

Imagen impresa e historia de las mujeres

Representaciones femeninas en la prensa periódica ilustrada de Buenos Aires a comienzos del Siglo XX [1910-1930]

Autor:

Ariza, Julia

Tutor:

Malosetti Costa, Laura

2017

Tesis presentada con el fin de cumplimentar con los requisitos finales para la obtención del título Doctor de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires en Artes

Posgrado

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
DEPARTAMENTO DE POSGRADO

Tesis de doctorado

*Imagen impresa e historia de las mujeres. Representaciones femeninas en la
prensa periódica ilustrada de Buenos Aires a comienzos del siglo XX (1910-1930)*

Doctoranda: Lic. Julia Ariza

Directora: Dra. Laura Malosetti Costa

Co-directora: Dra. Mirta Z. Lobato

TOMO I

Buenos Aires, 2017

Índice

TOMO I

Agradecimientos 1

Introducción 5

Presentación del tema 5

Estado de la cuestión 9

Principales hipótesis 26

Marco teórico-metodológico 34

Organización de la tesis 43

Capítulo 1. La dimensión natural 51

1. *La naturaleza de la “naturaleza femenina”* 53

1.1 Prensa ilustrada y definición de la feminidad 53

1.2 Cánones corporales variables y recortes de clase, raza y generación 59

1.3 El impacto de los cambios sociales en la representación del cuerpo femenino. Las nuevas exigencias 64

1.4 La blancura de la piel como expresión de la feminidad 69

1.5 Manos, pelo, piel: formas y texturas distinguidas, y su opuesto 77

1.6 Los ojos y la mirada 83

2. *La transformación de la naturaleza: los dispositivos de intervención sobre el cuerpo* 87

2.1 La naturaleza revelada. La cosmética 89

2.2 La naturaleza regulada desde afuera. Los dispositivos modeladores y el léxico técnico-científico 92

2.3 La naturaleza asistida desde adentro. Medicina y deporte 102

2.4 Las prácticas de embellecimiento y las mujeres como naturaleza peligrosa 107

3. *Cuerpo sano, bello, enfermo: la mirada médica y moral sobre la naturaleza femenina* 109

3.1 El imperativo de belleza y los excesos de la naturaleza femenina 109

3.2 “Pesares de las mujeres”: maternidad, debilidad, melancolía 114

4. *La desnaturalización de las mujeres* 122

4.1 La apariencia masculinizada como signo de desnaturalización 122

4.2 Prácticas desnaturalizantes: nuevas modas y ocupaciones laborales 127

4.3 La militancia feminista como desnaturalización 136

Capítulo 2. La dimensión cultural 143

1. *Civismo, alcurnia, frivolidad: los significados asociados al concepto de “mujer argentina”* 145

2. *La definición del tipo “mujer argentina” en las secciones de retratos de “bellezas argentinas”* 159

2.1 Clase y clasicismo en la definición visual de un tipo femenino para la Argentina 159

2.2 Una belleza “ideológica”: la cultura del retoque y la función propagandística del retrato fotográfico de estudio en la prensa argentina 166

3. *Las otras: el lugar de las tradiciones oriental, afroamericana e indígena en la definición de “la mujer argentina”* 175
 - 3.1 Lejano, cercano Oriente: las representaciones femeninas como sitios de colonización 176
 - 3.2 Las afroporteñas, la cultura popular y la obliteración de la negritud en la representación de la feminidad argentina moderna 188
 - 3.3 Chinas pampas, chinitas, Venus criollas e indias: lo autóctono como un lugar de ambigüedad para la representación de una feminidad nacional 195
4. *La República Argentina y “la mujer argentina”* 213

Capítulo 3. La dimensión temporal 227

1. *El tiempo de las revistas: modernización, visualidad y mujeres* 234
 - 1.1 Las lectoras como representación de lo moderno 238
 - 1.2 Modernas y no tanto. El contraste entre diversas temporalidades del signo “mujer” y la alianza con la moda como formas de renovación constante de los contenidos 243
 - 1.3 Técnicas, materiales, estilos y despliegue gráfico: la ficcionalización de lo femenino como moderno 249
 - 1.4 Lo nuevo viejo y lo viejo nuevo: actualización y renegociación de los mandatos tradicionales 260
2. *El tiempo de las mujeres: productividad, trabajo y ocio* 272
 - 2.1 Tiempo vital y tiempo productivo 274
 - 2.2 ¿Cuándo trabajan las mujeres? Particularidades del concepto de trabajo y de la jornada laboral femeninos 283
 - 2.3 El ocio femenino: una ocupación seria 291
 - 2.4 Promesas del futuro 303

Capítulo 4. La dimensión espacial 315

1. *El espacio social* 322
 - 1.1 Los intereses de las mujeres, o lo que debe interesar a “la mujer” 324
 - 1.2 La “naturaleza” femenina y los espacios de la feminidad, más allá de lo público/privado 339
2. *El espacio físico* 351
 - 2.1 El espacio público como extensión de los espacios de la feminidad 355
 - 2.2 La ambigüedad y la inflexión de clase en la representación de mujeres en el espacio público y privado 360
 - 2.3 Moral sexual y espacios de trabajo: el espacio físico como factor legitimante o deslegitimante de nuevas prácticas femeninas. El caso de la práctica artística y las representaciones de artistas mujeres 368
3. *Espacio visual, espacio gráfico y espacio pictórico* 381
 - 3.1 El espacio visual: la “conquista” femenina del espacio público a través de las imágenes 382
 - 3.2 El espacio gráfico: una forma de encuadrar a las mujeres 387
 - 3.3 Los recursos de construcción del espacio pictórico y su relación con el espacio social de las mujeres 390
4. El espacio mental 396

Conclusiones 409

Fuentes y bibliografía 427

TOMO II

Apéndice 1. Imágenes mencionadas en el texto

Imágenes del capítulo 1 451

Imágenes del capítulo 2 478

Imágenes del capítulo 3 508

Imágenes del capítulo 4 535

Apéndice 2. Detalle de publicaciones periódicas consultadas 572

Índice de imágenes 587

Índice de publicaciones 597

Agradecimientos

Esta tesis es el resultado de varios años de trabajo compartido con otras actividades no académicas que espero la hayan enriquecido, además de dilatar su conclusión. En estos años la guía, la compañía y el apoyo de distintas personas e instituciones fueron indispensables y tengo la esperanza de poder retribuir en el futuro todas esas contribuciones particulares, que quiero además agradecer aquí por escrito.

Laura Malosetti Costa fue una directora inspiradora, siempre serena y generosa. Su invitación a participar, cuando yo era aún estudiante de grado, en los proyectos de investigación que dirigió junto a Marcela Gené y Gabriela Siracusano, dio origen a muchas de las inquietudes que definen esta tesis. Más adelante tuve el privilegio de asistirle en algunas tareas de investigación y en la realización de proyectos curatoriales y editoriales que orientaron no solo mi posterior desempeño académico sino también profesional. Su agudeza para pensar problemas del pasado siempre en conexión con el presente, su entusiasmo imbatible y su confianza lúcida en la utilidad de la historia del arte fuera del ámbito académico le han dado sentido a estos años de trabajo. Debo agradecerle, además, por el conocimiento de la obra de Griselda Pollock y Linda Nochlin, las historiadoras feministas del arte que originaron varias de las preguntas planteadas aquí, y que figuran en los programas de la carrera de Artes gracias a su intervención.

Contar con los comentarios de Mirta Lobato, co-directora de esta tesis, ha sido una fortuna mayor para este trabajo. He sentido su mirada crítica de historiadora, su exigencia pertinente y su vasto conocimiento del universo de temas que comprende esta tesis —un universo que ella ha contribuido a hacer visible con su propia obra, en todo sentido pionera en nuestro medio— como una red de seguridad muy necesaria para reflexionar sobre la historia de las mujeres en la Argentina, un terreno que desafía mi formación de grado en historia del arte. A ambas, directora y co-directora, les agradezco sinceramente el tiempo dedicado y la paciencia.

