



Estudios Filológicos

ISSN: 0071-1713

efil@uach.cl

Universidad Austral de Chile

Chile

Martino, Luis Marcelo

Traducciones culturales de un semanario argentino del siglo XIX

Estudios Filológicos, núm. 45, junio, 2010, pp. 57-66

Universidad Austral de Chile

Valdivia, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=173416402005>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## Traducciones culturales de un semanario argentino del siglo XIX

Cultural translations of an Argentine weekly magazine of the 19<sup>th</sup> century

*Luis Marcelo Martino*

CONICET-Universidad Nacional de Tucumán, Tucumán, Argentina.  
Correo electrónico: marcelo\_martino@hotmail.com

Entre el 18 de noviembre de 1837 y el 21 de abril de 1838 aparece cada sábado en Buenos Aires el semanario *La Moda*. En sus páginas se publican artículos de costumbres y otros de carácter programático, consagrados a la exposición de sus ideas estético-políticas. Entre estos últimos encontramos tanto textos propios como reediciones de fragmentos de ensayos y artículos aparecidos en otras publicaciones, traducidos previamente al castellano. El propósito de nuestro trabajo es caracterizar esta práctica de traducción –que en algunos casos se complejiza al constituir una traducción de una traducción previa–, considerando, por un lado, su carácter de mediación cultural y, por el otro, su incidencia e importancia en el programa estético de los colaboradores del semanario.

*Palabras clave:* traducción, Romanticismo, mediación, literatura argentina.

Between November 18, 1837, and April 21, 1838, the weekly magazine “Fashion” (*La Moda*) appeared every Saturday in Buenos Aires. Articles referring to customs and others of programming nature were published, establishing statements of aesthetic-political ideas. Within the former we could find original texts as well as re-editions of fragments of essays and articles shown in other publications, previously translated to Spanish. The purpose of our work is to characterize the translating practice –which in some cases is more complex since they are a translation of a former translation–, considering, on one hand, its nature of cultural mediation, and, on the other hand, its effect and importance on the aesthetic program of the weekly contributors.

*Key words:* translation, Romanticism, mediation, Argentine literature.

*La Moda*, considerada el órgano de difusión de aquellos intelectuales congregados por primera vez en junio de 1837 en el Salón Literario de Marcos Sastre<sup>1</sup>, se define

---

<sup>1</sup> El Salón Literario es una agrupación cultural convocada por el librero Marcos Sastre, consagrada a la lectura y discusión de cuestiones literarias, filosóficas y políticas, donde se congregan formalmente por primera vez aquellos intelectuales nacidos en la década de 1810, a los que posteriormente se conocerá como Generación del 37. Como afirma M. R. Lojo, se sitúan en una postura superadora de las antinomias de los partidos políticos unitario y federal que dividen al país, aunque finalmente, ya en el exilio, se enrolan en una campaña en contra de Juan Manuel de Rosas, gobernador de Buenos Aires y principal promotor del régimen federal de gobierno (Lojo 2009: 12). Cfr. Kutra 2000: 9-10, 53-64; Prieto 2006: 89-96; Weinberg 1977: 40-41; Lojo 2009: 12-14.

a sí mismo como un “periódico literario”<sup>2</sup>. No obstante, tal como se desprende del “prospecto” contenido en su primer número –donde anuncian y prometen las materias y asuntos que llenarán sus páginas–, sus intereses exceden lo meramente literario para tocar también cuestiones relativas a la música, a la filosofía, al derecho, a la política.

Uno de los puntos declarados en aquel programa inicial anticipa que los lectores podrán encontrar en *La Moda* “Una idea sucinta del valor específico y social, de toda producción inteligente que en adelante apareciere en nuestro país, ya sea indígena o importada” (*La Moda* 1, 18 de noviembre de 1837, 1). Por “producción inteligente” estos intelectuales comprenden aquellas obras de carácter progresista y de “tendencia social”. Resulta interesante destacar que declaran ocuparse no sólo de la “producción inteligente” nacional (o “indígena”), sino también de la importada, siempre y cuando ésta hubiera aparecido en el país.

Esta declaración –que permite caracterizar a los escritores de *La Moda* como difusores y propagadores de ideas extranjeras más que como sus introductores o importadores directos– se constata en una serie de artículos que involucran distintos procesos y modalidades de traducción.

