Grancolombiano, y en 1992 del Grupo Santo Domingo, teniendo en cuenta que en este último lapso la adquiere Julio Andrés Camacho, posterior al escándalo de Michelsen.

²⁹ TORRES, Rosario, “Revistas de moda y belleza. El contenido al servicio de la forma bella”, en *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, núm. 16, 2007, pp. 213-225.

son hechos determinantes y que por el contrario, priman factores de clase y estatus visibles en el seguimiento de la moda que no son directamente proporcionales a su desempeño como mujer (madre, esposa, administradora del hogar).³⁰

En los diseños presentados en la revista, también se vislumbra la incidencia de políticas de austeridad producto de la guerra, independientemente a que en el país se presentaran mejores condiciones económicas a las mundiales, este seguimiento de tendencias, es una respuesta a los procesos de democratización, expansión y adaptación de la moda,³¹ que se plasmaron en el vestido y en la estética corporal, creando así una estrecha relación entre los cánones del vestido y los cánones de la belleza femenina, como se observa abiertamente en la publicación de *Cromos* donde la corresponsal reconoce el desconocimiento por las ideas estéticas en Colombia; no obstante, comunica su impresión sobre la belleza expandiendo de igual forma, estereotipos.³² Por su parte, María Isabel Zapata expone cómo desde las imágenes se observan los prototipos de la mujer europea y americana, a partir de las tendencias de la moda que, a su vez, establecen las figuras corporales ideales, representaciones que se retomaron en Colombia.³³

³⁰ GÓMEZ y SALIVE, “Pliegues y reverses: mujeres”, pp. 71-82.

³¹ CRUZ BERMEO, William, “Grandeza: rastros de la moda internacional en Medellín 1890-1950”, en *Fashion on the move: Rethinking desing*, Pamplona, Servicio de Publicaciones Universidad de Navarra, 2016, pp. 261-269.

³² “Mis queridas lectoras: de vuestras ideas estéticas acerca del cuerpo femenino, sé muy poca cosa; por mejor decir, no sé nada. Pero si he de juzgarlas por ciertos cuerpecitos suramericanos con finuras de Tamagras que he solido ver paseando por la Avenida del Bosque su poquito de exotismo y una encantadora asimilación de la elegancia parisina; si he de juzgar por esas adorables personitas que enviáis a París como mensajeras de una belleza turbadora, mí concepto sobre vuestros gustos es un galante elogio que envidiaría nuestra más elegante muñequita. Por lo visto, la idea que tenéis de la euritmia femenina está muy distanciada de la de vuestras hermanas de España, para quienes no hay belleza posible en la mujer sin unas caderas y un pecho de amplitud desesperante. ¡Ah! Yo no sabría aplaudiros lo bastante si hacéis hasta lo imposible por afinar vuestro cuerpo, por adelgazarlo hasta el ideal. Un lindo diablillo de tentación vuela alrededor de las mujeres flacas. Para ellas, que son las más amadas de los dioses y de los hombres también, se hacen la juventud más duradera, la constancia de los maridos (esto es de una magnífica psicología experimental y todas las delicias de la moda. La parisiense que conoce a la maravilla los tesoros juveniles y los encantos de la línea, sabe torturar las carnes y modelar la forma con una magnífica habilidad escultural. Para ella no existe nada más aterrador que la gordura; ni las canas, ni las mismas arrugas le ponen el espanto que un comienzo siquiera de la deformación de sus líneas. Lo uno tiene remedio (¡son tantas las maneras de ocultar esos crueles brochazos del tiempo!), pero lo otro es la desolación de las desolaciones”. *Cromos*, vol. 5, núm. 99, enero 26 de 1918, p. 31.

³³ ZAPATA VILLAMIL, María Isabel, “Representación fotográfica de la mujer en la revista *Cromos*. 1930-1946”, en *Memorias. Mesa 13. Historia y medios de comunicación*, Medellín, XVIII Congreso Colombiano de Historia, 2017.

A su vez, la revista se ha abordado para la comprensión de la vida en la ciudad de Bogotá, reconociendo imaginarios, primero, desde lo moderno y lo sofisticado a partir de la europeización de la ciudad con la superposición de la nueva sobre la antigua; segundo, desde la insatisfacción en la infraestructura urbana y la red de servicios públicos; tercero, a partir de la imagen de la Bogotá miserable; y cuarto, desde las calamidades de la ciudad y el ambiente general en la misma.³⁴ De igual manera, desde la teoría de los medios de comunicación y de la historia del arte donde resaltan su valor editorial y gran contenido a partir de su larga y constante periodicidad, es fuente para el análisis de la imagen teniendo en cuenta: el carácter factico y la trascendencia de los hechos;³⁵ asimismo, se emplea la revista para el estudio de las representaciones de la masculinidad que va de lo romántico a lo guerrero, y en relación a la mujer exalta cómo esta se define como débil, y además, es el símbolo del deseo del hombre, siendo determinante el cuidado y la belleza para ejercer los roles de esposa y madre.³⁶

Otros estudios se han centrado en el análisis del público lector de la revista *Cromos* y de *El Gráfico*, del cual se resalta la perspectiva de comprensión de la función de las revistas ilustradas y hacia quien se orientaban. En relación a la revista *Cromos*, ésta es presentada como atractiva-bella, que contiene un gran capital simbólico dirigido a un sector específico de lectores urbanos, que poseen el capital económico para acceder a ella, y que como grupo evidencian necesidades de consumo al publicitar modelos de vida y de expresión cultural.³⁷

En forma similar a las temáticas sobre moda y belleza, la revista ha tenido un carácter político, lo que se puede apreciar en aspectos como el cubrimiento de campañas políticas, la dedicación de las portadas a presidentes y candidatos, el mantener una postura neutral en la época de la

³⁴ MARTÍNEZ-OSORIO, Gilberto, "Bogotá a comienzos del siglo XX: el final de la ciudad bucólica. La imagen de la ciudad desde la revista *Cromos* (1916-1920)", en *Revista Nodo*, núm. 14, vol. 7, año 7, enero-junio de 2013, pp. 49-64.

³⁵ AGUIRRE RESTREPO, Luz Análida, "Método y metodología en el desarrollo de la investigación. 'La imagen en la revista *Cromos* 1916-1960. Valor visual y estético'", en *Artes. La Revista*, vol. 12, núm. 19, pp. 82-97.

³⁶ NIÑO DELGADO, Ani Yadira, "Representaciones de la masculinidad en la revista *Cromos* en la primera mitad del siglo XX en Colombia", en *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 2016, pp. 227.

³⁷ MARÍN COLORADO, "Diversificación del público lector", pp. 185-214.

lucha partidista, y estar en posesión de sujetos y grupos económicos con relaciones políticas y económicas definidas.³⁸ Las secciones de la revista dedicadas a la belleza para este lapso fueron: “Elegancias”, “Fisionomía de mujeres” y “Un poco de belleza”, se identifica como modelo a seguir el de la elegancia, manifiesto en las prendas de vestir desde los cánones de la moda parisina,³⁹ que, a su vez, exige formas corporales establecidas según las tendencias: el cuerpo en forma de s, la silueta aplanada y atlética, entre otras.⁴⁰ La moda parisina se caracteriza por la simplicidad como elemento “el estilo sans effort”,⁴¹ además de ser un producto tomado con seriedad, ejemplo, la Alta Costura “es, sobre todas las cosas, un tipo de artesanía. También porque la belleza es un asunto que trasciende las formas efímeras; la belleza, en Francia, es un asunto de utilidad, de sentirse vivo, de llevar una experiencia del mundo plena e integral”.⁴²

LA REVISTA *CROMOS* EN SU PRIMERA ETAPA. REFLEXIONES ENTRE BELLEZA Y ELEGANCIA

La historia de la moda se remonta a la corte de Versalles que la emplea como estilo de difusión de tendencias, además de ser el lugar de origen de la alta costura (*haute couture*) orientada a las clases adineradas. Alta Costura, que va a presentar sus colecciones en los meses de enero y julio, de igual manera, va a dar origen a las líneas *pret-a-porter* (moda para llevar) como mecanismo económico generando la moda en serie, líneas que se pueden asociar con la transgresión de los niveles superiores y medios de la sociedad urbana; además, a partir de la Revolución se puede hablar de una condición moderna de la moda, vista entre otras en el cambio de las pelucas por el

³⁸ VALLEJO MEJÍA, “La línea editorial en-cubierta de la centenaria revista *Cromos*”, pp. 62-74.