A Sandra Szir quiero agradecerle especialmente la generosidad de compartir su biblioteca, riquísima y actualizada. Conocí mucha de la bibliografía sobre prensa gráfica y cultura impresa que utilizo en este trabajo gracias a ella, en el marco de la cátedra de Historia de la Comunicación Visual I de la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires, donde fui ayudante durante siete años bajo la guía de Marcela Gené (titular de cátedra) y de Sandra como profesora adjunta. El gran trabajo que ella viene realizando sobre la cultura impresa en la Argentina para mí es ejemplar, como lo es su ética profesional, que respeto y admiro.

Colegas y amigos apartaron tiempo y ojos para leer algunos de los capítulos. No puedo subrayar lo suficiente la utilidad de sus comentarios y el valor de su ayuda: gratitud eterna a

Nicolás Kwiatkowski por su forma inigualable de sugerir nuevos matices con brillantez y modestia, por las referencias bibliográficas y por la edición pura y dura; a Carolina Vanegas Carrasco por la lectura minuciosa y las sabias sugerencias para revisar algunas afirmaciones temerarias; a Catalina Valdés por la capacidad para pensar los temas en perspectiva amplia e introducir inquietudes inesperadas. Con Carolina y Catalina compartimos en Buenos Aires y México, gracias a la invitación de Laura Malosetti, los seminarios *Unfolding Art Histories* in Latin America financiados por la Getty Foundation en el marco del programa *Connecting Art Histories*. Fueron jornadas intensas de gestación de trabajos que están en el origen de algunas secciones de esta tesis y que tuve la suerte de discutir con profesores y compañeros como Deborah Dorotinsky, Angélica Velázquez Guadarrama, Hugo Arciniega, María Berbara, María Isabel Baldasarre, Raphael Fonseca, Carla Hermann, Amanda Reis, Ninel Valderrama, Úrsula Estrada, Jaime Aldaraca y Juan Ricardo Rey Márquez. Todos ellos contribuyeron de diversos modos con este trabajo y por eso les estoy muy agradecida.

A Paula Bertúa, Marcelo Marino y Natalia Pineau les agradezco los intercambios de fotocopias y desazones propias del estudiante de posgrado. No creo que estén al tanto de lo estimulantes que me resultaron nuestras conversaciones en los momentos iniciales de la investigación pero no quiero dejar de registrarlo. Cecilia Tossounian fue otra interlocutora valiosa, su trabajo antecede muchos de los argumentos que presento y sus comentarios sobre algunas secciones de la tesis han resultado certeros y enriquecedores. Con Ágata Gigante y Agustina Vessuri compartí las primeras aproximaciones a la investigación en los proyectos dirigidos por Laura Malosetti, donde también entré en contacto con otros colegas que influyeron de diversos modos en este trabajo. En especial con Silvia Dolinko y Verónica Tell aprendí a consultar archivos y trabajar con fuentes primarias, una experiencia que valoro mucho. Desde fuera de la academia, Mariel Abad, Pablo Cabeza, Lola Forján, Dolores Gil, Diego Erlan, Francisca Caballero Santander, Violeta Bronstein, Hernán Sznycer, Victoria Rodríguez Lacrouts y Ricardo Romero inspiraron de modos que estoy segura desconocen varias de las reflexiones aquí vertidas. A todos ellos, por sus muy distintas formas de colaborar con esta tesis, les expreso mi agradecimiento.

He sido muy afortunada de poder acceder a educación gratuita de alta calidad desde el secundario hasta mis estudios de posgrado. Con todas sus deficiencias como institución, es un privilegio que ha hecho posible la Universidad de Buenos Aires, y por el que estoy muy agradecida. Esta investigación comenzó con la realización de un índice completo de la revista *Plus Ultra* que llevé a cabo gracias a una beca Estímulo, otorgada también por la UBA, entre 2006 y 2007. Las becas de posgrado tipo I y tipo II del Conicet hicieron posible que me dedicara entre 2009 y 2014 a relevar publicaciones, asistir a seminarios, viajar a congresos y leer

bibliografía. El Conicet, la Universidad McGill y la Getty Foundation financiaron también viajes a congresos y programas de posgrado en el exterior. Considero estas ayudas y becas también un privilegio y espero que la finalización de esta tesis, aunque tardía, sea una forma de retribuir estos aportes del Estado y de esas generosas instituciones extranjeras. De las muchas bibliotecas y archivos que consulté durante la investigación quiero agradecer en especial a la Fundación Espigas, donde siempre recibieron y prepararon mis búsquedas de material, a veces larguísimas, con excelente disposición.

El agradecimiento a mi familia merece un párrafo aparte. A mis padres, Cristina Galli y Guillermo Ariza, no puedo sino expresarles gratitud infinita por todos sus estímulos y por enseñarme a encarar cada proyecto con honestidad y rigor. Entre las preocupaciones intelectuales de mi papá —en especial la de encontrar “los mecanismos”— y algunos de los argumentos de esta tesis veo un vínculo directo que no sé si él percibirá pero quiero agradecerle, así como quiero agradecer su lucidez e inteligencia, el haberme transmitido el valor (y hasta el peso) de las ideas y la necesidad del debate intelectual. Es a mi mamá a quien agradezco, además de su incondicionalidad, el haberme enseñado a mirar los detalles. Estoy convencida de que esta tesis tiene las características que tiene gracias a su insistencia en la importancia de hacer las cosas bien, inoculada con un cóctel irresistible de amor, sabiduría, curiosidad, inteligencia, integridad y una buena cuota de excentricidad que la hace una persona realmente extraordinaria a quien admiro mucho. Lucía e Inés Ariza, mis hermanas, son dos modelos tan distintos como inspiradores. Gracias a ellas por traer siempre nuevos temas a la mesa, compartir sus intereses conmigo, prestarme libros y buscarme material. Son un gran ejemplo. A Teresa Galli le agradezco haber puesto a mi disposición los preciosos libros de arte de mi abuelo Italo, y por estar siempre presente y atenta. A Sandra Kaderabek el haber transportado libros de norte a sur durante muchos años, sin hacer preguntas y con mucho cariño. A Dhan Zunino Singh los intercambios bibliográficos y las fiestas con karaoke. Mis abuelas Lucía y Blanca, nacidas en las décadas que estudia este trabajo, seguramente fueron con su pintura y su música un punto de partida de mis intereses, y recordarlo es una forma de agradecimiento.

Finalmente, para agradecerle a Salvador Cristofaro no tengo suficientes palabras. Tener un marido feminista es un lujo raro; yo tengo esa fortuna. Gracias por entender todo, por la paciencia inconmensurable, por estar absolutamente siempre al pie del cañón para resolver desde frituras de discos duros hasta preguntas esotéricas, por la curiosidad sin fronteras y siempre cautivante, por la lectura detenida en medio del caos y el ojo editor afiladísimo, por la libertad de pensamiento y el amor a los libros, por hacer que Fiordo sea posible, por Córdoba y la paz de escribir con los árboles de fondo.

Introducción

En cualquier caso, cuando un tema es muy controvertido —y cualquier tema vinculado al sexo lo es— no podemos esperar decir la verdad. Solo es posible mostrar cómo hemos llegado a cualquiera que sea nuestra opinión.

Virginia Woolf, 1928¹

Lo que vemos es una opinión pintada, una “visión de la sociedad” en un sentido ideológico y también visual.