En primer lugar, podemos mencionar la reproducción de fragmentos de textos (libros, artículos) traducidos, sin incluir ningún tipo de comentarios. Tal es el caso de “La Alemania (Extractos de Quinet)” (*La Moda* 8, 6 de enero de 1838, 1-2), “El dios del violín” (10, 20 de enero de 1838, 3-4), “Postrimeras palabras” (11, 27 de enero de 1838, 4) y “El teatro moderno en Francia. (Extracto de un artículo de M. Gustavo Planche, publicado hace pocos meses en la Revista de los dos Mundos)” (publicado en dos partes: en el N° 13, 10 de febrero de 1838, 3-4, y en el N° 14, 17 de febrero de 1838, 3-4), por citar sólo algunos ejemplos. En todos los casos, la indicación de la fuente carece de referencias precisas, señalándose que se trata de un “extracto” de una obra o artículo, declarando a veces el nombre de la publicación o bien afirmando que fue extraído (o “explotado”) de un periódico o revista europeos<sup>3</sup>. La lengua original de estos artículos ni siquiera se menciona.

Con respecto a la autoría de las traducciones, constatamos la ausencia total de referencias que permitan identificar a los responsables. Debemos señalar que dicha ausencia no es privativa de los textos traducidos. La totalidad de los artículos publicados en *La Moda* carecen de firma o bien están firmados con un pseudónimo<sup>4</sup>. La identidad de los autores, no obstante, es verificable gracias a atribuciones posteriores de los propios escritores y al ejemplar existente en la Biblioteca Enrique Peña, que para Oría –responsable de la edición facsimilar de *La Moda*– constituye una de las fuentes dignas de crédito para individualizar a los colaboradores. Esta biblioteca cuenta con los veinte primeros números de *La Moda* con indicación manuscrita del autor o colaborador al pie de cada artículo (Oría 1938: 213, 215).

<sup>2</sup> “Aviso”, *La Moda* 18, 17 de marzo de 1838, 1. Para una caracterización más acabada de *La Moda* como un periódico literario y de su concepción de la prensa, cfr. Martino 2008.

<sup>3</sup> Al pie de “El dios del violín” se aclara: “Explotado de una revista europea” y al final de “Postrimeras palabras” se indica simplemente: “De un periódico europeo”.

<sup>4</sup> El más recurrente de estos seudónimos es el de “Figarillo” –derivado del empleado por Mariano José de Larra, “Figaro”–, detrás del que se esconde Juan Bautista Alberdi para la escritura de sus artículos de costumbres.

La cuestión de la “invisibilidad” de los traductores no puede considerarse por separado, dado el hecho de que, como decíamos, tampoco los artículos originales, escritos directamente en español, aparecen firmados. No podría pensarse, entonces, que la invisibilidad se debería a la falta de reconocimiento a la labor de la traducción. De hecho, las fuentes empleadas como medios para establecer la identidad de los autores registran también qué colaboradores son los responsables de los textos traducidos<sup>5</sup>. Por otra parte, valga como prueba adicional de nuestra afirmación la reseña de la versión española del cuento “La parisina” de Lord Byron, donde se pondera especialmente la labor del traductor, “Henrique de Vedia y Goossens” (*sic*)<sup>6</sup>, cuyo genio creador es equiparado al del poeta inglés<sup>7</sup>. En este sentido, no verificamos aquí la imagen del traductor –detectada por Lawrence Venuti a partir del análisis de las reflexiones de románticos alemanes– como “presencia efímera”, “incapaz de verdaderas elecciones lingüísticas”, en contraposición la figura del autor como “un «genio eterno» que trasciende los cambios lingüísticos, sociales y culturales” (Cít. en Guglielmi 2002: 317).

Una segunda modalidad de traducción que se registra en *La Moda* consiste en la presentación de fragmentos de textos traducidos con comentarios intercalados del autor del artículo. Esta alternancia de textos de diversa procedencia configura una relación dialógica en la que se ponen de manifiesto los postulados estéticos del semanario. Entre los artículos que presentan esta modalidad podemos mencionar “Literatura española” (*La Moda* 6, 23 de diciembre de 1837, 1-3) y “Al anónimo del Diario de la Tarde” (8, 6 de enero de 1838, 3-4), ambos atribuidos a Alberdi.

