

MODA, JOYAS Y PODER EN EL COJO ILUSTRADO

Octavio Acosta

Universidad Central de Venezuela

RESUMEN

En su calidad de revista literaria *El Cojo Ilustrado* tenía la intención de entretener, sin embargo, es posible entrever en sus páginas un discurso moralizante cuya intención era ajustar las necesidades de sus lectores a los modelos prescritos por la realeza y aristocracia europea. En este sentido, atendiendo a la noción de ‘control social’ de van Dijk (2009), en este artículo se analizan las crónicas de la sección de moda “Páginas para damas”, específicamente aquellas relacionadas con las joyas y los accesorios, con el fin de mostrar cómo los centros de poder mediante un discurso que promovía el cambio y el progreso, organizaban a la sociedad venezolana de acuerdo con la evolución y contextos de otros países, obviando sus necesidades reales.

Palabras clave: *El Cojo Ilustrado*, crónica, moda, joyas, control social.

ABSTRACT

FASHION, JEWELRY AND POWER IN *EL COJO ILUSTRADO*

El Cojo Ilustrado in its quality of literary magazine was intended to entertain, however, it is possible to glimpse in their pages a moralistic discourse whose intention was to adjust the needs of its readers to the models prescribed by European aristocracy and royalty. Therefore, in this article we analyze, from the notion of ‘social control’ by van Dijk (2009), the chronicles of the fashion section “Pages for ladies”, specifically those related to jewelry and accessories, in order to show how the centers of power through a speech that promoted change and progress, organized to Venezuelan society in accordance with the evolution and contexts of other countries, ignoring their real needs.

Key words: *El Cojo Ilustrado* chronic, fashion, jewelry, social control.

RÉSUMÉ

MODE, BIJOUX ET POUVOIR DANS *EL COJO ILUSTRADO*

En tant que revue littéraire *El Cojo Ilustrado* avait le but de divertir, cependant, l'on peut apprécier dans ses pages un discours moralisateur dont l'intention était d'ajuster les besoins de ses lecteurs aux modèles prescrits par la royauté et l'aristocratie européenne. Alors, suivant la notion de 'contrôle social' de van Dijk (2009), on analyse les chroniques de la rubrique de mode "Paginas para damas" (Pages pour femmes), notamment celles liées aux bijoux et aux accessoires dans le but de montrer comment les centres de pouvoir, par le biais d'un discours pour le changement et le progrès, organisaient la société vénézuélienne selon l'évolution et les contextes d'autres pays, négligeant les besoins réels.

Mots-clé: *El Cojo Ilustrado*, chronique, mode, bijoux, contrôle social

RESUMO

MODA, JÓIAS E PODER EM *EL COJO ILUSTRADO*

Em sua qualidade de revista literária *El Cojo Ilustrado* tinha a intenção de entreter, no entanto, é possível entrever em suas páginas um discurso moralizante cuja intenção era ajustar as necessidades de seus leitores aos modelos prescritos pela realeza e aristocracia europeia. Neste sentido, atendendo à noção de controle social de van Dijk (2009), neste artigo analisam-se as crônicas da seção de moda "Páginas para as damas" especificamente aquelas relacionadas com as jóias e os acessórios, com o fim de mostrar como os centros de poder mediante um discurso que promovia a mudança e o progresso, organizavam a sociedade venezuelana de acordo com a evolução e contextos de outros países, obviando suas necessidades reais.

Palavras chave: *El Cojo Ilustrado*, crônica, moda, jóias, controle social.

