

# víctor goldgel

## cuando lo nuevo conquistó américa

prensa, moda y literatura en el siglo XIX



**víctor goldgel**

es licenciado en Letras por la Universidad de Buenos Aires y doctor en Literaturas Hispánicas por la Universidad de California-Berkeley. Su área de especialización es el siglo XIX hispanoamericano. Ha sido becario del Social Science Research Council y de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos, y ha publicado artículos en revistas académicas de América Latina, España, Estados Unidos y Gran Bretaña. Actualmente se desempeña como investigador y docente en la Universidad de Wisconsin-Madison.

# Índice

<b>Presentación</b>	
<i>Tulio Halperin Donghi</i>	9
<b>Agradecimientos</b>	11
<b>Introducción. La era de lo nuevo</b>	13
El mito de la revolución	13
Organización del libro	24
El “espíritu del siglo” y sus monstruos	29
El nuevo mundo	32
Modernidad/modernismo	36
¿Modernidad periférica?	39
Sed de novedades	42

## PARTE I

### PERIÓDICOS

<b>1. Nuevos medios hacia comienzos del siglo XIX</b>	47
El periódico como nuevo medio	47
La retórica del entusiasmo y de las “nuevas ideas”	54
La aceleración de las letras	65
Inventar la nación	77
<b>2. Curiosidad y variedades</b>	83
Vergüenza y genio mercantil	83
El público, la curiosidad y la ambición perezosa	89
La sección variedades	99

PARTE II

**MODA**

<b>3. Nuevas formas de deseo y consumo</b>	111
El nacimiento de la moda	111
Los petimetres y la moda de la filosofía	121
<i>Res novae</i>	129
<b>4. Moda y civilización</b>	133
La moda civiliza	133
“El instinto del nuevo estilo”	141
La moda es el nuevo lujo	148
Moda y alienación	156
La moda expande su imperio	162

PARTE III

**LITERATURA**

<b>5. La literatura del mundo nuevo</b>	173
Hacer ver	173
La originalidad del velo poético romántico	179
Fauna americana	187
La lengua en su lugar	197
<b>6. Deseo y fastidio</b>	211
El romanticismo como ruptura	211
La novedad literaria como germen de revolución	214
Juvenilismo	223
Monstruosidad y razón	229
Jaqueca del alma	234
<b>Bibliografía citada</b>	247

## víctor goldgel

### cuando lo nuevo conquistó américa

Un criterio infalible gobierna hoy nuestro juicio a la hora de valorar una obra de arte, un estilo o incluso una idea política: decir que son nuevos. Sin embargo, ser original no siempre fue un requisito, y decir algo novedoso fue considerado durante mucho tiempo una monstruosidad de la razón. ¿Cuál es la historia de la centralidad de lo nuevo como criterio de valor en nuestra cultura? ¿En qué momento empieza a ser posible, por ejemplo, descalificar un libro por viejo? ¿Bajo qué condiciones se vuelve indispensable "estar al día"?

Víctor Goldgel historiza este giro atendiendo a los discursos y el clima cultural de América Latina en plena era de las revoluciones independentistas. Y explica la relación ambivalente entre ruptura y continuidad en el Río de la Plata, Chile y Cuba, regiones donde la cultura colonial estaba menos arraigada y que, tal vez por eso, fueron permeables al entusiasmo por la novedad. Pero el libro va más allá: propone que esa "sed de novedades" no sea leída como un fetichismo de lo nuevo propio de culturas periféricas, sino como una red de problemas que conciernen a otras partes del mundo y también a nuestro presente.

*CUANDO LO NUEVO CONQUISTÓ AMÉRICA analiza con agudeza las conmociones que la entrada en la modernidad provocó durante la primera mitad del siglo XIX en Hispanoamérica, atendiendo tanto a los textos más transitados por los estudios literarios (el Facundo, por ejemplo) como a la abigarrada red de publicaciones periódicas que caracteriza a la época, así como también a las transformaciones que la moda impuso en la vida cotidiana de grupos sociales que empezaban a conceder una importancia sin precedentes al consumo de productos europeos y a su propia capacidad de "estar al día".*

*Un libro original e indispensable, en el que la nitidez del análisis contribuye a esclarecer la complejidad de las cuestiones que estudia.*

**Tulio Halperin Donghi**

 **siglo veintiuno**  
editores

ISBN 978-987-629-305-1



9 789876 293051