El primero de estos artículos, como lo indica su título, toma como punto de partida la buena fama e importancia de la que goza la literatura española en Alemania y en Francia, en esta última nación por atracción e influjo de la primera. En este punto, debemos recordar la actitud de rechazo por parte de la Generación del 37 de los elementos de origen español por considerarlos restos del antiguo régimen colonial y, por lo tanto, un índice de dependencia cultural<sup>8</sup>. El autor del artículo señala

<sup>5</sup> A modo de ejemplo, basta citar los textos “La Alemania” y “El teatro moderno en Francia”, atribuidos respectivamente a Juan Bautista Alberdi y R.J.C. (Rafael Jorge Corvalán), el editor de *La Moda* (Oría: 217-218).

<sup>6</sup> Enrique de Vedia y Goossens es un reconocido escritor, político y traductor español de la primera mitad del siglo XIX. Entre sus obras pueden mencionarse –además del cuento de Byron publicado en *La Moda*– la *Oda a la muerte de Napoleón Bonaparte* (1820), la *Elegía a la muerte de la reina doña Amalia de Sajonia* (1829) y la *Historia y descripción de la ciudad de la Coruña* (1845). Realizó además las traducciones de la *Historia de la literatura española* de J. Ticknor, la elegía *En un cementerio de aldea* de sir Thomas Grey y preparó una *Antología anglo-germánica o colección de poesías inglesas y alemanas*, donde publica su traducción en verso de obras de autores ingleses y alemanes. Cfr. Arozamena Ayala 2002.

<sup>7</sup> “Sabemos que para verter dignamente las ideas de Byron, de ese coloso de nuestro siglo, es necesario tener un alma de temple no vulgar; que, para comprender las concepciones de esa cabeza extravagante para unos, divina para otros, se necesita una capacidad altamente poética, profunda, inagotable como la del célebre poeta inglés. Es una confesión bien cara para nosotros, la de asegurar al Sr. Vedia, que su *Parisina* tiene toda la frescura, novedad y energía que caracterizan a la de Byron” (“*Parisina*, cuento poético de Lord Byron, traducido en verso castellano por D. Henrique de Vedia y Goossens”. *La Moda* 22, 14 de abril de 1838, 3-4). Cfr. también el elogio de Mariano José de Larra –periodista español contemporáneo a la Generación del 37, que ejerce sobre ellos una gran influencia– del traductor de *Hernani* de Victor Hugo, en la reseña de su representación en España (Larra 1989: 961-962).

<sup>8</sup> Cfr., entre otros, los artículos “Las cartas” (*La Moda* 8, 6 de enero de 1838, 4) “La escuela funeraria” (13, 10 de febrero de 1838, 2-3) y “Reacción contra el españolismo” (22, 14 de abril de 1838, 1-2). Cfr. L.M. Martino 2006: 155-159.

a “Federico” (*sic*) Schlegel como “el principal propagador en Alemania del gusto y afición por la literatura española” y manifiesta la necesidad de dar a conocer a este autor, “que comienza a dejarse ver en nuestro país, con un crédito no poco peligroso” (“Literatura española”, *La Moda* 6, 1). Para ello, recurre a un artículo de la *Revista Británica* (*Revue Britannique*), cuya vida se extiende entre 1825 y 1902, consagrada a la publicación en francés de selecciones de periódicos ingleses. El texto citado en este caso, según se aclara, había sido originariamente publicado en la revista inglesa *Westminster Review* en 1825.

Según esta publicación, las ideas de Friedrich Schlegel reflejan y legitiman la monarquía absolutista alemana, sostenida por la jerarquía sacerdotal. Su conversión al catolicismo –motivada por razones superficiales: los ritos protestantes eran “demasiado poco favorables a las bellas artes y a la poesía” (“Literatura española”, 2)– se orientaría en esta dirección. Alberdi coincide plenamente con este juicio desfavorable sobre el escritor alemán. Sus intervenciones consisten mayormente en paráfrasis y aclaraciones de los fragmentos transcritos entre comillas, que tienden a reforzar la tesis contenida en éstos. Dichas intervenciones buscan restituírle coherencia a un discurso previa y deliberadamente diseccionado mediante la incorporación de nexos (conjunciones y frases)<sup>9</sup>. Finalmente, retoma la palabra para cerrar el artículo con la re-afirmación de la tesis central (la literatura española es un signo de atraso cultural), de modo que el texto importado queda enmarcado y contenido por el texto importador.

