

## Moda y prensa femenina en España (siglo XIX)

Ana María Velasco Molpeceres

Ediciones 19

Madrid, 2016

420 pp.

ISBN: 13 978-84-16225-65-1



El objetivo principal de este libro es el de profundizar en el estudio de las primeras publicaciones de moda femenina, que tipo de prensa aparece, y cuál es el prototipo de mujer del siglo XIX que se verá reflejado en estas. Ahondando en el esquema social establecido durante esta centuria donde los varones han conquistado la esfera pública, y la mujer queda relegada al hogar; aunque al mismo tiempo se la va a asociar a la moda. Asimismo, si hasta la Revolución Francesa la moda había estado relacionada con el poder, durante esta centuria irá ligada a las mujeres, las cuáles, sabrán encontrar en este mundo de las tendencias un cierto grado de independencia.

En el primer capítulo se abordan las diferencias existentes entre la historia de la moda y de la indumentaria, ambos conceptos quedan claramente explicados por la autora, lo que hace más fácil la comprensión de este tema tan complejo. Por un lado, la moda, cuyo término viene a significar lo nuevo, por lo tanto, es adecuado utilizarlo a finales del siglo XVIII que fue el momento en el que apareció una incipiente industria de la moda que permitía la rápida y constante sucesión de tendencias. De lo novedoso.

Sobre todo, la moda permitió en el XIX la emancipación de la mujer gracias los grandes almacenes que “les permi-

te aventurarse solas por la calle, decidir sin sus maridos en un espacio de poder femenino, controlar una parte del gasto y de la economía familiar [...] encontrar una esfera de ocio, ajena al hogar y al mercado del matrimonio, así como un campo de puestos de trabajo” (Velasco Molpeceres, 2016: 29).

Por otro lado, la indumentaria, que principalmente ha sido utilizada para marcar la diferencia entre unos y otros de manera que permitía que se distinguiera “al hombre de la mujer, al poderoso del débil, al oriundo del extranjero” (Velasco Molpeceres, 2016: 37), sobre todo en épocas en las que la prensa no existía era un buen método para saber qué lugar ocupaba cada uno en la jerarquía social establecida en cada época histórica. De manera que ambos términos no se deben de confundir.

En el segundo capítulo la autora hace un exhaustivo recorrido sobre las publicaciones de moda femenina que van a surgir a partir del siglo XVII, más o menos. Cabe destacar que este tipo de publicaciones supusieron un éxito para la economía de distintos países, pero sobre todo para el rey francés Luis XIV –lugar donde apareció la primera publicación de moda, en 1672 nació el *Mercurie Galant*– que incentivó una economía de carácter exportador. Es decir, a través

de estas revistas se ponía de manifiesto cuales eran las últimas tendencias, lo que permitió exportar productos de lujo. En el tercer capítulo la autora nos aproxima al nacimiento de la prensa femenina en España, la cuál tuvo dificultades para nacer por las contantes convulsiones políticas que azotaban al país en los siglos XVIII y XIX. Destacando la presencia de una sociedad patriarcal que no veía con buenos ojos este tipo de prensa, porque suponía que la “prensa femenina no iba a ayudar a mantener el *statu quo*, por muy controlada y censurada que estuviera” (Velasco Molpeceres, 2016: 110). Por lo tanto, estas publicaciones permitirían a las mujeres a conquistar poco a poco el espacio público de manera que las “féminas tuvieron voz propia y lugares donde hacerla oír” (Velasco Molpeceres, 2016: 111).

El cuarto capítulo es un viaje en el tiempo a través de la historia de la indumentaria en España donde la autora nos destaca las distintas influencias que la vestimenta ha recibido a lo largo de los siglos. Precisamente España fue un territorio donde tuvo cabida todo tipo de culturas y acabo recibiendo la influencia de todas estas hasta llegar a la creación de un traje hispano fruto de la influencia del traje castizo. En los el capítulo quinto, sexto y séptimo, la autora nos enumera de forma ordenada las publicaciones sobre prensa femenina que hubo en los reinados de Fernando VII, en la Regencia de María Cristina y Espartero y en el reinado de Isabel II. En definitiva, esta obra sirve para demostrar la complejidad de lo que supone la moda más allá del significado de

frivolidad que la ha acompañado durante mucho tiempo. Sin lugar a duda este es un trabajo recomendable para toda aquella persona a la que le suscite interés, aunque este centrado en el área de Historia y Periodismo es de gran utilidad en el área de Economía porque permite analizar un tipo de mercado muy pujante durante el siglo XIX.

Respecto de su autora podemos decir que Ana María Velasco Molpeceres es Licenciada en Periodismo (Universidad de Valladolid), Graduada en Historia del Arte (UNED), Máster en Investigación de la Comunicación como Agente Histórico-Social (UVa) y posgrado en Historia y estética de la Cinematografía (UVa). Actualmente es investigadora contratada FPU en la Universidad de Valladolid donde trabaja sobre la moda, la mujer y el cambio social en el paso del franquismo a la democracia. Ha coordinado el Proyecto de Innovación Docente “Comprender la Historia Contemporánea” (UVa) y publicado diferentes artículos en revistas científicas de prestigio. Asimismo, ha coordinado el libro *La historia a través de los mass media: prensa, cine y moda (siglo XX y XXI)* (2016) y el dossier “Comunicación y Moda” en la *Revista Internacional de Historia de la Comunicación* (2018). Sus investigaciones se centran en la historia de la mujer, los medios de comunicación y el cine.

Esther Megías Escrivá  
Universidad de Valladolid