³⁹ *Cromos*, vol. IX, núm. 194, enero 24 de 1920; y *Cromos*, vol. X, núm. 195, enero 31 de 1920.

⁴⁰ *Cromos*, vol. IX, núm. 213, junio 12 de 1920; *Cromos*, vol. IX, núm. 194, enero 24 de 1920; y *Cromos*, vol. X, núm. 195, enero 31 de 1920.

⁴¹ FRESSANGE, Inés de la y Sophie GACHET, *La parisina. Guía de estilo de Inés de la Fressange con Sophie Gachet*, Editorial Grijalbo, 2012.

⁴² ROSALES, Vanessa, “Breve historia de la moda parisina”. En <http://www.vanessarosales.com/2015/03/breve-historia-de-la-moda-parisina/> [consultado el 20 de febrero de 2018].

pelo natural, el calzón de seda por los pantalones campesinos y la desaparición del miriñaque y el corsé.⁴³

En Colombia, se asumirá este modelo como ideal de belleza y expresión propia de lo femenino denominándolo el “bello sexo”, asociación que se relaciona con el ideal de belleza precedente de 1900 de la chica Gibson (silueta en forma de s o de reloj de arena), que para 1908 pasa a tener una figura más rectilínea, sumado a la promoción del abandono del corsé. Otros aspectos que van a determinar la belleza son los políticos, culturales y económicos, ejemplo, los dictámenes del diseñador de moda Paul Poiret de abolir el corsé, y la influencia de la ‘I Guerra Mundial’ y del ‘Ballet Ruso’, desde la simplificación de la costura, sumado a una silueta ágil, fluida y suave.⁴⁴ Así, la guerra marcó el inicio del siglo xx y produjo transformaciones en la mujer moderna hacia una figura masculina con una imagen corporal aplanada y lineal, sin desconocer que la revista *Cromos* durante los primeros años de publicación, mira hacia mediados del siglo xix, inspirada en la moda francesa y en los requerimientos de la guerra mundial,⁴⁵ un ejemplo de ello es la “moda de la guerra”, moda sencilla, sobria y discreta de falda ancha, corta y cuerpos ajustados, con sombreros eclécticos que incluso lleva a un cambio en el uso de las telas como la crinolina.⁴⁶

Estos cambios se pueden estimar en el prototipo de mujer y en el concepto de belleza, que a partir de 1920 se denomina “belleza moderna”, cánones que provienen de la *Belle Époque* (1900), en la que se persigue una belleza caracterizada por la palidez de la piel, la mujer flor, juncal, delgada y esbelta, pero muy mujer, constreñida por un corsé que oprime el talle, realza los senos y el trasero;⁴⁷ así, se percibe otro tipo de belleza distinto al de la

⁴³ MARTÍNEZ NAVARRO, Gema, *Marketing y Comunicación de Moda*, Editorial ALFAOMEGA-ESIC, Madrid, 2017; ABAD-ZARDOYA, Carmen, “El Sistema de la Moda. De sus Orígenes a la Postmodernidad”, en *Emblemata. Revista Aragonesa de Emblemática*, núm. 17, pp. 37-59; CERILLO RUBIO, Lourdes, *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*, Madrid, Editorial Siruela, 2010.

⁴⁴ GÓMEZ, “Pliegues y reverses: mujeres”, pp. 71-82; ABADAL I SENILLOSA, Joaquín, *Atlas ilustrado el vestido*, Madrid, Editorial Susaeta, 2017.

⁴⁵ STANFIELD, Michael Edward, *Of beast and beauty. Gender, race, and identity in Colombia*, Texas, University of Texas Press, 2013.

⁴⁶ BURGOS SEGUI, Carmen de, *El arte de ser mujer. Belleza y perfección*, Madrid, Sociedad General Española de Librería, 1920. En shorturl.at/aGPW6 [consultado el 13 de agosto de 2019].

⁴⁷ CHAHINE, Nathalie y Francine VORMESE, *La belleza del siglo. Los cánones femeninos en el siglo xx*, Barcelona, Gustavo Gili, 2006, p. 84.

década de los años diez, en que se da especial importancia al rostro y a las manos, lo que deja de tener relevancia durante el desarrollo de la guerra.

La elegancia es entendida como inteligible, pero a su vez, es un atributo que acompaña la belleza, se materializa en lo que se denomina *chic* entendido como la elegancia moderna que, es el encanto de la belleza. Nace del conjunto armónico de la belleza del cuerpo y del espíritu y abarca toda la esfera de la vida que no solo es vestir a la última moda, teniendo en cuenta que además el ser *chic* se complementa con la cultura, la educación y la inteligencia. De igual manera, hay un tipo de belleza aceptada a través de las edades y las razas, belleza que se basa en la proporción general del cuerpo de la mujer, el equilibrio entre los segmentos corporales, la calidad de la piel, y que a su vez, rechaza la obesidad, la delgadez, la mala alimentación, la maternidad, el criar y los descuidos diarios, por ende la belleza se conserva y adquiere.⁴⁸

El concepto de belleza asumió diversas connotaciones, en ocasiones dependió del país, de los intereses económicos, de las costumbres y del momento, para caracterizar y presentar lo bello; así, la belleza se asumió como expresión cultural que pretendió incidir en los estereotipos de mujer y estuvo acompañada por una empresa cultural. Aunque este no fue el modelo que influyó en Colombia a comienzos de siglo, estas pautas de embellecimiento fueron impactando en el prototipo de mujer, que se va a implementar a finales de la década de los años veinte del siglo xx.

LA REVISTA *CROMOS* Y LAS REVISTAS DE MODA EUROPEAS

La influencia de la moda europea (París, Barcelona y Madrid) en la revista *Cromos*, se puede identificar en las similitudes que hay con respecto al contenido y estructura de las publicaciones europeas dirigidas a la mujer, donde la moda y la belleza son ampliamente abordadas, reconociendo descriptores como: moda, elegancia, belleza, mujer moderna y femenina. Como aspectos a resaltar entre las revistas *Le Petit Echo de la Mode*, *La Moda Elegante: periódico de señoras y señoritas*, *Le Miroir des Modes*, *Elegant* y la revista *Cromos* se pueden apreciar en primer lugar, el público objetivo de las revistas europeas es la mujer y la familia, y en este sentido *Cromos* se define como:

⁴⁸ BURGOS SEGUI, *El arte de ser mujer*.

[...] una revista gráfica semanal al estilo de las que cautivan el favor de las gentes en las principales capitales europeas y americanas, una publicación donde se registre el movimiento literario, científico, artístico, social y político de la Nación colombiana y donde quede también constancia de lo más notable e interesante que acontezca en los demás pueblos del planeta.⁴⁹

Segundo, el contenido de las publicaciones extranjeras se focaliza en temas dirigidos a la mujer: poesía, arte, hogar y moda. Esta última, se centra en la descripción de trajes que va desde el corte y telas a emplear, compuesto por la receta o programa de costura, contrario a *Cromos* que en la sección “Elegancias”, desarrolla el comentario de moda sumado a un contenido de actualidad política, científica y social.