El segundo artículo mencionado se presenta como una respuesta a una carta anónima publicada en el *Diario de la Tarde, Comercial, Político y Literario*, donde se acusa a *La Moda* de haber confundido a “Guillermo” Schlegel con su hermano “Federico”, precisamente en el artículo ya analizado, “Literatura española”. En su descargo, Alberdi proporciona referencias más precisas sobre el texto original de la *Westminster Review*, pretexto del publicado en el semanario rioplatense. Completa la información sobre la fecha de aparición con la indicación del mes –setiembre de 1825– y nos pone en conocimiento del título del artículo: “LITERATURA. OBRAS DE FEDERICO SCHLEGEL. Diez volúmenes, Viena, 1823-1824. Tomos 1 y 2” (“Al anónimo del diario de la tarde”, 3)<sup>10</sup>.

Este último dato constituye un detalle para nada menor. En efecto, es posible inferir a partir de su título el género en el que se encuadraría el artículo original: la reseña literaria. Por otro lado, pone de manifiesto que el autor de dicho artículo fundamenta sus juicios sobre Schlegel en la lectura directa de su obra en alemán, publicada en Viena. Una última aclaración, tendiente a deslindar responsabilidades, aporta información igualmente valiosa: “A este artículo [el de la *Westminster Review*] pertenecen los juicios que hemos publicado sobre Schlegel; a nosotros, sólo el consentimiento” (“Al anónimo del Diario de la Tarde”, 3).

Como afirmábamos más arriba, las intervenciones de Alberdi se limitan en su mayoría a expresar su acuerdo con las ideas del texto que transcriben. Si bien coincide

<sup>9</sup> “«Después de su conversión, todos sus escritos han reposado sobre una base estrecha y frágil.» Sin embargo, «no se le podría negar una grande superioridad del estilo...»”; “[Schlegel] Sostiene que «los nobles son los preceptores naturales del género humano (...)»”; “Y de ahí, y estamos al fin, «sus exageraciones, sus preocupaciones sobre el mérito de las literatura española y portuguesa»” (“Literatura española”, *La Moda* 6, 2).

<sup>10</sup> Las mayúsculas y la cursiva pertenecen al original.

en las afirmaciones sobre Schlegel, éstas no le pertenecen a él ni a *La Moda*. Lo que instala la sospecha de que, probablemente, Alberdi jamás tuvo acceso a la obra de Schlegel en su original alemán ni en una versión traducida.

El resto del artículo en respuesta al anónimo se completa con nuevos juicios negativos sobre Schlegel, que refuerzan aquellos ya publicados por la revista inglesa. Aquí Alberdi recurre a otras fuentes: un artículo de Pierre Leroux aparecido en la *Revue des Deux Mondes* el 1º de diciembre de 1835, y un fragmento atribuido a Madame de Staël, aunque sin precisar su procedencia. En este caso, los textos traducidos/importados son menos extensos y el artículo se detiene en un virulento ataque contra las ideas del romanticismo, encarnado en los hermanos Schlegel, “espíritus retrógrados” y medievales (“Al anónimo...”, 3).

Resulta interesante analizar el proceso de configuración en *La Moda* de la imagen del romanticismo alemán y de sus más conspicuos representantes, los Schlegel. Ninguno de los dos artículos considerados cita fragmentos traducidos directamente del alemán. La fuente de todos los juicios y afirmaciones son textos en francés, traducidos por Alberdi, probablemente con la ayuda de otro/s colaborador/es: artículos de la *Revue Britannique* y de la *Revue des Deux Mondes* y algunas palabras de Madame de Staël. Esta mediatización se agudiza en el caso de la *Revista Británica*, que publica traducciones de textos del inglés. Es decir, *La Moda* traduce del francés al español un texto que previamente fue traducido del inglés, y que trata sobre un escritor alemán que propaga la literatura española. Este último punto –la literatura española–, dado el valor simbólico que le asignan, concentra el interés de Alberdi y su grupo y constituye el detonante de este complejo proceso de traducción de traducciones y de representaciones culturales doblemente mediatizadas.

La relevancia que adquiere en dicho proceso la lengua francesa permite afirmar que la cultura expresada en dicho idioma funcionaría como un circuito de desvío o “relevo”, legitimando y dictaminando aquellos textos que deben traducirse. Esta categoría es empleada, aunque en otro contexto temporal, por Patricia Willson para explicar la predominancia en el proyecto de “La Biblioteca de la Nación” (colección publicada en Buenos Aires entre 1901 y 1920) de textos traducidos desde el francés, aun cuando ésta no fuera la lengua original de los mismos (Willson 2006: 669).