Peter Burke, 2001²

Presentación del tema

En el transcurso de las dos décadas inauguradas por el Centenario y concluidas por el golpe de Estado de 1930, las representaciones acerca de las mujeres y de lo femenino acusaron en Argentina el impacto de las transformaciones sociales, económicas y políticas acarreadas por el proceso de modernización del país. El concepto mismo de feminidad adquirió en este contexto modulaciones cambiantes que se entretrejieron en una dinámica compleja con las crecientemente diversificadas prácticas sociales femeninas. La proliferación de discursos sobre las mujeres, sus roles sociales, su papel en los proyectos de nación, sus capacidades mentales, espirituales y físicas, sus relaciones con la tradición y la modernidad y su lugar en el espacio público y privado fue una constante que en sí misma señala la centralidad que “la cuestión femenina” llegó a adquirir en esas décadas.

Esos discursos, sin embargo, no circularon únicamente en soportes textuales o verbales sino también visuales, en parte gracias a la expansión de nuevas tecnologías de reproducción de imágenes que modificaron de manera radical la visualidad cotidiana del período. El propósito de esta tesis es precisamente contribuir a la comprensión del modo en que los discursos visuales operaron en conjunto con otros discursos sociales para reproducir, negociar o subvertir las definiciones sobre la diferencia de género y las jerarquías entre los sexos vigentes en Argentina (y sobre todo en Buenos Aires) en las primeras décadas del siglo XX. Para ello, se tomarán como objeto de estudio las representaciones femeninas puestas en escena por un

¹ Virginia Woolf, *A Room of One's Own*, Londres, Penguin, 2004, p. 4 [1928].

² Peter Burke, “Views of society”, *Eyewitnessing. The Uses of Images as Historical Evidence*, Londres, Reaktion Books, 2001, p. 122.

amplio espectro de imágenes impresas aparecidas entre 1910 y 1930 en más de sesenta revistas ilustradas en circulación en Buenos Aires y, en algunos casos, también en el resto del territorio argentino, entre ellas algunas muy revisadas por la historiografía, como *Caras y Caretas*, y otras casi olvidadas, como *Vida Porteña* y *Olympia*.³

El enfoque en las revistas se debe a que, dentro del conjunto de objetos impresos que definen la cultura escrita moderna, las publicaciones periódicas ilustradas constituyen una categoría específica no solo por su periodicidad y por el protagonismo que en ellas adquirieron las imágenes sino también por las novedosas formas de interacción que estas establecieron con distintos registros textuales. Antes de su inédita expansión en el siglo XX, a lo largo del siglo XIX la transformación del sistema de producción de impresos había hecho posible que distintos tipos de imágenes —ilustraciones, fotografías, así como registros visuales de diferentes procedimientos técnicos— se integraran en una misma página junto a textos en variadas composiciones tipográficas. Esta transformación inauguró, entre otras cosas, la era de las publicidades ilustradas y del periodismo gráfico, instaló una manera primariamente visual de comunicar, incorporar, clasificar y jerarquizar distintos tipos de informaciones, de vender productos, de estudiar y representar la naturaleza, y en suma desencadenó una nueva forma de interactuar con el entorno (rural, urbano) y con sus habitantes. Tal modificación en las formas de comunicación social, de carácter masivo en virtud de la escala industrial de las transformaciones en la producción, impactó en las prácticas cotidianas y, más aún, en el incesante proceso de construcción de las categorías que organizan el mundo social. En la Argentina, sumergida también ella en esta transformación desde las últimas décadas del siglo XIX, el intenso crecimiento en la producción de impresos significó no solo una diversificación del material de lectura sino una articulación efectiva con un público lector que, gracias a las reformas educativas y al entrenamiento en las prácticas de lectura que la propia circulación de nuevos objetos impresos desencadenaba, se expandió tanto en las primeras décadas del siglo XX que, para 1913, la suma de las tiradas de los grandes periódicos superaba el medio millón de ejemplares en circulación diaria en Buenos Aires.⁴ El dato implica, es preciso señalar, que el período fue testigo de una revolución en las formas de leer así como en las formas de mirar.

De la importancia que adquirieron los discursos visuales en la cultura impresa argentina es índice el aumento incesante en el número de revistas ilustradas publicadas en el país ya desde

³ El criterio de selección de las publicaciones consideradas será detallado en el marco teórico-metodológico. La lista completa de revistas se encuentra en la bibliografía, y el apéndice 2 recoge datos de formato, edición, características materiales y circulación de las publicaciones seleccionadas.

⁴ Sylvia Saïta, en su formidable estudio del diario *Crítica*, extrae este dato de la *Guía periodística argentina* editada por Lerose y Montmasson (Buenos Aires, 1913). Véase *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2013 [1998], pp. 27-54, la suma de las tiradas en p. 33. La ciudad de Buenos Aires tenía en esos años una población aproximada de un millón y medio de personas.

las últimas décadas del siglo XIX y especialmente al promediar la primera década del siglo XX, así como el área cada vez más extensa dedicada, en las páginas de esas revistas, a las imágenes.⁵ Pero tan llamativo como este fenómeno es el porcentaje de esas imágenes que ponen en escena representaciones de mujeres. En efecto, los cuerpos femeninos literalmente conquistan el espacio gráfico: son figuras de mujeres las que acompañan las publicidades de cigarrillos, bebidas alcohólicas, grandes tiendas, productos cosméticos; mujeres las que ilustran poemas y ficciones; mujeres las alegorías que aparecen en portadas y encabezados; mujeres los figurines de moda; mujeres las que protagonizan las secciones de retratos fotográficos; mujeres quienes representan la enfermedad; mujeres quienes resumen el concepto de belleza. La figura femenina, construida históricamente como un objeto de contemplación, encuentra en la reproducción mecánica de imágenes una forma de visibilidad inédita que la convierte, no en una descripción de las mujeres reales, las mujeres históricas, sino en un sitio de condensación de nociones establecidas y nociones en transformación acerca de la femineidad en sí.

¿Qué significados hicieron circular esas imágenes acerca del signo “mujer”? ¿Cuál fue su especificidad en relación con otras formas discursivas y el carácter de su interacción con ellas? ¿Cómo se articularon esos nuevos significados con el proceso histórico de transformación de los roles socialmente admitidos para las mujeres argentinas, con la ampliación de sus reclamos políticos, sus horizontes educativos y sus espacios de acción, así como con la sofisticación de los dispositivos tendientes a disciplinarlas y estereotiparlas? Por otro lado, ¿qué grado de intervención tuvieron las mujeres en la visualidad de su tiempo, en qué consistieron esas intervenciones y cuál fue su relación con el sistema de la prensa?

Esta tesis abordará estas cuestiones en el cruce de la historia de las imágenes, la historia de las mujeres y la historia de la prensa ilustrada, y se propone como una reflexión informada históricamente sobre la potencia de las representaciones para consolidar relaciones de poder al condicionar la comprensión del mundo y, en un ida y vuelta complejo, las prácticas sociales que les dieron origen. Enfocada en las representaciones puestas en escena por las imágenes impresas publicadas en revistas, atenderá a la materialidad característica de esas imágenes, a su funcionamiento semiótico en relación con otros elementos visuales, textuales y de puesta en página, y a sus modos singulares de circulación —caracterizados por la repetición, la masividad,

⁵ Washington Pereyra llamó al período 1890-1919 “los años dorados” de la prensa literaria argentina. Aunque no todas las revistas literarias tenían ilustraciones, el relevamiento de Pereyra permite confirmar que una mayoría de estas revistas sí las tenía (al menos en la portada) o que se presentaba como una publicación ilustrada, y que la proporción de revistas ilustradas creció con los años. Por otro lado, muchas de las revistas consideradas literarias figuran entre las publicaciones comerciales que son el objeto de la *Guía periodística argentina* citada en la nota anterior, donde se hace referencia, precisamente, a la tendencia de las revistas argentinas del período (1913) a “la explotación de la nota cómica, caricaturesca o satírica” (p. 13) y a “extremar la nota gráfica” (p. 9). Es una tendencia que se verifica con el avance de la década del diez, y sobre todo en los años veinte. Véase Pereyra, *La prensa literaria argentina 1890-1974*, tomo 1, *Los años dorados 1890-1919*, y tomo 2, *Los años rebeldes 1920-1929*, Buenos Aires, Librería Colonial, 1993 y 1995 (la obra total consta de 4 tomos).

la acumulación y la yuxtaposición—, que no solo las diferencian de las imágenes autónomas y únicas sino que prescriben su singular eficacia para intervenir en la cultura de su tiempo.