1. INTRODUCCIÓN

Dirigido a las élites venezolanas, *El Cojo Ilustrado* (1892-1915) era una publicación quincenal de lectura rápida y sencilla que se hizo famosa gracias a su distinción y novedosa técnica de diseño e impresión. Las fotografías y grabados que se intercalan entre los textos añaden calidad y circunstancia a sus escritos. Centrada en temas culturales esta revista pretendía mostrar una imagen del país que estaba más relacionada con el pensamiento positivista europeo que con la realidad cotidiana del venezolano. Esto tal vez porque la revista estuvo inscrita entre dos momentos notables: la modernidad como producto de un extenso espacio histórico mundial y el movimiento literario modernista que puntualizó la demanda de un lenguaje latinoamericano. En las páginas del *El Cojo* encontramos un contexto que se disputa la modernidad y la tradición; se puede percibir una disociación entre lo que había sido el país durante el siglo XIX y el nuevo siglo XX. Esto posiblemente explique el hecho de que “los postulados del positivismo venezolano, inspirados en dogmas de orden y progreso, sólo cobran validez como elementos de una modernización de algunas estructuras materiales del país” (Harwich Vallenilla, 1990, p. 93). El positivismo, como doctrina elaborada en Europa, no podía sino deformar cualquier análisis que fuese emprendido acerca de la realidad nacional. De allí que Picón Salas al hablar de la labor modernizadora de Guzmán Blanco refería que “su progreso se quedó en la periferia y no llegó a lo profundo de la vida nacional” (1984, p. 95). De igual manera Chevalier (1983, p.72) menciona sin titubeo que el manejo de los postulados de la corriente europea [el positivismo], al ser aplicados sin advertencia de las peculiaridades inmediatas, suelen resultar en general impuestas con calzador en una horma ajena y de interior diverso.

Es por ello que percibimos en las páginas de *El Cojo Ilustrado* cómo la influencia del pensamiento positivista trataba de organizar a la sociedad venezolana de acuerdo con parámetros dictados por otras sociedades más poderosas. En tal sentido, es importante señalar que “una condición importante para el ejercicio del control social a través del discurso, es el control del discurso mismo y de su producción” (van Dijk, 2009, p. 64). De allí que en *El Cojo* se constituye un discurso que busca imitar la cotidianidad de otros países a fin de encontrar en nuestra cultura un lugar dentro de los sistemas de poder y así lograr calzar en la reorganización social que planteaba Augusto Comte (1798-1857). En general,

en la publicación, se siguen los lineamientos positivistas que se interesaron por la reorganización de la vida social para el bien de la humanidad a través del conocimiento científico, y por esta vía, del control de las fuerzas naturales.

2. ¿PÁGINAS PARA LAS DAMAS?

De los 24 tomos de esta publicación me interesé, en principio, en un espacio dedicado a la moda, donde Josefa Pujol de Collado se encargaba, a través de sus “Páginas para las damas”, de escribir crónicas en las cuales daba consejos para seguir la moda de los centros europeos y norteamericanos. En esta sección la autora, por primera vez, se dirigía al público femenino letrado a quien trataba de “vendérsele no solo la idea de nación que seguía intentando definirse, sino ciertos bienes materiales y simbólicos” (Ríos, 2006, p. 183). Así, las crónicas de Pujol de Collado forman parte de la “literatura pedagógica” de la época: un grupo de textos, bien fuesen novelas, manuales, cartillas, tratados de música o de economía, entre otros, que tenían la función de educar a la población. De allí que estas crónicas de modas, buscaban modelar, en la alta sociedad, una mujer angelical (Poveda, 2015, p. 95), dado que era un tema casi exclusivo de las mujeres. Poveda refiere en tal sentido que,

el hombre queda relegado de la moda, renunciando al adorno y ornamentación, donde la sencillez, la monocromía (o combinaciones muy simples) y la limpieza de cortes comienzan a crear la imagen de masculinidad que se conocerá, incluso, en el siglo XX. (p. 95)

Sin embargo, esto último no era del todo cierto, pues veremos más adelante cómo los hombres también se preocuparon por los accesorios que utilizarían. Sin embargo, la columna de Pujol de Collado estaba dirigida a las mujeres, quienes debían cuidar no solo su imagen, sino también la de toda la familia.

Mientras en Venezuela *El Cojo Ilustrado* se encargaba de educar a la población en el buen gusto, Márquez Morant asegura que, en el contexto español, el proceso de industrialización del sector textil produjo un mayor acceso a las prendas de moda a través del surgimiento de los almacenes de ropa:

Por tanto, lo que tenemos es un siglo de cambios frecuentes en la moda, que en gran medida obedecen a la necesidad de los estamentos situados en la cúspide de la pirámide socio-política, de diferenciarse su atuendo de las clases inferiores (s/f, p. 5).