Es reconocida la importancia concedida por la Generación del 37 a la cultura francesa contemporánea, cuyos pensadores e ideas constituyen su faro y guía<sup>11</sup>, y –tras el bloqueo francés del puerto de Buenos Aires en marzo de 1838– su situación se torna delicada al ser considerados sospechosos de traición a la patria. Vicente Fidel López, historiador, novelista y colaborador de *La Moda*, brinda un valioso testimonio del ingreso de la producción cultural francesa al Río de la Plata. Tras la revolución de 1830 en Francia –según relata en su *Autobiografía*– se produce “una entrada torrencial de libros y autores que no se había oído mencionar hasta entonces”: Cousin, Villemain, Quinet, Michelet, Janin, Merimée, Nisard, Victor Hugo, Saint Beuve, Delavigne, Dumas, Ducange y George Sand, entre otros (López s.f.: 17; Weinberg: 16-17). El contacto de estos intelectuales con los autores y textos de la metrópoli cultural se produce en sus años de formación, a través de un amigo *snob* y acaudalado, Santiago Viola, quien invierte una fortuna para “mandar venir todos los libros de fama corriente

<sup>11</sup> Cfr. en este sentido las palabras de Alberdi en el discurso que pronuncia en la inauguración del Salón Literario: “(...) en materias de inteligencia, la Francia es la expresión de la Europa” (Weinberg: 133).

en París, franceses, italianos, alemanes traducidos, la *Revista de París*, y la *Británica*” (López: 18). En un número de esta última revista precisamente Alberdi descubre el artículo sobre Schlegel analizado. Se trata de una publicación escasa, según sus propias palabras, difícil de conseguir, aunque puede consultarse en la librería de Marcos Sastre (“Al anónimo...”, 3).

La información proporcionada por López permite corroborar nuestra hipótesis del funcionamiento de la lengua y la cultura francesas como puente de acceso a la producción en idioma alemán. En efecto, entre los libros que Viola hace traer de París se mencionan los “alemanes traducidos” –suponemos que desde el francés, por su lugar de procedencia–, no en su lengua original. En este sentido, Lojo afirma que, dado que la lengua alemana resultaba prácticamente inaccesible para la mayoría de los intelectuales rioplatenses de la época, el ingreso del romanticismo alemán se registró a través de poetas y escritores franceses y de traducciones del alemán al francés (Cit. en Frieria 2009: 32).

La imagen de la cultura y literatura alemanas se configura entonces a través de un complejo proceso de mediatizaciones. Con esta afirmación no pretendemos afirmar por contraste que las representaciones de la cultura francesa que se forjan estos intelectuales revisten un carácter objetivo o inmediato por el solo hecho de acceder a ella en su lengua original. Debemos tener en cuenta que el ingreso de textos desde Francia está determinado por un proceso de selección que opera a distintos niveles. Tanto la oferta –lo que está disponible para la compra– como la demanda –lo que a los importadores les interesa adquirir– están sumamente condicionadas por factores políticos e ideológicos. Recordemos en este sentido que, según López, el ingreso masivo del material cultural francés se produce como consecuencia de un proceso eminentemente político: la revolución de 1830. Por lo tanto, la imagen de Francia de la Generación del 37 no podía dejar de ser también parcial y mediatizada, como denuncia Oría, por los libros, las “revistas muestrario” –como la *Revue Britannique*– y otras “publicaciones nebulosas”, como *La Revue Encyclopédique*, de Pierre Leroux (Oría 1938: 71).

En el caso de la recepción de la literatura alemana, a nuestro entender, este proceso se ahonda y complejiza aún más. Los Schlegel son condenados sin piedad y en base a las pruebas aportadas por escritores franceses –el autor del artículo de la *Westminster Review*, Madame de Staël–, sin que, según sospechamos, Alberdi haya tenido ocasión o interés en corroborar dichos cargos directamente.

Conviene ahora preguntarnos por los presupuestos que subyacen a esta imagen negativa de los Schlegel y del romanticismo en general. Este movimiento es calificado por los colaboradores de *La Moda* como sentimental, egoísta, “de origen feudal, de instinto insocial, de sentido absurdo, lunático, misántropo, excéntrico” (“Al anónimo...”, 3). Su rechazo se fundamenta en la defensa de lo que ellos llaman “arte socialista”, caracterizado como

(...) un arte verdadero y no de partido, un arte que prefiere el fondo a la forma, que es racional sin ser *clásico*, libre sin ser *romántico*, filosófico, moralista, progresivo, que expresa el sentimiento público y no el capricho individual, que habla de la patria, de la humanidad, de la igualdad, del progreso de la libertad, de las glorias, de las victorias, de las pasiones, de los deseos, de las esperanzas nacionales (...) (“Al anónimo...”, 3)<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> Las cursivas pertenecen al original.