El concepto de belleza que se asumió en la revista *Cromos*, fue la exaltación de la elegancia, no solo evidente en la sección que lleva este nombre, sino en los diversos apartados a lo largo de este periodo, por ejemplo, en agosto de 1916, se encuentra una crónica titulada “La mujer y la belleza”, donde se realiza la distinción entre la belleza como espectáculo y atributo imposible de adquirir si se carece de este, y, la elegancia que se adquiere con voluntad y aplicación, o si se carece de esta, se puede adquirir con dinero. De igual manera, expresa cómo la belleza femenina de las damas del tiempo pasado, célebres por su cuerpo y cara, es derrotada, ya que la elegancia permite al mismo tiempo a la mujer ser intelectual, activa y avisada, lo que demostraría la importancia de la elegancia a la hora de definir la belleza en la década de los años veinte en Colombia.⁵⁰

De igual manera, la elegancia es definida como el vestir bien, saber llevar la ropa sumado a la delicadeza, “el ser elegante no quiere decir que sea delicado; ser delicado, en cambio, sí quiere decir que es elegante”,⁵¹ esta, a su vez, es considerada una cualidad que favorece o resalta la belleza que se debe cultivar, a través del gusto en la mujer desde la infancia, como lo expone la sección “EVA”, en su titular “La mujer y la estética. El gusto, los colores y el corsé”, para evitar “el peligro de confundir lo que debe o no ponerse una mujer elegante, las telas y los adornos que más le convienen y los tonos que

⁴⁹ GAVIRIA, Pascual, “El origen de *Cromos*, la revista más antigua de América Latina”. En shorturl.at/elwP5 [consultados el 15 de abril de 2018].

⁵⁰ *Cromos*, vol. 2, núm. 32, agosto 26 de 1916.

⁵¹ *La Moda Elegante*, año LXXXII, núm. 5, mayo de 1923, p. 131.

sientan mejor al color de una tez o al matiz de su cabellera”.⁵² Igualmente, se considera un punto central la educación femenina, lo que permitirá imponer la moda a través de una armonía entre la silueta y la fisonomía, con la finalidad de agradar al hombre.

Al ser textos franceses los que publica la revista *Cromos*, es reiterativo el llamado a la elegancia desde el estilo de la “mujer parisiense”, que debe ser adaptado por cada una según género de belleza,⁵³ al respecto George Simmel,⁵⁴ analiza la moda extranjera, a la que da gran valor por sus características de novedad, pero cuestiona que la moda se centre en elementos de producción de París y Estados Unidos, ajenos al entorno local.

Por su parte, en las revistas españolas igualmente se cuestiona la difusión y publicidad de las revistas extranjeras parisina y norteamericana, tal como se aprecia en el siguiente aparte: “la mayor parte de los trajes y sombreros que modistas y modistos exhiben como últimas novedades, van destinados a las mujeres del extranjero, y principalmente a las americanas, que son casi las únicas que en la superficie terrestre libre de guerra pueden continuar su vida de lujo, placeres y frivolidades”.⁵⁵ Aunque son presentados como productos novedosos que despiertan fascinación, posiblemente eran poco accesibles a las madrileñas por falta de recursos y de transporte. En estas revistas, también se percibe la influencia de la Primera Guerra Mundial en la expresión de la belleza femenina, pues se publican reflexiones que refieren a como los tiempos de crisis van a replantear los ideales de progreso y civilización, que se consideraban fundamentales en el mundo moderno, pero además, plantean otros estereotipos de mujer moderna, centrados en lo físico: “se requiere un robustecimiento físico, un vigor y una salud corporal que únicamente puede lograrse luchando sin tregua contra el alcoholismo, la tuberculosis, la mortalidad infantil y la miseria, y fomentando los deportes, el ejercicio de los músculos, la vida al aire libre y de preferencia en el campo”, lo cual transforma el concepto de belleza de la estética, la feminidad y la delicadeza a la de mujer fuerte, luchadora y trabajadora, “la Eva moderna ha de emanciparse, y se emancipará, de la tiranía absurdamente exagerada

⁵² *La Moda Elegante*, año LXXXII, núm. 12, diciembre de 1923, p. 363.

⁵³ *Cromos*, vol. 1, núm. 1, enero 15 de 1916.

⁵⁴ SIMMEL, George, *Cultura Femenina y otros ensayos*, Madrid, Revista de Occidente, 1934.

⁵⁵ *El Salón de la Moda*, año XXXIII, núm. 841, 1 junio de 1916, p. 1.

de la moda, y esa emancipación comenzará mediante la vida en el campo”.⁵⁶ Así, se le otorga otro rol a la mujer ligado al trabajo, a la solución de necesidades, por lo que se debe superar la concepción de fragilidad y delicadeza para presentarla como guerrera y luchadora.

Los impactos económicos de la guerra se sintieron también en la moda, por ejemplo en el recorte en los metros de tela empleados que se ve como un problema para las “hermanas voluminosas”, sin desconocer la incomodidad de las faldas entrevés por la limitación en el movimiento.⁵⁷ No obstante, desde la moda se buscan estrategias para combatir la estrechez de las faldas llamadas “falda funda”, con aberturas que faciliten la marcha, túnicas abiertas de talle bajo, este último aspecto va a demandar una forma corporal específica, ya que las mujeres de piernas cortas no deben alargar demasiado el talle por “el efecto desastroso”.⁵⁸

En Europa hacia 1916, se anuncia la restauración de los estilos Luis XV y 1830,⁵⁹ de igual forma, para este año se observa una disminución en los metros empleados para las faldas que pasa de 5 mts a menos de 2 mts, con 10 cm de ruedo, como se describe en el siguiente texto:

[...] cuánta diferencia de ayer a hoy! Lo malo sería que pasase de una exageración a otra, y los síntomas hacer temer que sobrevenga de nuevo la ridícula estrechez de faldas que hace dos o tres años hacía que las mujeres pareciesen ir metidas en fundas, como los paraguas [...] La moda última, la pasada, podía dejarnos creer en el reino del talle delgado que los poetas comparan al de la avispa; más la nueva forma de corsés viene a destruir aquella ilusión. Se llevan algo más cortos, pero siguen siendo bastante largos para sujetar las caderas y evitarles excesivos desarrollos. Bajo los trajes rectos, casi sin indicación de talle, tan fáciles y tan difíciles de llevar, revelan sutiles curvaciones de línea, de graciosos efectos.⁶⁰

Estos trajes no marcaban la cintura, más bien parecían abrigos que posiblemente no buscaban exaltar la figura del cuerpo en concordancia con

⁵⁶ *La Moda Elegante*, año LXXVII, núm. 21, junio 6 de 1918.

⁵⁷ *Cromos*, vol. IV, núm. 93, noviembre 24 de 1917.

⁵⁸ *Cromos*, vol. IV, núm. 96, diciembre 15 de 1917.

⁵⁹ *El Salón de la Moda*, año XXXIII, núm. 837, 1 febrero de 1916.

⁶⁰ *El Salón de la Moda*, año XXXIII, núm. 845, 1 octubre de 1916.

el tipo de tela a usar, tal vez, pretendían dar un “aspecto onduloso y suave en extremo seductor”⁶¹

Durante 1916, otros estilos de la moda se enfocaron en “la falda amplia y corta, el talle en su sitio normal ó ligeramente llevado hacia arriba, los hombros caídos, y la línea del busto con preferencia aplanada”. En Europa, los trajes que aparecieron a la mitad del invierno y al principio de la primavera, recibieron influencia de los estilos del siglo XVIII, tendencias que abogaron por el empleo del miriñaque entendido como “la jaula metálica” que convierte a la mujer en una “cubeta rígida”, para este momento, se criticó el exceso de tela que se requería para la elaboración de un vestido,⁶² tendencia que es corta y efímera y da paso a vestidos de talle largo que tienen aspecto infantil pero que se adaptaban a todas las edades y tallas.⁶³

En la revista *Vogue* de septiembre de 1918, se hace alusión a la relación entre la moda de París y la guerra, que lleva a emplear un vestuario más sencillo y sobrio en contraste con algunas extranjeras que visten de gala, hecho que además se influencia por el impuesto sobre el lujo “que le ha dado un golpe terrible al gran comercio de la elegancia”. De la publicación de *Vogue*, se resalta la intencionalidad de presentar modelos de silueta esbelta con materiales suaves, que podrían plegarse según la creatividad del modisto. El estilo resaltó la sencillez y austeridad en los trajes, como se puede apreciar en el titular “La elegancia económica”, donde la sencillez de los trajes se puede suplir con los accesorios adecuados como sombrillas, bolsos, cuellos, puños, zapatos, sombreros, collares, etc.; que además de la tela contribuían a dar elegancia.