La evolución de la industria y la diferenciación de clases sociales parecen ser elementos fundamentales para entender los cambios en la moda tanto en España como en cualquier centro de poder. Así, en Venezuela la verdadera razón de la aparición e importancia de estas “Páginas para las damas” estuvo también relacionada con el control social que pretendía separar a las lectoras cultas de las clases sociales bajas.

Al público femenino poco le importaba el estado de la industria textil en España o Francia, tampoco importaba si Josefa Pujol de Collado había visto o no las prendas de la aristocracia, si se había codeado o no con esas personas; lo que interesaba era que mientras “gozasen de gran boga” debían usarse en nuestro país; es así como el carácter moralizante que planteaba al comienzo se ve opacado por la necesidad constante de revisión de lo que ocurría en Europa. En tal sentido afirma van Dijk:

El modo de producción de la articulación está controlado a su vez por lo que podríamos llamar las «élites simbólicas», conformadas por periodistas, escritores, artistas, directores, académicos y otros grupos que ejercen poder sobre la base del «capital simbólico» (Bourdieu, 1977, 1984; Bourdieu y Passeron, 1977). Estos tienen una relativa libertad y, por ende, un relativo poder en cuanto a decidir sobre los géneros de discurso dentro de sus esferas de poder y en cuanto a determinar los temas, el estilo o la presentación del discurso. Este poder simbólico no se circunscribe a la articulación en sí misma, sino que se extiende al modo de influencia. Estas élites simbólicas pueden fijar las agendas de las discusiones públicas, influir en la importancia de los temas tratados, intervenir en la cantidad y el tipo de información, especialmente respecto a quiénes se retratan públicamente y a cómo se los pinta. (2009, pp. 65-66)

Podemos sugerir entonces que *El Cojo Ilustrado* funciona como una de esas élites simbólicas donde Josefa Pujol de Collado era solo parte de un engranaje dentro de ese enorme motor que ejercía poder sobre las decisiones de las clases sociales altas venezolanas.

3. EL PODER SIMBÓLICO

De “Páginas para las damas” me interesaron, específicamente, las reflexiones acerca de las joyas y los accesorios, pues creo que el poder simbólico que se ejerce en estos textos se muestra en los breves apartados que Pujol de Collado le dedica a estos objetos en el marco de toda su crónica de moda. Así, examiné cuatro textos de la autora y otros tres que, aunque no están firmados, revelan

con claridad cómo a través del poder simbólico se construye un discurso que propone a los centros de poder (Europa- Norteamérica) como ejes de la moda.

Asegura van Dijk:

El poder de A [Europa, en nuestro caso] necesita una base, es decir, recursos que socialmente lo autoricen a ejercer el poder o la aplicación de sanciones en caso de no acatamiento. Estos recursos habitualmente consisten en atributos o posesiones socialmente valorados pero distribuidos de manera no equitativa, tales como la riqueza, la posición, el rango, el estatus, la autoridad, el conocimiento, la idoneidad o los privilegios o hasta el mero hecho de ser miembro de un grupo dominante mayoritario. El poder es una forma de control social si su base está conformada por recursos socialmente importantes. (2009, pp. 65-66)

Se ejercerá, en el discurso de *El Cojo Ilustrado*, una forma de control social, donde las lectoras debían acatar lo que se les dictaba, pues el discurso estaba apoyado por el grupo social dominante: la aristocracia y la realeza europea. Veamos algunos ejemplos.