En efecto, esta tesis parte de la idea de que las imágenes impresas, en su reiteración y yuxtaposición, configuran representaciones sociales que se articulan con procesos históricos de largo alcance estableciendo regímenes de verdad operativos en la vida práctica. En este sentido, sostiene que las nociones vigentes a principios del siglo XX acerca de la diferencia entre hombres y mujeres se conformaron y negociaron en una interacción permanente entre prácticas sociales y representaciones, entre estas últimas aquellas vehiculizadas por discursos visuales como las imágenes impresas, pero transformadas a su vez por apropiaciones diferenciadas y cambiantes. Si bien esta tesis no tiene como objetivo analizar la recepción y el consumo de imágenes múltiples, ni tampoco apunta a utilizarlas para describir la experiencia histórica de las mujeres argentinas del período, se propone como una indagación acerca de los mecanismos específicamente visuales y técnicos que modularon aquella experiencia, así como sobre los modos particulares en que este tipo de imágenes operaron como medios de construcción y transformación de una subjetividad de género en el contexto histórico de la Argentina posterior al Centenario, un período intenso en términos de cambio político, crecimiento de la prensa y luchas feministas. Señalando a la mirada y a los dispositivos visuales como lugares específicos de configuración de identidades, la tesis apunta a profundizar la comprensión de los procesos de identificación de los sujetos sociales con determinadas posiciones de género, clase, etnicidad y nacionalidad, y a ponderar el rol particular que cumplen los discursos visuales en ese proceso de identificación.

En cuanto exploración de un conjunto de imágenes denso y numeroso, esta tesis se enfrenta al desafío de construir una lógica posible e históricamente probable para un universo visual heterogéneo a nivel de los significados y procedencias, aunque relativamente homogéneo en su materialidad y canales de circulación. Por tal motivo, dará prioridad a las reiteraciones y las insistencias entre imágenes diversas que refuerzan, en virtud de su acumulación, determinados ejes de sentido en relación con la diferencia de género, sin por ello dejar de señalar las discontinuidades existentes entre ellas. No pretende (ni podría) ofrecer un recorrido exhaustivo por la historia material de cada imagen ni cada publicación, aunque por supuesto se tendrán en cuenta sus características materiales, el modo de construcción de su público imaginado y sus formas de circulación como claves de sentido para la interpretación, teniendo siempre en mente, sin embargo, el límite implicado por la dificultad de historizar sus diferentes modos de apropiación concreta por parte de sus lectores y espectadores.

Asimismo, la investigación propone revisar los vínculos entre imágenes impresas e historia del arte, analizar en qué medida las tradiciones artísticas permean las representaciones femeninas del período y a qué efectos, y ablandar la frontera entre imágenes múltiples e

imágenes artísticas por medio de una reconstrucción de sus formas de intercambio. Así, al considerar a las imágenes como soportes de significación que sintomáticamente retoman y actualizan núcleos de sentido de larga trayectoria, apunta a contribuir, por último, a la comprensión de los procesos de larga duración que han sostenido la opresión histórica de las mujeres.

Estado de la cuestión

El período comprendido entre el Centenario de la Revolución de Mayo y el final de la década de 1920, concebido comúnmente como un ciclo de apertura política, crecimiento económico y malestar social, ha sido intensamente estudiado en sus dimensiones sociales, políticas, económicas y culturales. Numerosos trabajos se han dedicado a los límites del proyecto modernizador, los desafíos planteados por la inmigración masiva, el recrudescimiento de la cuestión social, los conflictos por la ampliación de la ciudadanía, la emergencia de una cultura de masas y un mercado masivo de bienes de consumo, a las transformaciones urbanas y a los cambios en la sociabilidad, ejes que definen sin agotar las problemáticas de esas dos décadas. La creciente producción bibliográfica al respecto, que consignaré solo parcialmente, será el punto de partida ineludible de esta tesis, que se apoyará en la historiografía más reciente para reconstruir el mapa político y sociocultural de la época.⁶

El tema de las representaciones visuales de mujeres en la prensa periódica ilustrada, núcleo de esta investigación, atraviesa un espectro amplio de problemas, desde la construcción de un concepto de feminidad ligado al cuerpo femenino sano y bello hasta los discursos acerca del trabajo y la educación de las mujeres, o acerca de prácticas nuevas y prácticas tradicionales en el espacio privado o el espacio público, así como otras consideraciones políticas, económicas y culturales del período, entre ellas la circulación intensificada de la prensa y de

⁶ Menciono solo algunos de los trabajos de referencia y las compilaciones que abordan distintos ángulos del período: Natalio Botana, *El orden conservador. La política argentina entre 1880 y 1916*, Buenos Aires, Debolsillo, 2005 [1977]; Alejandro Cattaruzza, *Historia de la Argentina 1916-1955*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2009; Fernando Devoto y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, tomo 2, *La Argentina plural: 1870-1930*, y tomo 3, *La Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad*, Buenos Aires, Taurus, 1999; Ricardo Falcón (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 6, *Democracia, conflicto social y renovación de ideas (1916-1930)*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000; Jorge Gelman (dir.) y Eduardo José Míguez (coord.), *América Latina en la historia contemporánea*, tomo 3, *Argentina. La apertura al mundo (1880-1930)*, Madrid, Taurus/Mapfre, 2011; Margarita Gutman y Thomas Reese (ed.), *Buenos Aires 1910. El imaginario para una gran capital*, Buenos Aires, Eudeba, 1999; Tulio Halperin Donghi, *El espejo de la historia. Problemas argentinos y perspectivas latinoamericanas*, Buenos Aires, Sudamericana, 1987, y (selección de documentos), *Vida y muerte de la república verdadera (1910-1930)*, Buenos Aires, Emecé, 2007 (Biblioteca del Pensamiento Argentino, tomo 4); Mirta Z. Lobato y Juan Suriano, *La protesta social en la Argentina*, Buenos Aires, FCE, 2003; Mirta Z. Lobato (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 5, *El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000; Leandro Losada, *La alta sociedad en la Buenos Aires de la Belle Époque*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2008; José Luis Romero y Luis Alberto Romero (dir.), *Buenos Aires. Historia de cuatro siglos*, tomo 2, *Desde la ciudad burguesa (1880-1930) hasta la ciudad de masas (1930-2000)*, Buenos Aires, Altamira, 2000.

imágenes impresas, la ampliación del público lector y la profesionalización del campo literario, artístico y gráfico. Por ello, esta tesis convoca antecedentes diversos provenientes de la historia de las mujeres, la historia cultural y los estudios visuales y de género.⁷ Sin embargo, es preciso aclarar que aunque muchos de aquellos problemas han sido trabajados en forma independiente en más de una oportunidad, y la utilidad y hasta necesidad de los enfoques interdisciplinarios ha sido demostrada en distintos análisis de la experiencia histórica de las mujeres argentinas,⁸ no son numerosos los estudios locales dedicados a la intersección entre historia, imágenes, cultura impresa y género en el período 1910-1930, y menos aun aquellos que han problematizado específicamente a la imagen impresa como un sitio de construcción de identidades de género.