En este punto, vale la pena preguntarse cómo las realidades europeas van a determinar los ideales nacionales, teniendo en cuenta que son requerimientos que no aplican directamente a la realidad del país, y que llevarían a cuestionar la intencionalidad de la revista *Cromos*, en la construcción de un modelo de belleza femenina propio y el estatus que se le quería dar.⁶⁴

⁶¹ *El Salón de la Moda*, año XXXIII, núm. 844, 1 septiembre de 1916.

⁶² *La Moda Elegante*, año LXXV, núm. 21, junio 6 de 1916, p. 242.

⁶³ *La Moda Elegante*, año LXXV, núm. 46, diciembre 14 de 1916, p. 254.

⁶⁴ *Vogue*, septiembre de 1918, pp. 7, 11, 17, 25 y 52.

Paralelo en Colombia, el siglo XX transita entre las ideas de modernización y el desarrollo de la economía, elementos que van a incidir en la concepción de la belleza femenina, definida en la revista *Cromos* como: “uno de los pocos valores que no ha sufrido depreciación ni ha tenido crisis en el barajuste universal que nos domina. Es un bien intacto cuyo valor es el mismo hace 100 años. Es un patrón de oro sobre el cual nada pueden las especulaciones de los jugadores de la bolsa”.⁶⁵ Este concepto de belleza, devela las influencias de la modernidad, al considerarla un bien que mantiene su valor, además pone de manifiesto transformaciones en su ideal, mediadas por factores como: los roles de la mujer dentro de la sociedad, la demanda consumista ejercida por la publicidad, los desarrollos científicos alrededor de los productos del cuidado y el embellecimiento, el apogeo de los deportes, las tendencias de la moda, pero en especial, al seguimiento de patrones internacionales imperantes como el modelo Francés, que influyó en la primera parte del siglo y que concentró la industria de la moda en París.

La moda europea es asimilada por las mujeres en Colombia, lo que se puede apreciar en las fotografías que muestran una aceptación de la misma, observado en las imágenes de las revistas nacionales y extranjeras, en aspectos como el peinado, el manejo y posición del rostro y el vestido elegante para los eventos, como se puede apreciar en la figura 1.

Al observar las imágenes se presenta dificultad para reconocer la procedencia de la lámina teniendo en cuenta que los estilos son similares; esto permite inferir que hubo circulación de estereotipos de belleza y moda, que fueron adaptados a las realidades particulares y convertidos en cánones a imitar.

⁶⁵ *Cromos*, vol. IX, núm. 211, mayo 29 de 1920, p. 303.

| | | |
|---|--|---|
| | | |
| <p><i>El Gráfico</i>, diciembre 16 de 1916, serie XXXII, año 7, núm. 324.</p> | <p><i>Le Miroir des Modes</i>, septiembre de 1920, vol. LXXXI, núm. 3.</p> | <p><i>Cromos</i>, enero 29 de 1921, vol. XI, núm. 243, p. 41.</p> |
| | | |
| <p><i>Cromos</i>, julio 9 de 1921, vol. XII, núm. 265, p. 3.</p> | <p><i>Cromos</i>, julio 18 de 1925, vol. XIX, núm. 465.</p> | <p><i>Letras y Encajes</i>, mayo de 1929, núm. 34.</p> |

Figura 1. Comparación de estilos.

ROSTRO Y SILUETA. EXPRESIONES DE BELLEZA EN LA DÉCADA DE LOS AÑOS VEINTE

En la década de los años 20, se promovió un tipo de mujer con un ligero aire masculino evidente en el cabello corto y los trajes andróginos, en respuesta a las nuevas ocupaciones o actividades desarrolladas por la mujer moderna (deporte, baile, trabajo, pantalla del cine y las vitrinas), estilo que no gozó de aceptación social;⁶⁶ asimismo, aparecen las primeras maniqués: delgadas, pálidas y estilizadas. El eje central de la belleza a comienzos de los

⁶⁶ RODRÍGUEZ SÁNCHEZ, Nathaly, “Esas mujeres con corte a lo muchacho y con las piernas al aire. Las pelonas y la transformación de la feminidad en la ciudad de México en la década de los veinte”, en Pilar GONZÁLEZ AIZPURU y Leticia MAYER CELIS (editoras), *Conflicto, resistencia y negociación en la historia*, México, El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos, 2016, pp. 295-333.

años veinte es el rostro. Se considera entonces que la mujer debe procurar la belleza como medio que le permite distinción y reconocimiento, como se puede apreciar en la revista *Le Petit Echo de la Mode*:

[...] la belleza y elegancia entrega otra vez el tono a la moda, justifica el maravilloso aforismo de filosofía que dice que la belleza es solo obligación de la mujer. Y como la belleza es el indicador de la salud, lo que se debe imponer a toda mujer que no va a perder su destino de velar a la conservación de sus encantos. Los enemigos que independientemente del tiempo atacan a la belleza: el agotamiento, las inclemencias del clima, la enfermedad [...].⁶⁷

Así la expresión del rostro es también la expresión de un cuerpo sano, por lo que belleza y salud empiezan a ser considerados atributos complementarios, de igual manera, es de interés en las revistas extranjeras el cuidado de las arrugas. En este sentido, la sección “La beauté et son hygiène. Les rides par l’hygiéniste”, se ocupó en dar consejos para retardar la aparición de las arrugas, a la vez, que sugieren evitar el exceso de placeres, de tristezas, el abuso de cosméticos y los malos hábitos.⁶⁸ Esta sección se focaliza en los cuidados de la piel, en afecciones como las erupciones o el eczema y el acné;⁶⁹ asimismo, trata el tema de la obesidad considerada enemiga de la belleza, para evitarla se debía realizar ejercicio, mantener una buena higiene (purgantes, ocupar el espíritu) o tener un régimen dietético.⁷⁰

El objeto central de atención era el rostro como ya se ha mencionado, el cual a su vez, refleja juventud independientemente de la edad, ya que conservar las propiedades del mismo (elasticidad, tonicidad) va a depender de los cuidados en la higiene. Es así como belleza-higiene se encuentran vinculadas, tal como se puede apreciar en la sección “Para ser bellas”, donde se señala que “se puede, en tal caso, ser vieja a los treinta años (ejemplo las campesinas, que no se cuidan de su epidermis, expuesta a la intemperie), o conservar hasta edad avanzada una perfecta tonicidad y una larga

⁶⁷ *Le Petit Echo de la Mode*, año XLII, núm. 1, enero 4 de 1920.

⁶⁸ *Les Miroir des Modes*, vol. XCII, núm. 1, enero de 1926, p. 41.

⁶⁹ *Les Miroir des Modes*, vol. XCII, núm. 4, abril de 1926, p. 142.

⁷⁰ *Les Miroir des Modes*, vol. XCIII, núm. 6, diciembre de 1926, p. 256.

juventud⁷¹; en ese sentido, se sugiere que el cuidado en la alimentación y la higiene favorecen la lozanía del rostro, pero también el impulso del rostro bello y rozagante, lo que está relacionado con el auge de la industria de los cosméticos, que empezó a tomar fuerza y a retomar la belleza como excusa para promocionar sus productos.