Josefa Pujol de Collado explica, en su crónica de diciembre de 1898, como las perlas se han puesto de moda en París:

Nada menos que un millón de francos valían las perlas lucidas en el teatro *Olimpia* de París, por la célebre actriz Liane de Tougy, en el baile de la ópera de gran espectáculo Nerón y el espléndido derroche de la artista, tanto ha sorprendido agradablemente a las damas de orillas del Sena, que ahora las francesas, usan collares de perlas, no solo para las reuniones de noche, sino también para las visitas de la tarde, de cumplido, más como las perlas son caras, y no pueden usarlas cuantas damas se convierten en objeto de su predilección, un sabio, Mr. Boutan ha concebido la idea de crear la perla artificialmente (1898, n.º 170, p.75)

Advertimos desde el comienzo de este texto la presencia de un personaje de mucho dinero y, por lo tanto, de mucha influencia dentro del contexto parisino. Al aparecer tan solo haber utilizado las perlas una vez, hace que estas se conviertan casi inmediatamente en una moda. La escritora no hace referencia a ninguna otra prenda o pieza de ropa de la actriz, basta nombrar las perlas y el valor de ellas para transformarlas en objeto de deseo de cualquier mujer. No obstante, lo más interesante es lo que ocurre unas líneas más abajo, cuando Pujol de Collado consigue hacer accesible la moda a la mujer venezolana para que no se quede solo en el deseo. La anécdota del denominado sabio Mr. Boutan es lo que hace que el discurso del poder tenga un verdadero alcance para

la lectora venezolana: no solo es el uso de las perlas lo que llama la atención, es la posibilidad de parecerse a la famosa actriz. Este proceso ocurre gracias a la industrialización y a la masificación de estos productos, los cuales pasarán a costar mucho menos. La autora reconoce que el ente de poder es el único que tiene acceso a las perlas originales. La mujer venezolana debe conformarse con el nuevo invento de Mr. Boutan. ¿Quiere decir esto que en Venezuela no había personas capaces de comprar objetos tan caros? ¿O simplemente se trata de crear un discurso que responda a las necesidades de la mayoría de las lectoras? Considero que se trata de lo segundo, pues en otro texto Pujol de Collado dirá:

Queda, pues, el terciopelo de cintas, aceptado para el adorno, que sustituye a las joyas durante el verano, ya que en estas última, es de más gusto hacer ostentación de ellas, mientras reina el calor, tolerándose únicamente las perlas, a cuya brillantez y pureza no perjudica el aire del mar, sino que por el contrario, ayuda a su poética blancura (1989 n.º 172, p.145)

Las perlas aquí reaparecen compartiendo el protagonismo con el terciopelo de cintas. El discurso cambia, ya no son solo símbolo de estatus social y de moda, sino que además tienen un vínculo con la temporada: son parte del imaginario de la playa, del calor. Aparecen descritas con mayor naturalidad, como parte de las opciones de la época. Pujol de Collado acepta, además, que las perlas no pasan de moda, que si las cintas de terciopelo van bien en esta temporada, las perlas pueden usarse durante todo el año. Con respecto a esto, Escudero Chauvel (2000) distingue seis dimensiones de valorización del accesorio: la primera es la “esencial”, donde llevar accesorios se propone como algo obligatorio. En la segunda, se trata de educar al usuario en función de la temporada, como es el caso de las cintas de terciopelo que, según Pujol de Collado, quedan aceptadas solo en el verano. En la tercera dimensión mitológica quedan las prendas que jamás pasan de moda, como en el ejemplo anterior, donde la razón que se esgrime para la excepción con las perlas no tiene que ver con la estación del año, o con valores estéticos del momento, sino que le otorga, a través de la “blancura” y la “pureza”, un poder simbólico a la prenda, por lo que se construye un discurso que seguirá repercutiendo en el futuro, ya no será solo este verano sino todo el año que puede usarse esta prenda.

La cuarta es una dimensión pragmática en la que el accesorio no es tomado en cuenta pues hace parte del atuendo. La quinta dimensión, la del lujo, le da un valor a la artesanía, al objeto como pieza única que perdurará en el tiempo.

En esta dimensión entran en confrontación los ejemplos propuestos en torno a las perlas. En el primer ejemplo se enorgullece de la pérdida del valor a través de la posible masificación del objeto, mientras que en el segundo se enaltece el valor de las perlas y la posibilidad de ser utilizadas durante todo el año. El lujo no parece para Pujol de Collado un valor importante. Se limita en su discurso a transmitir aquello que se ha aceptado en los círculos de poder. Pareciera importarle más la sexta y última dimensión de valorización propuesta por Escudero Chauvel: la temporal. En ella interesa más lo nuevo, lo que es actual.