Teniendo en cuenta esta perspectiva, dos ejes centrales se plantean en la discusión del estado de la cuestión. Por un lado, la existencia de una vasta literatura producida desde la historia de las mujeres, y la historia social en general, que ha reflexionado sobre el peso de las representaciones colectivas en la construcción de identidades y relaciones de género, aunque solo en contados casos ha utilizado las imágenes impresas como fuentes problemáticas o como algo más que ilustraciones. Por otro lado, la multiplicación de estudios sobre historia de los medios, historia de las revistas o historia de la prensa que han aportado conocimientos sobre el periodismo argentino sin prestar, por lo general, atención específica al problema de la imagen impresa, y mucho menos al funcionamiento de esta como un objeto de reproducción o transformación de ideologías de género.

En cuanto al primer eje, la comprensión del género como una categoría social y no biológica —uno de los postulados básicos de la teoría feminista— ha llevado a que el problema

⁷ Entiendo a la historia de las mujeres como un campo relacional que, al hacer preguntas sobre las condiciones de vida de las mujeres a lo largo de la historia así como sobre las diferencias de las mujeres entre sí, se enfoca no solo en ellas sino en las relaciones sociales entre hombres y mujeres, con la consecuente transformación de la disciplina de la historia en general. La historia de las mujeres, tal como la comprendo en esta tesis, contribuye a la reflexión sobre los variables modos de construcción de la diferencia entre los géneros, que asigna a cada uno determinadas características, jerarquía, funciones, etc. Forma parte de los estudios de género y se articula de diversas maneras con los estudios feministas ya que al problematizar las herramientas teóricas con las que se produce el conocimiento científico, desarma sus intereses subyacentes. Simplificando una discusión específica y más compleja sobre las diferencias de denominación entre las distintas vertientes de estudios dedicados al género y a las mujeres, en esta investigación consideraré al género como una (entre otras) de las categorías primarias que organizan la vida social, y en palabras de Gisela Bock como una “forma conceptual de análisis sociocultural”. “La historia de las mujeres y la historia del género. Aspectos de un debate internacional” [1989], *Historia Social*, n° 9, Valencia, 1991, pp. 55-77.

⁸ La bibliografía sobre historia de las mujeres en Argentina es ya muy vasta. Entre muchos otros trabajos, menciono solo algunas obras de referencia que reúnen colaboraciones diversas sobre muy distintos temas o que ofrecen un panorama de largo plazo sobre la historia de las mujeres en Argentina: Dora Barrancos, *Inclusión/Exclusión. Historia con mujeres*, Buenos Aires, FCE, 2001, y *Mujeres en la sociedad argentina. Una historia de cinco siglos*, Buenos Aires, Sudamericana, 2007; F. Gil Lozano, V.S. Pita y M.G. Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina*, Buenos Aires, Taurus, 2000, 2 tomos; Lidia Knecher y Marta Panaia (comp.), *La mitad del país. La mujer en la sociedad argentina*, Buenos Aires, CEAL, 1994; Lea Fletcher (comp.), *Mujeres y cultura en la Argentina del siglo XIX*, Buenos Aires, Feminaria, 1994. Entre los trabajos producidos por investigadoras extranjeras, Asunción Lavrín, *Women, Feminism and Social Change in Argentina, Chile & Uruguay 1890-1940*, Lincoln y Londres, University of Nebraska Press, 1998 [1995]; Seminar on Feminism & Culture in Latin America, *Women, Culture, and Politics in Latin America*, Berkeley, University of California Press, 1990, consultado en ark.cdlib.org/ark:/13030/ft7c600832/ (consultado por última vez el 17 de agosto de 2017).

del vínculo entre representaciones sociales y diferencia de género permee con mayor o menor densidad teórica la enorme mayoría de los trabajos dedicados a cualquier aspecto de la historia de las mujeres. El poder de las representaciones invocadas por distintos discursos sociales para modelar las categorías que organizan nuestra percepción y para establecer e internalizar diferencias no solo no ha podido ser obviado sino que se ha enfatizado particularmente y ha permitido interpretar aspectos diversos de la experiencia femenina en la Argentina de las primeras décadas del siglo XX, desde las actitudes hacia el trabajo de las mujeres⁹ hasta las políticas estatales en relación con la prostitución¹⁰ y la maternidad,¹¹ o los debates respecto de los derechos civiles y políticos¹² y las posturas de las distintas vertientes del feminismo,¹³ pasando por las inflexiones que las inscripciones de género otorgaron a la práctica literaria o artística de mujeres.¹⁴

Al poner el foco en el género como una categoría de análisis primaria, y al apuntar a comprender el modo como esta categoría ha sido construida y ha operado tanto a lo largo de la historia como en la propia disciplina histórica, los trabajos sobre historia de las mujeres en Argentina por lo general han buscado superar las perspectivas contributivas o aditivas, es decir, aquellas que solo incorporan las acciones y aportes de las mujeres sin cuestionar los marcos

⁹ Específicamente sobre el peso de las representaciones en la consideración del trabajo fabril femenino, véase Mirta Z. Lobato, *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*, Buenos Aires, Edhasa, 2007; “Lenguaje laboral y de género en el trabajo industrial. Primera mitad del siglo XX”, en F. Gil Lozano, V.S. Pita, M.G. Ini, *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 2, *op. cit.*, pp. 94-115; “Entre la protección y la exclusión. Discurso maternal y protección de la mujer obrera, Argentina, 1890-1934”, en Juan Suriano (comp.), *La cuestión social en Argentina, 1870-1943*, Buenos Aires, La Colmena, 2000, pp. 245-275; “Mujeres obreras, protesta y acción gremial en la Argentina: los casos de la industria frigorífica y textil en Berisso”, en Dora Barrancos (comp.), *Historia y género*, Buenos Aires, CEAL, 1993, pp. 65-95. Una mirada sobre otro tipo de ocupaciones que también enfatiza el peso de las representaciones en D. Barrancos, “La puñalada de Amelia (o cómo se extinguió la discriminación de las mujeres casadas del servicio telefónico en la Argentina)”, *Trabajos y Comunicaciones*, segunda época, vol. 8, n° 34, La Plata, 2008, pp. 111-118.

¹⁰ D. Guy, *El sexo peligroso. La prostitución legal en Buenos Aires (1875-1955)*, Buenos Aires, Sudamericana, 1994.

¹¹ Marcela M.A. Nari, *Políticas de maternidad y maternalismo político, 1890-1940*, Buenos Aires, Biblos, 2004.

¹² Verónica Giordano, *Ciudadanas incapaces. La construcción de los derechos civiles de las mujeres en Argentina, Brasil, Chile y Uruguay en el siglo XX*, Buenos Aires, Teseo, 2012; Mirta Z. Lobato, “Las socialistas y los derechos sociales y políticos de las mujeres, Argentina 1890-1930”, *Labrys. Estudios feministas*, n° 8, Brasilia y Montreal, París, agosto-diciembre de 2005; Silvana Palermo, “El sufragio femenino en el Congreso nacional. Ideologías de género y ciudadanía (1916-1955)”, *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, tercera serie, n° 16-17, Buenos Aires, segundo semestre de 1997-primer semestre de 1998, pp. 151-178.

¹³ Entre otros, Dora Barrancos, “El contrafeminismo del feminismo anarquista”, en *Anarquismo, educación y costumbres en la Argentina de principios de siglo*, Buenos Aires, Contrapunto, 1990; M.M.A. Nari, “El feminismo frente a la cuestión de la mujer en las primeras décadas del siglo XX”, en Juan Suriano (comp.), *La cuestión social en Argentina*, *op. cit.*, pp. 277-299; Alejandra Vassallo, “Entre el conflicto y la negociación. Los feminismos argentinos en los inicios del Consejo Nacional de Mujeres, 1900-1910”, en F. Gil Lozano, V.S. Pita, M.G. Ini, *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 2, *op. cit.*, pp. 177-195.