Esta focalización en el rostro es asimilada por *Cromos*, por ejemplo, en 1924 se presentan anuncios publicitarios para promocionar productos como Nutridor Higiénico, usado para controlar las arrugas, mientras en 1925, se publicitó una crema para blanquear y en 1929, una cera mercolizada, que en general resaltan cómo debe ser un cutis: terso, aterciopelado, límpido, libre de manchas, sin pecas, ni espinillas y hermoso. Así, el rostro limpio y blanco fue asimilado como factor de hermosura y seducción.

| | | |
|--|--|---|
|  |  |  |
| <p><i>Cromos</i>, enero 2 de 1924, vol. 17, núm. 386.</p> | <p><i>Cromos</i>, julio 25 de 1925, vol. 20, núm. 466.</p> | <p><i>Cromos</i>, julio 20 de 1929, vol. XXVIII, núm. 669.</p> |

Como se ha señalado, para mantener la belleza del cutis, se promocionaron diversas cremas (publicidad) o recetas según el tipo de cutis o las afecciones que se presenten (espinillas, arrugas, manchas, hinchazón de los párpados, tintura para cejas, evitar caída de pestañas y cejas), ya que el rostro se consideró un segmento corporal que para este periodo, reflejaba juventud y hermosura.⁷²

⁷¹ *La Moda Elegante*, año LXXXII, núm. 4, abril de 1923, p. 127.

⁷² *La Moda Elegante*, año LXXXII, núm. 3, marzo de 1923, p. 96.

A mediados de los años veinte el sentido de la moda y la belleza exhiben un cambio, en la sección de belleza en la revista *Cromos*, en donde se presentaban grabados y figurines acompañados de un comentario de las tendencias de la moda y la descripción de los trajes allí exhibidos, desde 1924 no se cita un corresponsal, lo que continúa es la presentación de fotografías, en su mayoría de actrices de cine con una breve descripción del traje que llevaban, pero desaparece el comentario sobre moda.

Mientras la moda europea reducía la cantidad de tela como expresión de la moda, la influencia norteamericana en la belleza llegaba a través del cine (actrices), con apreciaciones como rostros graciosos o tiernos, perfiles perfectos, los cuales enmarcaron la necesidad de hacer un homenaje a lo bello; por otra parte, la belleza femenina adquirió el valor de atraer la atención de los hombres, además de ser inspiradora del genio, es decir, de la moda. Esta ambivalencia entre el modelo parisino de elegancia y el norteamericano de belleza se percibió a través de *Cromos*, pues se empezó a resaltar la figura femenina: “cintura plegada y estrecha, arma el cuerpo y da al modelo el aspecto estatuario característico del corte de los vestidos en la presente estación”; así, tanto el rostro como la estructura corporal fueron asumidos como factores de belleza.⁷³ En el énfasis que se da a la silueta se promueve el uso del corsé “para asegurar una silueta recta y juvenil”.⁷⁴ El corsé debía ceñir las caderas y dibujar el talle, sin presionar o producir rigidez, se trataba de exaltar las curvas sin generar mayores cambios con el uso de las telas, pues la tendencia era mantener líneas simples para un vestido recto y plano.⁷⁵

De esta manera también cambio el concepto de belleza, pues ahora es entendida como “la perfecta armonía de un todo con sus partes, o de las partes con el todo, la mujer hermosa dejará de serlo cuando tenga el cuerpo comprimido y aplastado, porque esa compresión descompone la armonía de las líneas correctas, que constituye la belleza del cuerpo humano”.⁷⁶ Esta belleza en la mujer es considerada un don “tesoro de la hermosura”, la cual se va perdiendo con los años, pero al parecer se pierde más cuando se cambia

⁷³ *Cromos*, vol. IX, núm. 211, mayo 29 de 1920.

⁷⁴ *La Moda Elegante*, año LXXXII, núm. 8, agosto de 1923, p. 225.

⁷⁵ *Elegante*, año 2, núm. 14, marzo-abril de 1924.

⁷⁶ *La Moda Elegante*, año LXXXIII, núm. 12, diciembre de 1924, p. 363.

de la etapa de la juventud que para la época implica asumir el rol de casada, teniendo en cuenta que se considera vieja a la mujer a partir de los 15 a 20 años, y donde la fealdad se define en contraposición a la misma: “tan innata es el ansia de ver cosas perfectas, que solo la piedad perdona a las feas su imperfección. Las feas no son sino el fracaso ruidoso de ese plan magnífico que supone, en genérico, la mujer, mientras la belleza implica una cara bonita, una silueta elegante, un perfil armónico”.⁷⁷

En Colombia, la moda va a inspirar el sentido de la belleza desde las formas corporales requeridas según el vestido, este factor incide en el delineamiento de la estética corporal aceptada o no, ejemplo el “vestido exige un cuerpo ni muy grueso ni muy delgado, la carne embarina o marfileña de una mujer bien hecha debe surgir de él como una floración de tonos indecisos y cálidos”.⁷⁸ Así, el estilo del vestido y las telas de confección van guiando los requerimientos de la estética corporal, muestra de ello, un vestido sin mangas que deja al descubierto el torso debajo de sus brazos, que se ensancha en las caderas no requiere un tamaño y forma corporal específico, contrario a lo que pasa cuando se reduce el tamaño del vestido según la estación o aspectos sociales como la guerra (afectan la economía), que llevan a reducir el número de metros de tela empleados, haciendo que las faldas se angosten hablando del “horror de los vestidos entravés”, o se acorten a la rodilla así parezcan colegialas para emplear el resto de tela en el ancho, “la moda en general será influenciada por la economía de material, evidente en que por algún tiempo los trajes serán bastante estrechos creaciones hijas de la necesidad y no del arte”.⁷⁹

En la moda como expresión de la belleza en los años veinte, se observan dos elementos sustanciales: el uso del corsé para resaltar el busto y la línea recta en la falda para exaltar la belleza del cuerpo; y el talle largo que fue asumido como sinónimo de elegancia.⁸⁰ En general, se coincide en el énfasis en la moda y la presentación de publicidad relacionada con la belleza, ejemplo de los pechos a partir de la dureza, la firmeza y la proporción (ver

⁷⁷ *La Moda Elegante*, año LXXXIII, núm. 2, febrero de 1924, p. 34.

⁷⁸ *Cromos*, vol. IX, núm. 196, febrero 7 de 1920.

⁷⁹ *Cromos*, vol. IV, núm. 92, noviembre 17 de 1917, p. 203.

⁸⁰ *La Moda Elegante*, año LXXXII, núm. 9, agosto de 1923, pp. 303-304; *La Moda Elegante*, año LXXXII, núm. 12, diciembre de 1923, p. 385; *La Moda Elegante*, año LXXXIII, núm. 12, diciembre de 1924, p. 361.

figura 2), lo contrario son atributos de pechos flácidos y caídos. Anuncios que a nivel nacional presentan iguales contenidos e imágenes, elemento que da cuenta de la transferencia de imaginarios y prototipos de belleza.

| | | |
|---|---|--|
| | | |
| <p>Le Petit Echo de la Mode, enero 4 de 1920, núm. 1.</p> | <p>La Moda Elegante, 1924, núm. 4.</p> | <p>Cromos, enero 9 de 1925, núm. 437.</p> |
| | | |
| <p>Cromos, julio 18 de 1925, núm. 465.</p> | <p>Les Miroir le des Modes, 1926, núm. 1.</p> | <p>El Eco de la Moda, 1927, núm. 42, p. 7.</p> |

Figura 2. Comparativo de anuncios.

Otro hecho importante en la década de los años veinte, es el retomar las figuras de las venus; no obstante, la silueta esbelta no es necesariamente carente de curvas o con tendencia a la delgadez como lo expone la publicidad del *Carnol*, que al contrario reivindica la corpulencia como ideal de belleza masculina y femenina, destacando el gusto por “una mujer que, sin ser gorda, sea bien formada, gruesa, de carnes sólidas, sin arrugas, de bonitas curvas; a una mujer como han sido siempre las mujeres desde la época de la Creación y como lo seguirán siendo hasta el día del juicio”, figura alusiva a buena

apariciencia y juventud,⁸¹ de esta manera se defiende la figura de líneas curvas como las de Venus.

Así, la modernidad trajo consigo el proceso individualista y comercializador, donde se identifica la relación belleza-cuerpo, como un ideal y una obsesión desde la salud y la higiene, que se va a promover desde las revistas, a través de prototipos de belleza, expresados entre otros por la moda, como representación cultural de lo que es actual y bello, en relación con el cuerpo femenino. Para el desarrollo de estas prácticas de belleza se promocionan Clínicas de Belleza, encargadas del cutis, de la obesidad, de los pechos, del cabello (tintura) y los vellos (depilatorio). Precisamente, los ideales de belleza femenina en la época están focalizados en el rostro y en el tronco de la mujer, según se aprecia en la figura 3.