Las ideas contenidas en esta suerte de manifiesto poético, vinculadas por la crítica al movimiento conocido como “romanticismo social” (Oría: 55; Carilla 1967: 154-158)<sup>13</sup>, impregnan la totalidad de las páginas de *La Moda*. En un artículo eminentemente programático, “Teoremas fundamentales de arte moderno” (*La Moda* 2, 25 de noviembre de 1837, 3), el planteo de estos postulados reviste la forma de un decálogo de principios –en realidad son once–, que apuntan al carácter social, nacional y humanitario del arte. El artículo se compone de afirmaciones extraídas, a manera de sentencias o refranes, de textos de pensadores mayormente franceses: Fortoul, Leroux, Béranger. Es decir, aquellos escritores de importancia capital para la formación intelectual de la Generación del 37. Los fragmentos traducidos –suponemos que por Alberdi, a quien se atribuye el artículo– dialogan entre sí, en una suerte de collage en que el autor se permite hacer advertencias, síntesis, exhortaciones, anticipos: “Que se graben estas síntesis en la mente de nuestros lectores, y después entraremos en su desarrollo” (“Teoremas fundamentales...”, 3).

Constatamos entonces que el criterio de selección del material a traducir y publicar en *La Moda* es su correspondencia con las propias ideas estéticas, formadas a su vez a partir de la lectura de dicho material. La institución literaria local –como afirma Annie Brissete– selecciona lo que tomará de tradición extranjera, luego de haber medido fuerzas con ella (Cit. en Willson 2004: 13). La sola publicación de los textos traducidos, en el caso de aquellos artículos que no incluyen comentarios del traductor, implica una declaración de acuerdo con el pensamiento que expresan dichos textos. Las estrategias de traducción analizadas –al tiempo que constituyen una prueba de la vinculación con determinados postulados procedentes del extranjero con los cuales comulgan– contribuyen a la difusión de estas ideas en el campo literario local.

Si bien debemos reconocer que la selección de textos está hecha en función de los principios e ideas de los traductores/colaboradores de *La Moda*<sup>14</sup>, no se trata, no obstante, de “traducciones etnocéntricas”, según la categoría de Antoine Berman, que fagocitan el texto y las ideas traducidas, adaptándolos a las normas y valores de la cultura receptora y considerando a la cultura extranjera como negativa o inferior (Cit. en Guglielmi: 306).

Para aclarar este punto, resulta necesario establecer una distinción para el caso que nos ocupa en la categoría de “cultura receptora o importadora”. Por un lado, se refiere a los intelectuales de *La Moda*, encargados de la selección, traducción e importación –o contribución a la importación– de textos; por el otro, remite a aquellos receptores/lectores no eruditos a los que apunta el semanario, y que se caracterizarían por poseer costumbres y valores retrógrados, representantes de los vestigios del régimen colonial español, que se busca precisamente extirpar para abrir paso a la independencia cultural, complemento necesario de la independencia política.

Por medio de la selección de los textos a traducir los intelectuales de la Generación del 37 pretenden destacar que hay un fondo de ideas compartidas con su propio pensamiento, pero no se proponen adaptar el texto a los valores de la cultura importadora –en su caracterización más amplia, negativa– sino a la inversa: la propuesta es adaptar

<sup>13</sup> Para una caracterización del romanticismo social, cfr. R. Picard 1947.

<sup>14</sup> Tal vez esta hipótesis sea comprobable también al nivel interno de la traducción propiamente dicha, mediante un cotejo entre los textos fuente y los textos destino, pero esta tarea excede los propósitos de nuestro trabajo.



los valores de esta cultura a los de las culturas traducidas (la francesa), consideradas progresistas y liberales. En este dinámico proceso de recepción, se pone de relieve la alteridad de los textos traducidos –imperativo ético que debe regir la tarea de la traducción para Berman (Guglielmi: 307)– con respecto a la cultura receptora en su sentido más amplio, y al mismo tiempo se destaca su identidad con los principios e ideas estético-políticas de la cultura receptora en su sentido más restringido (los eruditos colaboradores de *La Moda*).