¹⁴ Entre otros, Tania Diz, *Alfonsina periodista. Ironía y sexualidad en la prensa argentina (1915-1925)*, Buenos Aires, Libros del Rojas, 2006; Delfina Muschietti, “Mujeres: feminismo y literatura”, en D. Viñas (dir.) y G. Montaldo (comp.), *Literatura argentina del siglo XX*, tomo 2, *Yrigoyen entre Borges y Arlt (1916-1930)*, Buenos Aires, Paraiso/Fundación Crónica General, 2006 [1989], pp. 111-136; Alejandra Niedermaier, *La mujer y la fotografía. Una imagen espejada de autoconstrucción y construcción de la historia*, Buenos Aires, Leviatán, 2008; Alicia N. Salomone, *Alfonsina Storni. Mujeres, modernidad y literatura*, Buenos Aires, Corregidor, 2006; Beatriz Sarlo, “Decir y no decir: erotismo y represión”, *Una modernidad periférica. Buenos Aires 1920 y 1930*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2003 [1988], pp. 69-153.

conceptuales y las teorías del cambio social desde los que se estudia la historia. Esta desestabilización de los marcos conceptuales tradicionales de la investigación social a partir de la consideración de los sujetos femeninos y el modo en que se construye su posición diferencial es uno de los aportes centrales de los estudios de género, y en el campo de la historia se ha reflexionado intensamente al respecto.¹⁵ Si bien no puede hablarse de una transformación radical, ya que la disciplina ha quedado inafectada en muchos aspectos por la crítica feminista, ha habido revisiones importantes de los principales supuestos a través de los cuales se estudia el pasado.

Precisamente, la historia de las mujeres ha demostrado hasta qué punto la perspectiva histórica se modifica al contemplar las diferentes experiencias de hombres y mujeres. Pero para entender la génesis de esas diferencias y sus modificaciones en el tiempo resulta imprescindible indagar en la formación de representaciones y en la circulación de discursos sociales. Por este motivo, las principales investigaciones acerca de los distintos temas que han afectado la vida de las mujeres argentinas han recurrido al análisis de esos discursos y de las representaciones que los habitan para comprender las diferentes actitudes sociales, estatales, científicas o del capital hacia los hombres y hacia las mujeres en relación con temas como el trabajo, la salud y la procreación, la construcción de la nación, los derechos, la política y la educación, así como para comprender el lugar asignado al género femenino en la cultura en términos simbólicos.¹⁶

Sin embargo, las representaciones visuales y sus particulares exigencias semióticas han quedado por fuera de la mayor parte de estas indagaciones, aun cuando en muchos casos se reconoce su importancia en la transformación cultural del cambio de siglo. Me referiré a algunos trabajos que sí han utilizado imágenes como fuentes primarias para señalar sus

¹⁵ El trabajo de algunas historiadoras norteamericanas y europeas ha ejercido enorme influencia, y han sido fuente de reflexión crítica para la historia de las mujeres en el ámbito local. Sobre la recepción en Argentina de la bibliografía extranjera remito a Dora Barrancos, “Historia, historiografía y género. Notas para la memoria de sus vínculos en la Argentina”, *La Ajaba*, vol. 9, Luján, enero-julio de 2005, pp. 49-72; sobre la historiografía sobre el mundo del trabajo, Mirta Z. Lobato, “Trabajo, cultura y poder: dilemas historiográficos y estudios de género en Argentina”, *Estudios de Filosofía Práctica e Historia de las Ideas. Revista anual de la Unidad de Historiografía e Historia de las Ideas-INCIHUSA*, año 9, n° 10, Mendoza, diciembre de 2008, pp. 29-45.

¹⁶ Como ejemplo de este último punto, menciono el trabajo de Cristina Iglesia sobre la función de la figura de la cautiva blanca en la legitimación —a través de las primeras crónicas— del carácter salvaje de la conquista española: “Cuerpo, mito y frontera” y “El botín del cronista. Cuerpos de mujeres en las crónicas de conquista del Río de la Plata”, *La violencia del azar. Ensayo sobre literatura argentina*, Buenos Aires, FCE, 2003, pp. 23-38 y 39-50. La figura de la cautiva, y las inflexiones particulares que le otorgaron las representaciones visuales, ha sido también trabajada desde esta perspectiva por Laura Malosetti Costa en “El rapto de cautivas blancas: un aspecto erótico de la barbarie en la plástica rioplatense del siglo XIX”, en *Arte, historia e identidad en América. Visiones comparativas. Actas del XVII Coloquio Internacional de Historia del Arte*, México D.F., Instituto de Investigaciones Estéticas, UNAM, 1993, pp. 297-312, y nuevamente en “Mujeres en la frontera”, en F. Gil Lozano, V.S. Pita y M.G. Ini, *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 1, *op. cit.*, pp. 87-109. Otra aproximación a la función simbólica de las representaciones de mujeres, en este caso las “mujeres fatales”, en la cultura de entresiglos, en los textos que conforman el catálogo de la exposición *La seducción fatal*, curada por Laura Malosetti Costa en el Museo Nacional de Bellas Artes (Buenos Aires, MNBA y Biblioteca Nacional, 2014). Véase en especial “Erotismo y violencia. El rapto”, pp. 68-69; “Prisioneras y cautivas. La mirada orientalista”, pp. 86-90; “Seductoras fatales y musas modernas”, pp. 138-141.

hallazgos y dificultades, entre ellas la falta de diferenciación metodológica entre representaciones visuales y textuales o entre distintos tipos de imágenes; la limitación del análisis a una serie de figuras y estereotipos; la utilización de imágenes como fuentes transparentes que pueden ser “leídas” literalmente en abstracción de su contexto técnico, material y gráfico y de sus dependencias iconográficas; la vinculación demasiado mecánica entre representaciones y prácticas sociales y, por último, la falta de problematización y/o de recurso a las imágenes como fuentes fértiles para la historia de las mujeres y los estudios de género.

En relación con el trabajo femenino, por ejemplo, uno de los primeros abordajes locales que enfatizaron el peso de las representaciones fue el de Catalina Wainerman y Marysa Navarro, quienes advirtieron que los sistemas de ideas vigentes condicionan de formas específicas la participación de las mujeres en la actividad económica.¹⁷ Para estudiar esos sistemas de ideas y sus valores culturales en la Buenos Aires de la primera mitad del siglo XX, compilaron “rastros” de esos valores en “mensajes que circulan a nivel social” encarnados en textos de derecho, libros de lectura escolar y revistas femeninas, incluidas en estas últimas “imágenes de la mujer y la familia” que no fueron diferenciadas discursivamente de las fuentes textuales. Las autoras registraron el énfasis de esos textos en la función maternal de las mujeres y su incompatibilidad con la insalubridad del trabajo extradoméstico, y señalaron la baja diversidad de ocupaciones femeninas representadas y su asociación a la noción de necesidad o bien de excepcionalidad.

Esta actitud hacia el trabajo femenino identificada por Wainerman y Navarro como una tendencia con pocas excepciones ha sido reiterada en textos posteriores. Como todo trabajo pionero, su informe priorizó el análisis de las manifestaciones más regulares en vez del de las divergencias, y otorgó especial importancia a la reiteración de estereotipos (la madre, la maestra). Pero si en materia de sistematización de las ideas dominantes el trabajo citado fue influyente, respecto de la utilización de imágenes como fuentes muestra carencias, ya que ignora que estas no funcionan del mismo modo que los textos y que sus vínculos con tradiciones artísticas y con un sistema gráfico de carácter mundial modifican las conclusiones que se pueden extraer de un análisis formal en abstracción de su materialidad y puesta en página. Además, al limitarse a imágenes “de la mujer y la familia” contribuye a fijar estereotipos y obtura la posibilidad de ver cambios y heterogeneidades en las representaciones femeninas del período, así como sus relaciones con representaciones masculinas. En otro orden, el trabajo deja planteada la dificultad metodológica de medir la intervención de las representaciones en el funcionamiento social: ¿es posible cuantificar sus efectos? ¿debemos considerarlas reflejos de estados de cosas o agentes de cambio? Diferenciándose de otras perspectivas más rígidas en

¹⁷ Catalina Wainerman y Marysa Navarro, “El trabajo de la mujer en la Argentina: un análisis preliminar de las ideas dominantes en la primera mitad del siglo XX”, *Cuadernos del CENEP*, n° 7, Buenos Aires, 1979.

uno u otro sentido, las autoras proponen pensarlas como una interacción de factores difícil de someter a un análisis cuantitativo.