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| <p><i>El Eco de la Moda</i>, 1899, núm. 51.</p> | <p><i>Cromos</i>, enero 15 de 1916, núm. 1.</p> | <p><i>El Salón de la Moda</i>, 1916, núm. 847.</p> |
|  |  |  |
| <p><i>El Salón de la Moda</i>, 1916, núm. 836.</p> | <p><i>Le Petit Echo de la Mode</i>, enero 4 de 1920, núm. 1.</p> | <p><i>Le Petit Echo de la Mode</i>, junio 6 de 1920, núm. 23.</p> |

continúa

⁸¹ *Cromos*, vol. xxviii, núm. 667, julio 6 de 1929. Esta publicidad también se exhibe en la revista *Letras y Encajes*, núm. 34, 1929.

| | | |
|---|--|---|
| <p>Para Adelgazar con seguridad y sin peligro</p> <p>Por su acción un remedio seguro y sin peligro contra la obesidad.</p> <p>Hay que adelgazar mejorando la digestión.</p> <p>¡La sola manera, los únicos, los seguros, el único, son procedimientos naturales!</p> <p>Los carnosos se aflojan. Los órganos interiores, aliviados por la eliminación de la grasa, vuelven a su normal estado. Y la operación es abso-lutamente inofensiva a la salud y no produce ningún efecto secundario.</p> <p>En los verdaderos remedios de este género, el resultado es inmediato y seguro.</p> <p>Este producto revolucionario es un maravilloso llamado Pilules Adelgazar.</p> <p>Hay que adelgazar cerca de un kilo por semana sin ningún esfuerzo.</p> <p>Miliones de curaciones gloriosas atestiguan la perfecta seguridad y la absoluta inocuidad de este producto. Hombres y mujeres se acostumbrarán a su régimen y a su modo de tratamiento sin cesar en sus ocupaciones.</p> <p>Las Pilules Adelgazar no tienen nada de estupefacientes ni de drogas. Son puras y sencillas. Su composición es absolutamente perfecta.</p> <p>Un franco se vende directamente por correo certificado, enviado al portador por giro postal o sobre de correo a Agencia Central, Laura, 18, Barcelona (España) número 1000.</p> <p>Se vende en Madrid 1º del IV Gayoso; Puerto Rico Martini Duran; Trinidad Casas; San Sebastián Vidal y Gilardi; Región, Venezuela Ferrer; Batman Gilmore y Gilmore; Albani La Cruz; El Salvador, Guatemala, San Salvador, El Salvador, San Salvador y Guatemala en un solo día.</p> <p>¡Demanda de las imitaciones y está en cada franco al sello franco de la "Unión de Mercaderes" en los buzones la dirección L. KALL, 88, rue Tiquetier, París.</p> |  <p>El Arte de Adelgazar</p> <p>Seguramente y sin Peligro.</p> <p>El remedio de la obesidad no está en la dieta, sino en la que se debe seguir en el momento de comer. Los remedios tratan de curar la obesidad, pero el arte de adelgazar es el arte de comer. Este arte se enseña en el curso de un día, en el que se aprende a comer de una manera que produce el adelgazar sin ningún esfuerzo. Este curso se enseña en el curso de un día, en el que se aprende a comer de una manera que produce el adelgazar sin ningún esfuerzo.</p> <p>IODHYRINE D'ESCHAMP</p> <p>El gran remedio para la obesidad. Este remedio produce un adelgazar sin esfuerzo, sin dieta, sin ayuno, sin hambre, sin dolor, sin fatiga, sin cansancio, sin pérdida de tiempo, sin pérdida de dinero, sin pérdida de salud, sin pérdida de belleza, sin pérdida de vida.</p> <p>Se vende en Madrid 1º del IV Gayoso; Puerto Rico Martini Duran; Trinidad Casas; San Sebastián Vidal y Gilardi; Región, Venezuela Ferrer; Batman Gilmore y Gilmore; Albani La Cruz; El Salvador, Guatemala, San Salvador, El Salvador, San Salvador y Guatemala en un solo día.</p> | <p>¡NO MAS CANAS!</p> <p>Ahora es posible lucir veinte años más joven</p> <p>Personas que hasta hace poco parecían abuelos o abuelas se han rejuvenecido empleando una preparación casera para devolver al cabello su color natural. El Sr. J. A. McCrea, muy conocido en California, ha dicho hace pocos días:</p> <p>"Cualquiera puede preparar en cinco minutos una mezcla que tinte las canas y deja el cabello suave y sedoso. Basta añadir a medio litro de agua, 28 gramos de "Boy Run", una caja de Compuesto de Barbo y 7 gramos de glicerina. Estos ingredientes se compran en la botica y cuestan muy poco.</p> <p>Aplíquese esta preparación dos veces a la semana al cabello con un peine. No mancha el pelo, no es pegajoso ni grasiento y no se cae con el roce."</p> |
| <p>La Moda Elegante, 1923, núm. 8.</p> | <p>Cromos, abril 26 de 1924, vol. 17, núm. 389.</p> | <p>Cromos, julio 4 de 1925, vol. 20, núm. 463.</p> |

Figura 3. Ideales de belleza.

Estas prácticas van a promover cuerpos con características de un pecho desarrollado y terso y un cuerpo delgado, mientras que la obesidad es considerada una calamidad y enfermedad que genera sufrimientos y destruye la belleza; por eso perder peso rejuvenece y favorece la elegancia “Engordar es sufrir”, “Adelgazar es rejuvenecer”.⁸²

En complemento, se encuentra un “Almanaque de Belleza para 1930 de Mme. Helena Rubinstein”, en el cual para cada uno de los meses se presentan productos relacionados con el cuidado del rostro, ya sea para las arrugas, para blanquear, para las pecas, para el cuidado del sol, entre otras.⁸³ Además, se promocionan libros para promover prácticas de embellecimiento y preservar los encantos femeninos, “Los Secretos de la Hermosura Natural [...] Explica detalladamente los ejercicios más benéficos para la mujer: Cómo adelgazar; Cómo engordar; Cómo librarse de las arrugas; espinillas; cutis áspero, etc.”⁸⁴ Mientras que una práctica que va a reforzar los estereotipos de belleza, que se divulgan en los editoriales de moda o en los anuncios

⁸² Cromos, vol. 17, núm. 389, abril 26 de 1924.

⁸³ El Gráfico, año 19, núm. 961, enero 11 de 1930.

⁸⁴ Letras y Encajes, núm. 34, mayo de 1929, p. xvii.

publicitarios, es la ausencia de vello y pelo, “El secreto de mi belleza. Depilatorio María Stuard”, relacionado con la presencia sobre todo en la edad juvenil.⁸⁵

Otro elemento a considerar cuando se habla de belleza, es la ausencia de canas que se asocia con la juventud: “las canas están fuera de moda en esta época de trajes cortos, mejillas rosadas y cuerpos jóvenes”,⁸⁶ o como lo expone *Cromos*, se debe evitar el encanecimiento prematuro: “No debéis olvidar que nada hay tan anti estético como esos hilos blancos que asoman imprudentes por entre la maraña de vuestros cabellos”,⁸⁷ encanecimiento que lleva a parecer viejo, por lo tanto la tintura rejuvenece hasta 20 años,⁸⁸ de esta manera, se impulsó el uso de la tintura como parte de la industria de la belleza.