En consonancia con los postulados estético-políticos con los que comulgan los intelectuales de la Generación del 37, el semanario implementa, además de las ya analizadas, una estrategia relacionada con la traducción en otra de sus modalidades: la adaptación. Esta operación, en el aspecto que nos interesa, consiste en la reescritura o reelaboración de un texto, sin traspasar los límites de una misma lengua, con el objetivo de alcanzar un público distinto del original (Guglielmi: 299). En este sentido, podría decirse que se trata de una traducción “endolingüística” o “reformulación” –en términos de Roman Jakobson–, que incluye la paráfrasis entre sus posibilidades (Cit. en Guglielmi: 297)<sup>15</sup>.

Tal como lo declara desde sus comienzos, *La Moda* pretende alcanzar un público particular: “Este papel contendrá: (...) *Nociones claras y breves al alcance de todos* sobre literatura moderna, sobre música, sobre poesía, sobre costumbres y muchas otras cosas cuya *inteligencia fácil* cubre de prestigio y de gracia la educación de una persona joven” (“Prospecto”, *La Moda* 1, 18 de noviembre de 1837)<sup>16</sup>. Sus páginas no están dirigidas al lector culto o erudito, es decir, a sus pares, sino que apuntan a “cultivar el espíritu de las niñas y de los jóvenes dados a los negocios” (“Prospecto”, 1). Para atraer a este público, poco afecto a la lectura de temas que ocupan a los “espíritus serios”<sup>17</sup>, resulta necesario recurrir a una estrategia de seducción: “Que la literatura les dé lo que ellos quieren, y la buscarán” (“Prospecto”, 1). Así, se proponen “mezclar la literatura a los objetos ligeros que interesan a los jóvenes” (“Prospecto”, 1), disimular con una pátina de frivolidad el tratamiento de temas serios y profundos (políticos, culturales, filosóficos), hablar en un lenguaje que la “gente común” pueda entender. De allí que un artículo sobre las últimas tendencias en peinados femeninos derive en una reflexión sobre la democracia<sup>18</sup>.

*La Moda* persigue el propósito de convertirse en un “papel popular, una enciclopedia que el pueblo pueda leer a costa de un pequeñísimo precio” (“Aviso”, *La Moda* 18, 17 de marzo de 1838). Para cumplir su objetivo, debe adaptar contenidos y textos. Pensemos, por ejemplo, en los discursos que algunos de los futuros colaboradores

<sup>15</sup> La clasificación de Jakobson se completa con la traducción “interlingüística” –entre lenguas distintas– y la “intersemiótica” –entre sistemas de signos distintos, como por ejemplo la adaptación teatral de un texto escrito (Cit. en Guglielmi: 297-298).

<sup>16</sup> Las cursivas nos pertenecen. Salvando las distancias temporales, resulta curioso que la colección de libros titulada “Biblioteca La Nación” –a la que ya nos referimos antes– se presenta en términos muy semejantes: “La lectura al alcance de todos”. Cfr. el estudio de P. Willson, quien analiza los aspectos económicos e intelectuales de dicha accesibilidad (Willson 2006: 665).

<sup>17</sup> Alberdi, en un artículo donde presenta su pseudónimo, “Figarillo”, y sus intenciones declara: “Yo no me ocupo sino de frivolidades, de cosas que a nadie van ni vienen, como son las modas, los estilos, los usos, una que otra vez las ideas, las letras, las costumbres, y así, cosas todas de que los espíritus serios no deben hacer caso (...)” (“Mi nombre y mi plan”, *La Moda* 5, 16 de diciembre de 1837, 1).

<sup>18</sup> “Modas de señoras”, *La Moda* 3, 2 de diciembre de 1837, 3-4.

del semanario –Alberdi, Juan María Gutiérrez– pronunciaron en la inauguración del Salón Literario, cuyo auditorio no estaba conformado seguramente por niñas ni almaceneros, o bien en otros textos contemporáneos, como el *Fragmento preliminar al estudio del derecho*, publicado por Alberdi en 1837. Las ideas, inaccesibles para un público no erudito, contenidas en estas obras y discursos –al igual que las debatidas en las discusiones y conversaciones informales mantenidas entre ellos–, deben ser sometidas necesariamente a una reformulación antes de ver la luz en las páginas del humilde semanario.

En conclusión, *La Moda* en su totalidad puede ser leída como la puesta en funcionamiento de una estrategia de traducción/adaptación con fines didácticos, en la que se articulan a su vez otros procedimientos –traducción interlingüística, contrapunto entre texto traducido y comentarios, collage–, siempre en función de aquella gran operación que le otorga sentido y razón de ser y que permite entender el por qué de su nombre. La moda de señoras y señoritas es el ropaje, el camuflaje que deben adoptar los contenidos serios y verdaderamente importantes para llegar a su público.