El tiempo “news” [...] encarnado por la novedad, la modernidad, el detalle de cada estación, en síntesis, la ruptura temporal con el pasado. Esta temporalidad se halla fuertemente ligada a la visibilidad aportada por los medios, pero también a una voluntad de subrayar el carácter efímero de la moda, en una suerte de discurso irónico y autoreflexivo sobre sí misma y sus condiciones de aparición. (2000, p.112)

Esto podemos verlo claramente en dos textos donde Pujol de Collado se refiere a los dijes. En el primero se describe cómo son los dijes que se han regalado en las fiestas de pascuas y de año nuevo:

Se cuelgan de las pulseras, de las gargantillas, de los relojes y de las cadenas de oro con perlas, que largas más de dos metros, caen como una cascada deslumbradora sobre el pecho. Hay reina de la moda en Europa, que, pendientes de esas cadenas, lleva más de *veinte dijes* diferentes. Esto nos parece una exageración y presumimos que la moda a que nos referimos prevalecerá poco. Es casi seguro, pero como ahora impera en toda la línea, no es preciso consignarlas en estas Páginas destinadas cariñosamente al bello sexo venezolano. (1899, n.º 174, p. 210)

La autora describe lo que está de moda. Sin embargo, en esta ocasión hace una pequeña crítica, aunque su discurso es realmente dócil pues no desea poner en tela de juicio a los entes de poder. Por lo tanto, esconde sus reflexiones bajo la idea de que su trabajo es solo informar.

En el segundo texto será más directa:

Ya raya en exagerado el afán por los dijes; hay fama que lleva doce o quince de ello, suspendido de la larga y delgada cadena pendiente del cuello. Nos parecen ya muchos, demasiados dijes, para ajustarnos a las estrictas leyes del buen gusto, tan sobrio comúnmente de adornos. (1899, n.º 174, p. 211)

Acá sí se cumple esa ruptura con el pasado de la que habla Escudero Chauvel. Se cuestiona el mal gusto y el exceso que hay en la actualidad, y se desea regresar a lo que era anterior. Unas líneas más adelante, Pujol de Collado dirá sobre otro tema:

Lo mismo búcaros, que copas y botellas, se adornan con coquetones lazos de cinta, y hasta un punto tal ha llegado el furor por los lazos, que aún los candelabros se adornan con ellos. ¡Caprichos de la moda, que no cabe discutir sino aceptar! La fiebre de la novedad a todos invade y así vemos inventarse entre cosas indiscutiblemente bellas y útiles, otras que ni son prácticas ni hijas del buen sentido.¹ (1899, n.º 174, p. 210)

Aparece de nuevo la crítica con la propuesta de retornar a lo más simple. A pesar de lo anterior, es notoria la incoherencia en la exclamación subrayada ya que si solo se debe aceptar, ¿por qué es crítica? El discurso resulta contradictorio. A ratos no se ponen en duda las modas en Europa y a ratos se critican las nuevas maneras de accionar de la moda, es decir, Josefa Pujol de Collado, quien en el primer texto se mostraba interesada en el progreso tecnológico, hace con los dijes unas críticas bastante conservadoras.

En lo que respecta a la noción de control van Dijk refiere:

Puesto que la noción misma de acción abarca la noción del control (cognitivo) ejercido por agentes, el control social sobre B [*El Cojo Ilustrado*, en nuestro caso] que provocan las acciones de A da por resultado una limitación del autocontrol de B. Dicho de otro modo, el ejercicio del poder por parte de A tiene como consecuencia la limitación de la libertad de acción social de B. (2009, pp. 61-62)

Es el accionar de los centros de poder europeos lo que ejerce el control cognitivo sobre el discurso de Josefa Pujol de Collado, por lo que será ella misma la que se dejará llevar y ejercerá como organismo regulador de sus textos. Es decir, sus vacilaciones ante lo que no le gusta revelan cómo el poder europeo acciona sobre su discurso, imposibilitando su capacidad para hacer crítica, aunque lo intente.

Esta limitación de la libertad de acción social podemos verla también en los textos que no tienen autor conocido². Uno de ellos es “Los anillos de moda

¹ El subrayado es nuestro.