Pero en la presentación del cabello, no solo el color era determinante de la belleza, si no el corte empleado. Por ejemplo, para la década de los años veinte, se promovió el paso de la cabellera a lo *garconn* al corte semi-largo,⁸⁹ donde la tendencia al cabello corto alude a la corriente moderna, pero la evolución de lo dictado desde París, proponía peinados para la mañana, la tarde y la noche, que debían ser elegantes y prácticos, al igual que marcaba la publicidad el uso de tintura para el cabello, donde el color era sinónimo de juventud.⁹⁰ Así el peinado moderno se inspira en las estatuas grecorromanas evocando la antigüedad, lo que dará un aspecto delicado, elegante y seductor,⁹¹ sumado a esto, una mayor longitud del cabello así se requiera un complemento postizo, motivando a usar un peinado femenino, delicado y satisfactorio; renunciando lentamente “al peinado de aspecto masculino en favor de estilos más complicados y, no hay que decirlo, más favorables a la belleza del rostro”.⁹²

Además de estas dos prácticas, tintura y corte, se promovió el cuidado del mismo y se resaltó la limpieza del cuero cabelludo, para dejar el pelo

⁸⁵ *Eco de la Moda*, año XXXI, núm. 52, diciembre 24 de 1927, p. 8.

⁸⁶ *Letras y Encajes*, núm. 34, mayo de 1929, p. x.

⁸⁷ *Cromos*, vol. 1, núm. 2, enero 22 de 1916, p. 32.

⁸⁸ *Cromos*, vol. 20, núm. 463, julio 4 de 1925.

⁸⁹ *La Moda es Así*, año 1, núm. 8, julio de 1928, p. 7.

⁹⁰ *La Moda es Así*, año 1, núm. 6, mayo de 1928, p. 14.

⁹¹ *La Moda es Así*, año 1, núm. 4, marzo de 1928, p. 7.

⁹² *El Eco de la Moda*, año XXXI, núm. 52, diciembre 24 de 1927, p. 6.

suelto o trenzado sin abusar del retorcido, lo que permite contar con cabelleras espléndidas, asociadas a propiedades de salud e higiene con la belleza, belleza que depende del peinado y su adaptación a la forma del rostro, como se describe en el siguiente texto:

[...] ¡cuántas mujeres hermosas desmerecen ellas mismas su propia hermosura, por no saber adoptar sus cabellos a su fisonomía! Surge una nueva moda del peinado, y todas las mujeres la adaptan sin detenerse a reflexionar si su fisonomía se presta a tal peinado, y si en lugar de favorecer las perjudica. Muchas, aun comprendiendo que las desfavorece, lo adoptan por el solo hecho de ser el que “se lleva” y por no ser menos que otras que van a la última moda.⁹³

Esto se refuerza con la no aprobación de “aquel horrible tocado chino” que daba a las mujeres una desgraciada y ambigua apariencia.⁹⁴ Sin embargo, la moda del cabello corto tiene sus partidarios, quienes resaltan que permiten quitar años y aparecer rejuvenecidas o infantiles, sumado a lo práctico para cuestiones del peinado y el aseo, sin desconocer que se deben adaptar a la fisonomía como “una cara de ovalado muy correcto, buen nacimiento de pelo, bien formada oreja y una frente bonita y angosta”.⁹⁵

CUERPOS ATLÉTICOS: EXPRESIÓN DE LA MUJER MODERNA

A mediados de los años veinte, cambia el gusto en la coloración de la piel aceptándose un ligero bronceado propio del verano; y previo la crisis de 1929, se observa una marcada influencia de las estrellas de cine norteamericanas donde la belleza se focaliza en la mirada (cejas depiladas), y en la figura sometida a la dieta adelgazante (indolente languidez).⁹⁶ Modelos, que, desde la moda, en nuestro concepto definieron el ideal de belleza femenina, al guiar las formas corporales y crear relaciones de consumo a partir de la renovación constante de la imagen.

⁹³ *La Moda Elegante*, año LXXXIII, núm. 4, abril de 1924, p. 103.

⁹⁴ *La Moda Elegante*, año LXXXII, núm. 8, agosto de 1923, p. 242.

⁹⁵ *Letras y Encajes*, núm. 8, marzo de 1927, p. 123.

⁹⁶ CHAHINE y VORMESE, *La belleza del siglo*.

Por consiguiente, el modelo de belleza paulatinamente se transformó del europeo decimonónico al modelo norteamericano, que expone como prototipo la imagen de las figuras del cine,⁹⁷ con énfasis en la belleza de los segmentos corporales como el rostro, a través del empleo del maquillaje, sumado a la representación de una silueta corporal esbelta, sin olvidar que la influencia de las actrices y artistas se ve desde inicios del siglo en las revistas (ver figura 4).

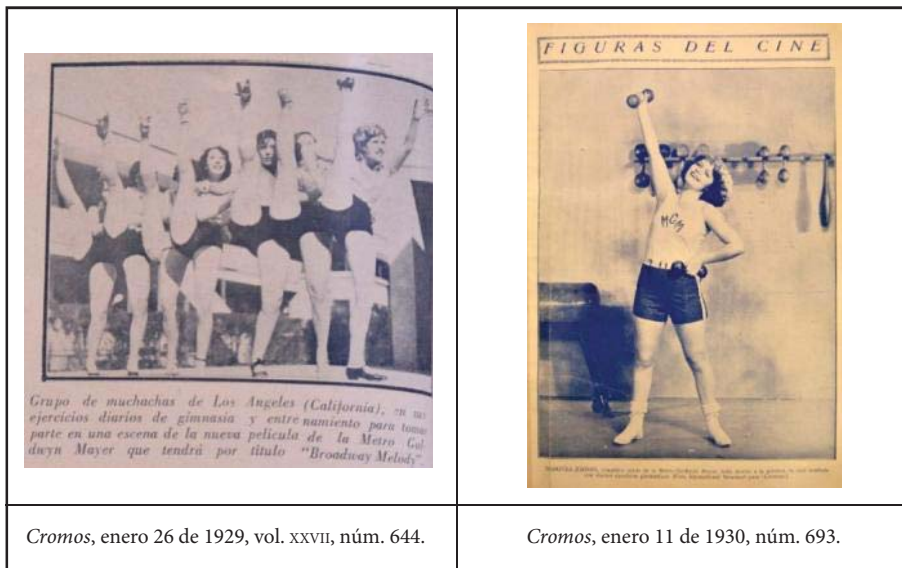


Figura 4. Estrellas de cine y el ejercicio.

Además, se promueve la actividad física o cultura física, para “poseer un talle firme y elegante, para tener caderas delgadas y para dar soltura a todo el cuerpo”,⁹⁸ el ejercicio o movimientos gimnásticos no son solo para la salud, sino también para la belleza, que diez años antes se había promovido como expresión de la belleza parisina: “les exercices physiques au grand air

⁹⁷ *Cromos*, vol. XXIX, núm. 693, enero 11 de 1930.

⁹⁸ *Letras y Encajes*, núm. 28, noviembre de 1928, p. 468.

sont de plus utiles pour la femme, et si elle veut conserver la sveltesse de ses formes, elle doit les continuer toute sa vie”⁹⁹

Por otra parte, los cambios en el rol de la mujer y en el concepto de belleza se van a acompañar por una mayor promoción de las prácticas de embellecimiento, que se hacen accesibles a las diferentes clases sociales, por la producción masiva de cosméticos de bajo precio,¹⁰⁰ sumado a la expansión de la prensa femenina, donde la belleza y la moda se tratan al tiempo con temas de higiene, pensando un cuerpo saludable, productivo y dinámico,¹⁰¹ concepción acorde con el de mujer moderna, que se vincula a nuevos escenarios, entre ellos el laboral y académico.

Un ejemplo de lo que se entendería por mujer moderna, se observa en la revista *La Mujer y la Moda*,¹⁰² que presenta cuatro tipos bajo el título “La mujer moderna y el tiempo que emplea”, caracterizándola así: la mujer que trabaja, la mujer que va a baños turcos, al salón y bar de moda, la mujer que lee, escribe y habla del voto femenino y la mujer que hace deporte y maneja un automóvil, todas vistas desde la agilidad para arreglarse y cambiar de prendas para desarrollar las diversas actividades, en síntesis, la mujer que es madre, que estudia, que trabaja, que pasea, hace deporte, es decir, que asume diversos roles.