Los redactores de *La Moda*, en definitiva, se presentan como mediadores, abocados a una tarea constante –consciente e inconsciente– de reconfiguración de objetos culturales (tal como la literatura alemana o los pensamientos más progresistas de la cultura francesa). Las páginas publicadas cada sábado constituyen un medio, un vehículo intercultural que pretende enlazar la elite ilustrada con el pueblo. Éste, sin embargo, tal como lo dejan en claro sus colaboradores, no supo o no quiso captar las buenas intenciones de aquellos, cuyas palabras devinieron una prédica en el desierto<sup>19</sup>.

#### FUENTE

*La Moda Gacetin Semanal de Música, de Poesía, de Literatura, de Costumbres*, 1938. Reimpresión facsimilar de la Academia Nacional de Historia. Bs. As.: Guillermo Kraft Ltda.

#### OBRAS CITADAS

- Arozamena Ayala, Ainhoa. “Vedia Goossens, Enrique de”. Estornés Lasa, Bernardo. *Enciclopedia Auñamendi. Euzkomedia Fundazioa, Cultura vasca on-line*. 2002 <[www.euskomedia.org/aunamendi/128578?idi=es](http://www.euskomedia.org/aunamendi/128578?idi=es)>.
- Assis de Rojo, M. Estela, comp. 2006. *Aportes latinos a la identidad argentina*. Tucumán: Instituto Interdisciplinario de Literaturas Argentina y Comparadas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán.
- Carilla, Emilio. 1967. *El romanticismo en la América hispánica*. Madrid: Gredos.
- Friera, Silvina. “Abre sus puertas el gran mercado editorial”. *Página 12* [Bs. As.] 11 octubre 2009: 32-33.
- Gnisci, Armando, ed. 2002. *Introducción a la literatura comparada*. Barcelona: Crítica.
- Guglielmi, Marina. 2002. “La traducción literaria”. Gnisci, Armando, ed. *Introducción a la literatura comparada*. Barcelona: Crítica: 291-345.
- Katra, William H. 2000. *La Generación de 1837. Los hombres que hicieron el país*. Bs. As.: Emecé.

<sup>19</sup> “Predicar en desiertos”, *La Moda* 16, 10 de marzo de 1838, 2-4.

- Larra, Mariano José de, 1989. *Artículos*. Barcelona: Ediciones B.
- Lojo, María Rosa. 2009. "Alberdi, el paradójico". Prólogo. *El pensamiento de Juan Bautista Alberdi*. Por Ricardo J. de Titto, comp. Bs. As.: El Ateneo.
- López, Vicente Fidel. [s.f.]. *Evocaciones históricas. Autobiografía. La Gran Semana de 1810. El Conflicto y la entrevista de Guayaquil*. Bs. As.: W.M. Jackson.
- Martino, Luis Marcelo. 2006. "Sátira y política en los artículos periodísticos de Juan Bautista Alberdi". Assis de Rojo, M. Estela, comp. *Aportes latinos a la identidad argentina*. Tucumán: Instituto Interdisciplinario de Literaturas Argentina y Comparadas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán: 147-173.
- . 2009. "La Moda (Argentina, 1837-1838), un «papel popular»". *Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social Postperiodismo: la información en la sociedad saturada*. CD-ROM. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de La Laguna.
- Oría, José A. 1938. Prólogo. *La Moda*. Edición facsimilar. Bs. As.: Guillermo Kraft Ltda.
- Picard, Roger. 1947. *El romanticismo social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Rubione, Alfredo, comp. 2006. *La crisis de las formas*. Jitrik, Noé, dir. *Historia crítica de la literatura argentina*. Vol. 5. Bs. As.: Emecé.
- Weinberg, Félix. 1977. *El Salón Literario de 1837*. Bs. As.: Hachette.
- Willson, Patricia. 2004. *La constelación del Sur. Traductores y traducciones en la literatura argentina del siglo XX*. Bs. As.: Siglo veintiuno.
- . 2006. "Traducción entre siglos: un proyecto nacional". Rubione, Alfredo, comp. *La crisis de las formas*. Jitrik, Noé, dir. *Historia crítica de la literatura argentina*. Vol. 5. Bs. As.: Emecé: 661-678.