Una investigación más profunda sobre el mundo del trabajo en Argentina es la de Mirta Lobato, quien también recurrió a fuentes textuales y visuales para analizar tanto las actitudes hacia el trabajo femenino como las formas más persistentes de representación de las obreras, de acuerdo con la hipótesis de que las representaciones sociales son formas de creación de identidades de clase y género.¹⁸ Las contribuciones de la autora a la historia social del trabajo han modificado la comprensión del proceso de formación de una clase obrera en Buenos Aires y matizado la noción de que el trabajo femenino no fue cuantitativamente importante durante la modernización del país. Asimismo, sus análisis de las posiciones estatales, sindicales y de distintos partidos hacia el trabajo femenino han señalado la incidencia de la “cuestión femenina” en el diseño de políticas y programas políticos de regulación de la actividad obrera que afectaron a la clase trabajadora en su totalidad, contribuyendo en ese proceso a definir un lenguaje laboral atravesado por la diferencia de género. Aunque el trabajo de la autora, que se extiende a lo largo de numerosos libros, artículos y capítulos de libros, redimensiona la participación de mujeres en la fuerza de trabajo al revisar la intervención femenina en ocupaciones tanto fabriles como administrativas, educacionales y a domicilio, se ha concentrado en el trabajo obrero en el territorio de las fábricas y talleres domésticos, y consecuentemente ha priorizado la atención hacia los discursos y representaciones sobre la “pobre obrera” que protagonizan los proyectos de ley de protección del trabajo femenino, los programas del partido socialista y los textos e imágenes de los periódicos gremiales y partidistas.¹⁹

La identificación de este tópico en innumerables discursos que cruzan el arco político, de clase y de género es ciertamente un argumento a favor de su postulación como la matriz que guía la comprensión del trabajo femenino asalariado por lo menos hasta la llegada del peronismo. A partir de este momento, Lobato ha identificado el surgimiento de una configuración nueva que en lugar de asociar el trabajo femenino a la máxima explotación física, a la degeneración de las capacidades procreacionales derivada de esa explotación y al peligro de la deshonra, comenzó a vincular el trabajo femenino con la belleza y la dignidad, por ejemplo mediante la elección de “reinas del trabajo” en distintas festividades productivas.²⁰ Esta

¹⁸ El recurso a este tipo de fuentes es central en *Historia de las trabajadoras en la Argentina, op. cit.*, y en *La prensa obrera. Buenos Aires y Montevideo 1890-1958*, Buenos Aires, Edhasa, 2009.

¹⁹ Especialmente en los capítulos “Representaciones del trabajo femenino”, *Historia de las trabajadoras en la Argentina, op. cit.*, pp. 283-320, y “El trabajo femenino”, *La prensa obrera, op. cit.*, 139-156.

²⁰ Los componentes ideológicos de las imágenes producidas sobre las “reinas del trabajo”, en las que intervienen no solo afirmaciones nacionales o regionales sino también, fundamentalmente, significados asociados a la femineidad deseable para un determinado período son el eje de interés de los trabajos reunidos por Mirta Lobato en *Cuando las mujeres reinaban. Belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX*, Buenos Aires, Biblos, 2005, que constituye un esfuerzo inédito dentro de la disciplina histórica local por su utilización de

periodización de las representaciones de mujeres trabajadoras es operativa pero puede ser profundizada y problematizada al confrontarlas con un espectro más amplio de materiales gráficos como los puestos en escena por las revistas ilustradas de gran tirada y un interés comercial prioritario, en las que esos esquemas no se verifican tan rígidamente. Es decir que, si bien coincido con Lobato en que en la primera mitad del siglo XX el trabajo femenino no fue representable por fuera de ciertas fórmulas, o mejor dicho que su representación acusó el impacto de la incorporación creciente de mano de obra femenina, considero que es posible aportar a su análisis si se contemplan otras representaciones de mujeres trabajando que también circularon en los medios gráficos (las empleadas de comercio, las administrativas, las sirvientas, las escritoras, las artistas, entre otras) y pensar, además, sus vínculos diacrónicos y sincrónicos con iconografías artísticas, que sin lugar a dudas las condicionaron.

Ciertamente, la atención de la autora a las imágenes ha desmalezado un camino poco frecuentado por los historiadores locales. Más aún, su trabajo se diferencia de otros ejemplos de historia social porque jerarquiza y distingue entre niveles de fuentes primarias y el examen a que pueden ser sometidas.²¹ De acuerdo con este principio, las investigaciones de Lobato reconocen tácitamente que las fuentes literarias y visuales no proveen informaciones del mismo tipo que otros materiales como las estadísticas o los textos legales y científicos. Aun cuando es claro que la objetividad de estos últimos también puede ser sometida a discusión, y que en ellos habitan representaciones hasta cierto punto incontestables, la historia social y cultural pierde de vista en algunas ocasiones la dimensión ficcional y simbólica de los discursos literarios y visuales, que implican dificultades metodológicas a la hora de trasladar sus contenidos manifiestos a la cultura de un período en un sentido global. La aproximación de Lobato, por el contrario, insiste en que las imágenes contribuyen a la construcción de mitos y estereotipos que se naturalizan por medio de la reiteración, pero que no reflejan literalmente estados de cosas.

A estas distinciones sería productivo agregar otras, por ejemplo entre imágenes realizadas en distintas técnicas, así como reponer, dentro de lo posible, sus contextos materiales de aparición y sus canales de circulación, ya que estos definen la vida y efectividad de las imágenes. ¿Funcionan del mismo modo una pintura, una reproducción de esa pintura en un periódico, un grabado, una fotografía? ¿Comunican lo mismo, más allá de que repitan un mismo motivo? ¿En qué sentido la técnica, los recursos gráficos, el contexto, el soporte, el público modifican el sentido de las imágenes? ¿Cuán importantes son las corrientes estilísticas, las referencias iconográficas, los discursos previos sobre las imágenes, los textos que las acompañan, para interpretar su significado?

fotografías como fuentes problemáticas, pero inmensamente fértiles, para historizar el vínculo entre virtud y belleza femenina, relaciones de género y poder (político, cultural y económico) en la Argentina de mediados de siglo.

²¹ Lobato incluso somete a discusión su confiabilidad. Véase *Cuando las mujeres reinaban*, *op. cit.*, p. 15.

Un ejemplo que ilustra algunas de las dificultades que plantea el recurso a imágenes impresas en abstracción de su contexto histórico, material y gráfico son las consideraciones de Diego Armus acerca de la feminización de la tuberculosis, que forman parte de una extensa y valiosa investigación sobre la historia cultural de esa enfermedad.²² En el apartado en que Armus señala la percepción de la tuberculosis como una enfermedad femenina aun cuando las estadísticas no confirman (sino más bien refutan) esa percepción histórica, recurre a un conjunto de textos literarios y letras de tango para reconstruir la figura de la milonguita, es decir la mujer de barrio que termina enfermándose por caer en la tentación de la mala vida a la que invita el centro de la ciudad. Los textos analizados insisten, efectivamente, en asociar los conceptos de enfermedad, debilidad, feminidad, amoralidad y sensualidad para contraponerlos a las ideas de vigor, salud y masculinidad, y Armus sugiere que una de las razones detrás de esa contraposición reside en el conflicto generado por la creciente visibilidad de las mujeres en el espacio público y por la diversificación de sus prácticas. Pero ¿qué dicen las imágenes asociadas a esos textos?