En complemento a esta descripción de mujer moderna europea, se encuentra una concepción de una revista femenina de Medellín, donde se hace el contraste entre las mujeres de fin de siglo con cabellos y faldas largas, con expresiones de recato y timidez, frente a las mujeres modernas que perciben el hogar como la “jaula de oro que aprisionó entre sus rejas a un pájaro, que llevaba siempre un beso en el pico”,¹⁰³ mientras *Cromos* presenta un contraste con el hombre: “¡Que diferente es la vida de la mujer moderna, si se compara con la de nuestras abuelas! En la actualidad, compite con el hombre en el campo de los deportes, en el de los negocios y hasta en el de la política. Ya no sucumbe como antes, ni cede a periódicas jaquecas, dolores

⁹⁹ *Les Miroir des Modes*, vol. LXXVIII, núm. 5, mayo de 1919, p. 155.

¹⁰⁰ LIPOVESTKY, Gilles, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, Editorial Anagrama, 1987. En shorturl.at/zMX15 [consultado el 13 agosto de 2019].

¹⁰¹ PAQUET, Dominique, *Historia de la belleza*, Italia, Grupo Zeta, 1998.

¹⁰² *La Mujer y la Moda*, núm. 90, noviembre 20 de 1931.

¹⁰³ *Letras y Encajes*, año XXV, núm. 295, p. 5728.

de espalda o depresión mental, sino que contempla la vida con mirada práctica y se enfrenta con las situaciones en forma práctica también”.¹⁰⁴ De esta manera, en la revista *Cromos* se asumió el concepto de modernidad expresado en Europa en que la mujer se vinculó a diversos roles.

CONCLUSIONES

Aunque la revista en sus inicios se orientó a hombres, no es menos cierto que simultáneamente generó una relación con el público femenino a quien se dirigió desde la moda y la belleza. Se resalta que la publicidad tanto en la revista *Cromos* como en las europeas, enfatizo primero, en el cuidado y la imagen del rostro resaltando la blancura y lozanía, libre de arrugas y pecas, y segundo, en poseer una silueta esbelta, moderna, donde se debía evitar la obesidad, ya que esta desde la concepción extranjera destruía la belleza y restaba juventud. Corporalmente se dio importancia a los pechos que debían ser firmes, y a la delgadez como expresión de juventud y elegancia, mientras que la grasa se consideró un martirio físico y social.

La belleza fue influenciada por la moda, al ser dependiente de las tendencias que desde esta se promocionaron, adaptando el cuerpo en pro del vestido y los accesorios que fueron tendencia. Así retomando a Simmel, la moda creó un modelo general que, a su vez, permitió la homogenización y la distinción, ejemplo de ello, en clases sociales altas se usa para diferenciarse de las inferiores hasta que éstas se apropian de la misma, convirtiéndose en un círculo que exige una continua transformación para garantizar la distinción a través de la separación de clases, pero promueve la cohesión entre los mismos grupos sociales. Como elementos que caracterizaron la moda y que se percibieron en la revista *Cromos*, se encuentran el gusto por lo extranjero, la necesidad de cambio constante; y por lo tanto, el gusto por la novedad propio de las clases sociales altas, cuanto

¹⁰⁴ *Cromos*, vol. XXVIII, núm. 668, julio 13 de 1929. O como expone en 1916: “Porque la belleza es imposible de adquirir, en tanto que un cierto aspecto de conversación, muy parecida al talento, está al alcance de la mayoría de las mujeres resueltas a adquirirlas. Igualmente la elegancia se adquiere con la voluntad y la aplicación, si no está naturalmente dotada de ella; la única condición es tener dinero, y el dinero también se adquiere. La belleza femenina ha sido derrotada por la coalición de las mujeres modernas y la indiferencia de los hombres. El don innato no tiene ya valor comparado a las adquisiciones del talento y la elegancia, que realizan la voluntad y el ‘trabajo’ femeninos [...]”. *Cromos*, vol. 2, núm. 33, septiembre 2 de 1916, p. 144.

más nerviosa es una época, tanto más velozmente cambian sus modas, ya que uno de sus sostenes esenciales es la sed de innovación siempre nuevos, marcha mano a mano con la depresión de las energías nerviosas. Esto es ya por sí, una razón para que las clases superiores se constituyan en sede de la moda.¹⁰⁵

También, la moda, fue considerada desde finales del siglo XIX y en el siglo XX, como la que resalta la propiedad de las telas, el encanto de los adornos y la importancia de un corte elegante y armónico. Además, como sinónimo de buen gusto y belleza, no solo comprendió el vestido sino los accesorios y las actitudes, aspectos impresos en las distintas secciones de la revista *Cromos*, en la que se destacaron los cambios en la moda parisina, imponiendo modelos culturales que incluyen el prototipo de belleza que ajusta o moldea al cuerpo,¹⁰⁶ y que se convierten en dispositivo social, que se basa en la renovación y el cambio para generar la sensación de actualidad.

Los cambios creados por la moda, a su vez, responden a intereses económicos que van a determinar los ideales de belleza femeninos, a partir de elementos como los materiales, los diseños y los accesorios. Estos van a tener un efecto directo sobre el cuerpo, al establecer sus formas según parámetros sociales, aunado al avance de la industria textil, cosmética y de la higiene-salud, que favorecieron las posturas que alinearon la belleza con el capitalismo, convirtiéndola en una mercancía u objeto de compra y venta, que puede ser reconfigurada por el dinero.¹⁰⁷

En síntesis, la belleza femenina es un atributo que se ha abordado desde la revista *Cromos* como medio no solo de difusión de representaciones, sino a su vez, como creadora de las mismas, que para este periodo se focaliza en el modelo francés de moda, belleza y elegancia, ya que como se mencionó, la moda va a determinar lo que es bello y las formas corporales necesarias para portar lo actual. Otros elementos importantes fueron las influencias externas sobre el ideal de belleza femenino, de orden económico y social que van a guiar las tendencias según momentos de prosperidad o carestía

¹⁰⁵ SIMMEL, *Cultura Femenina*, p. 150.

¹⁰⁶ MALAVER NARVÁEZ, María Carmela, “La moda como factor de construcción de la identidad y la belleza en *Ifigenia* de Teresa de la Parra”, en Verónica RODRÍGUEZ CABRERA, Elsa MUÑOZ GARCÍA y Mauricio LIST REYES (coordinadores), *Prácticas corporales. En la búsqueda de la belleza*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, División de Ciencias Sociales y Humanidades, 2015, pp. 143-172.

¹⁰⁷ CABRERA RODRÍGUEZ, Verónica, Elsa MUÑOZ GARCÍA y Mauricio LIST REYES, “Entretejendo la belleza y el cuerpo”, en RODRÍGUEZ CABRERA, MUÑOZ GARCÍA y LIST REYES, *Prácticas corporales*, pp. 9-28.

resultado de la guerra, esta última, va a marcar los estilos, llamando a la discreción y mesura desde la estética corporal y el empleo de textiles que pasó de las sedas a las crinolinas.¹⁰⁸ A lo que se suman las necesidades de la industria, por ejemplo la carestía de la lana, que imputa reglas relacionadas con la cantidad de tela como la del Congreso de la Costura¹⁰⁹ o la imposición del grupo de modistos. Todo lo anterior respondiendo en esencia a necesidades económicas, “dijérase que la belleza de las mujeres actuales pretende enmarcarse con todas las posibilidades de la industria moderna, que ha puesto al alcance de la mayoría de las gentes el derroche de colores y caprichos principescos que antaño brillo como en la apoteosis de riqueza en las cortes del Asia inmutable y hierática.”¹¹⁰

Fecha de recepción: 20 de junio de 2018

Fecha de aceptación: 13 de febrero de 2019



¹⁰⁸ *Cromos*, vol. IX, núm. 196, febrero 7 de 1920.

¹⁰⁹ *Cromos*, vol. IV, núm. 92, noviembre 17 de 1917.

¹¹⁰ *Cromos*, vol. IX, núm. 213, junio 12 de 1920.