² Los textos titulados “Los anillos de moda en Londres”, “Hombres que usan pulseras” y “Los zarcillos en desuso”, son anuncios muy breves que no están firmados y se ubican entre otros anuncios de temas variados.

en Londres”, en el cual la descripción está enfocada desde la aristocracia londinense y la moda que ella ha creado: “Entre las damas aristocráticas de Londres se ha puesto de moda una curiosa forma de “anillo [...] La ventaja de esta nueva moda de sortijas, llamadas *dropping-stone*, reside en que la piedra preciosa, debido á hallarse en continuo movimiento, brilla mucho más que fija” (1907, n.º 363, p. 118).

Pareciera que tanto el objeto como el centro de poder tienen la misma importancia dentro de un discurso que no busca persuadir a nadie, o que no se invita a usar estas prendas, pues la importancia de este texto radica en la intención de ubicar Londres, a través de la aristocracia y las piezas que se hacían allí, como un centro de moda similar a Francia. A pesar de que ni siquiera se anuncian a la venta en nuestro país, las piezas de *dropping-stone* son en el discurso un recurso para el control social. No solo se trata de describir la joya sino que también se insiste, desde el título, en la proveniencia de la moda.

En “Hombres que usan pulseras” no aparece ningún tipo de crítica, ni siquiera se trata de una crónica de modas es, simplemente, un pequeño anuncio en el periódico. Parece un texto ingenuo, pero muestra que la realeza y la aristocracia austriaca se habían convertido en los regidores de la forma de vestir de los caballeros. Ya desde el título se nos dice que esta prenda no está relacionada con los hombres. Se invocan como piezas excéntricas pero de lujo que están por convertirse en esenciales dentro del atuendo masculino, entonces serán el rey Humberto, el príncipe de Gales y el duque de Albany los encargados de demostrar cómo y por qué es posible utilizarlas. Esta larga lista de nombres le da al lector seguridad para el uso de la prenda, pues se ve respaldado por todos ellos.

Muchos aristócratas austríacos las usan, llevando en ella una imagen de San Pedro, no por devoción al Apóstol, sino por creer que esto da suerte... El difunto duque de Albany, hijo de la reina Victoria, aun cuando no era supersticioso, atribuía su buena suerte en multitud de empresas al brazalet-mascota que no se quitaba nunca. (1900, n.º 205, p. 432)

La realeza y la aristocracia austriaca serán los responsables del cambio de valoración de la pulsera en nuestro país, aunque al comienzo del texto se diga que son simples amuletos para un juego de cartas, al final el objeto pierde toda su relación con el juego, se impone en el uso diario y sin importar la ocasión.

Finalmente tenemos “Zarcillos en desuso” cuya ubicación es Nueva York y no Europa. En él se refiere que:

No nos parece que aventuremos mucho al decir que, en New York por lo menos, una señora de buen tono con joyas en las orejas causaría la misma mala impresión que si mostrara en sus mejillas signos innegables de color artificial. Y lo que ya es un hecho en las señoritas de esmerada educación está casi realizado también en las jóvenes de la numerosa clase media. (1896, n.º103, p. 307)

El centro de poder es quien dicta la moda, por lo que la clase social tiene un papel preponderante; quien autoriza está ahora en Nueva York, pero el discurso no cambia: el uso de zarcillos separa a la clase baja de la burguesía. Estas joyas se dejan de usar porque la clase alta lo ha decidido, pero acá, como en el caso del artículo de la perlas, lo que termina de convencer al lector es que la clase media también ha dejado de usarlos. Es decir, el poder adquisitivo vuelve a tener importancia. Aparecen rasgos de la creciente burguesía que mostraba interés en la propiedad privada, en la idea de ser libre, responsable y participar de las actividades del Estado (Poveda, 2015, p. 105), y que trataba de acercarse a los gustos de las clases más altas. Quien escribe le da mucha importancia a la separación de las clases sociales:

Quedan algunas raras excepciones, lo que es de lamentarse, que todavía tienen gusto en adornarse las orejas; costumbre que si no fuera por la sanción convencional, la consideraríamos tan bárbara como la de llevar joyas en la nariz. Nos complacemos, pues, en poder decir que el uso de los zarcillos quedará relegado a las mujeres de la clase baja. (1896, n.º103, p. 307)

En este texto se estigmatiza el uso de los zarcillos, al tiempo que se denigra a toda una clase social. A diferencia de lo que ocurre con Josefa Pujol de Collado, existe una crítica a la sociedad, en la que es evidente la importancia por encontrar una diferenciación entre estratos sociales. El autor emite su discurso desde la clase más alta y convierte a los zarcillos (o el desuso de ellos) en un elemento que da poder a su clase y lo autoriza a decidir quiénes son parte de ella y quiénes no, puesto que se complace en decir que la clase media ha seguido el ejemplo de los suyos, mientras marca físicamente (dejándole los zarcillos puestos) a la clase baja. A diferencia de las crónicas de Pujol de Collado, quien se dibujaba como portadora del conocimiento de la moda europea, este texto es una traducción, seguramente del inglés, de la señorita M. Henríquez, y no está dirigido a las lectoras de nuestro país. El centro de poder es trasladado hasta las páginas de la revista venezolana para emitir sus juicios de control social.

En estos últimos tres textos aparecen las distintas formas en las que se expresa el discurso del poder. “Los anillos de moda en Londres” es meramente contemplativo, casi como un centro joyero. “Hombres que usan pulseras” muestra la vinculación de la aristocracia europea con la cotidianidad del lector, la cual invita al cambio de un hábito. El último, “Los zarcillos en desuso”, quizá el más directo; toma la voz de la clase dominante para dar su consejo de moda, pero a diferencia de los anteriores, el centro no está en el lugar desde donde habla sino en la clase social a la que pertenece el narrador. Son tres textos que revelan que no solo las “Páginas para damas” de Josefa Pujol de Collado tenían una visión eurocentrista.

4. A MANERA DE CONCLUSIÓN

Podemos suponer que *El Cojo Ilustrado*, más que tratar de encontrar una nueva organización social en su visión positivista y pedagógica de la moda, trataba de copiar a otras sociedades que a su parecer eran mejores. Por lo tanto, toda esta maquinaria literaria se esforzaba en crear vínculos con los centros de poder, autolimitarse para construir su discurso de cambio, de progreso que, insisto, quedaba subordinado a los designios de la evolución y circunstancias de otros países y no a las necesidades reales de nuestra sociedad.

REFERENCIAS

- Chevalier, F. (1983). *Le positivisme scientifique comme modèle d'intégration culturelle en Amérique Latine XIX ème*. Bourdeaux: CNRS.
- El Cojo Ilustrado*. (s/f). 1892-1914. Madrid: Emar. Edición facsimilar de 44 tomos.
- Escudero Chauvel, L. (2000). Lógicas en la representación de la moda. *Designis*. Madrid: Gedisa.
- Harwich Vallenilla, N. (1990). El positivismo venezolano y la modernidad. En *Estudios de historia social y económica de América* (pp. 93-101). Universidad de Alcalá de Henares. Servicio de Publicaciones.
- Henríquez Ureña, P. (1986) *Obra crítica*. Bogotá: Oveja negra.
- Márquez Morant, J. (s/f). La moda femenina en la España del siglo XIX. Recuperado de http://www.academia.edu/6310007/LA_MODA_FEMENINA_EN_LA_ESPA%C3%91A_DEL_SIGLO_XIX

- Picón Salas, M. (1984). *Formación y proceso de la literatura venezolana*. Caracas: Monte Ávila.
- Poveda, I. (2015). Las mujeres de la élite bogotana del siglo XIX y la moda. *Grafía*, 12 (1), 93-123.
- Ríos, A. (2006). Gestar la nación: prensa y cultura en el siglo XIX. En Barrera Linares, I; González Stephan, B y Pacheco, C. (Coords), *Nación y literatura: Itinerarios de la palabra escrita en la cultura venezolana* (pp. 177-185). Caracas: Fundación Bigott.
- Van Dijk, T. (2009). *Discurso y poder*. Madrid: Gedisa.