Aunque Armus incluye reproducciones de páginas de publicaciones periódicas y portadas de letras de tango en su investigación, estas no son sometidas a un estudio crítico capaz de modificar sus afirmaciones, sino que funcionan como ilustraciones transparentes de los contenidos de los textos (analizarlas, de hecho, no forma parte de los objetivos del investigador). Sin embargo, en algunos casos es posible señalar inconsistencias entre los discursos gráficos y los discursos textuales, como por ejemplo entre las letras de tango que definen a la milonguita como una mujer moribunda, consumida, y las portadas de esos mismos tangos en los que las ilustraciones construyen, por su misma circulación, los atributos visuales de la mujer moderna (entre otros, pelo corto, mirada incitante y una actitud afirmativa en el espacio público).

Esas contradicciones invitan a una mirada menos definitiva sobre la percepción negativa de las nuevas prácticas de las mujeres en el espacio público, o al menos a preguntarnos por las múltiples voluntades intervinientes en la producción de artefactos culturales como los impresos, así como por el peso de las tradiciones de cada campo en la adopción de distintos motivos y estilos para tratar gráficamente ciertos temas. Ya que sin duda las ilustraciones de publicidades, portadas de tangos y revistas y otros materiales gráficos no funcionan autónomamente sino que responden a condicionamientos de todo tipo (técnicos, de estilo, de mercado, de espacio) y se articulan de maneras complejas con las transformaciones de la moda, las competencias visuales del público al que están dirigidas y las habilidades de quienes las

²² Especialmente los capítulos “La tuberculosis en femenino” y “La obsesión del contagio y la cultura de la higiene”, *La ciudad impura. Salud, tuberculosis y cultura en Buenos Aires, 1870-1950*, Buenos Aires, Edhasa, 2007, pp. 107-135 y pp. 213-269.

realizan. Las imágenes no existen por fuera de esas redes, así como no existen por fuera de los soportes materiales que las dan a ver. Inferir continuidades o discontinuidades en las prácticas a partir de continuidades o discontinuidades estilísticas en las publicidades gráficas, como sugiere Armus en otro apartado sobre el uso del corsé, por ejemplo, sin tener por otro lado en cuenta las transformaciones técnicas que afectan la producción de imágenes, es problemático desde el punto de vista argumentativo, más allá de que otras fuentes puedan concurrir o no a sostener determinadas afirmaciones.

Un problema diferente plantean en cambio otros trabajos en los que los discursos y representaciones ocupan un lugar central pero en los que las imágenes, que tendrían mucho que aportar a la discusión de los temas tratados, no son convocadas como fuentes primarias. Por ejemplo, los escritos de Pablo Ben acerca de los discursos médicos sobre el cuerpo femenino y el hermafroditismo²³ iluminan con lucidez el proceso histórico de naturalización de la diferencia sexual y ponen en evidencia el carácter político de esta operación que, al derivar patrones de comportamiento y funciones sociales de determinadas características físicas, circunscribió la participación de cada sexo en la vida social. Sin embargo, su trabajo parece ignorar la enorme fertilidad de las imágenes para confirmar o poner en cortocircuito precisamente la eficacia normativa de los discursos acerca del cuerpo femenino. Ya que allí donde los textos científicos son taxativos, las imágenes son ambiguas; unos y otros no siempre se corresponden en lo que dicen y lo que callan y, más aún, al poner esos textos científicos en serie con la enorme variedad de representaciones visuales de mujeres de distintas clases sociales que circularon contemporáneamente en los medios gráficos surgen contradicciones para las cuales es preciso hallar explicaciones y matices. Un análisis capaz de contemplar estas contradicciones contribuiría, entonces, a perfilar con mayor espesor los conflictos acarreados por la transformación de esos roles sociales femeninos tan unívocamente planteados por el discurso médico y científico pero que son, en definitiva, solo una parte de la historia.

Del mismo modo, el sólido trabajo de Cecilia Tossounian acerca de la figura de la “mujer moderna”,²⁴ que la autora analiza pormenorizadamente en sus implicaciones morales, étnicas, económicas, nacionales y de clase, se enriquecería con una mirada más detenida y prevenida estilística e iconográficamente a las imágenes impresas que pueblan los materiales analizados, en especial las publicaciones ilustradas. Ya que si bien Tossounian no ignora a las imágenes, las incorpora esporádicamente a sus argumentos y solo como confirmaciones de representaciones

²³ “Cuerpos femeninos y cuerpos abyectos. La construcción anatómica de la feminidad en la medicina argentina”, en F. Gil Lozano, V.S. Pita, M.G. Ini, *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 1, *op. cit.*, pp. 253-267, y “Muéstrame tus genitales y te diré quién eres. El ‘hermafroditismo’ en la Argentina finisecular y de principios del siglo XX”, en Omar Acha y Paula Halperín (comp.), *Cuerpos, géneros e identidades. Estudios de historia de género en Argentina*, Buenos Aires, Ediciones del Signo, 2000, pp. 63-104.

²⁴ Cecilia Tossounian, *The Body Beautiful and the Beauty of Nation: Representing Gender and Modernity (Buenos Aires 1918-1939)*, tesis de doctorado, European University Institute, 2010.

ya adelantadas por los textos de ficción y las letras de tango, lo que deja fuera del análisis la potencialidad de las imágenes para volver esas representaciones textuales algo pregnante y masivo. Tossounian define reiteradamente a la mujer moderna por su apariencia y por sus prácticas, gestos y movimientos, pero esta definición termina siendo una acumulación de atributos estables que la autora proyecta sobre las imágenes, sin realmente mirarlas en sus aspectos formales, compositivos, iconográficos, que son a fin de cuentas los que hacen que esa apariencia sea visible, percibida como diferente y por eso impactante en el espacio público. Por otro lado, aunque la autora es muy consciente de las determinaciones transnacionales que guían la configuración cambiante de la mujer moderna entre los años veinte y los años treinta, y examina con sutileza las múltiples contradicciones que esas determinaciones acarrearán de cara a la conformación de una identidad nacional y moderna, no problematiza el contexto material y gráfico concreto que hizo posible la circulación y efectividad de esas configuraciones en el ámbito local, lo que mantiene su análisis en un estado de abstracción difícil de vincular a la experiencia histórica de las mujeres argentinas. Esta dificultad es común a muchas investigaciones que utilizan a la prensa como fuente.

Desde ya, estos comentarios no afectan en términos estructurales los valiosos aportes de los trabajos mencionados a la historia de las mujeres, la historia social y los estudios de género. Con todo, considero que precisiones de este tipo pueden contribuir, si no a modificar hipótesis, al menos a afinar sus alcances. Por otro lado, al revisar la unidireccionalidad del vínculo texto-imagen, que tradicionalmente somete las imágenes a los textos, atender a las contradicciones entre textos e imágenes, y problematizar la metodología de análisis, es posible desarmar y complejizar algunos de los estereotipos más fuertes que guían el estudio de las representaciones visuales de mujeres: la madre, la obrera, la prostituta, la “marimacho”, la mujer moderna. En tal sentido, esta investigación no se propone refutar hipótesis que han sido argumentadas de manera convincente en la literatura sobre el tema sino enriquecerlas con matices, fundamentalmente a través de consideraciones metodológicas provenientes de la historia del arte y los estudios visuales, así como de la historia de los objetos impresos.

La investigación local dentro de esta última área de interés, que constituye el segundo eje de discusión de este estado de la cuestión, ha crecido sustancialmente en las últimas décadas. La mayoría de los trabajos dedicados a objetos impresos producidos en el ámbito local provienen del campo de la historia, las ciencias de la comunicación, la sociología, la historia de la literatura y la historia del arte. En general, además de la confección de índices y bibliografías,²⁵ las

²⁵ De la atención concitada por estos objetos es testimonio la reedición de estudios como el de Héctor R. Lafleur, Sergio D. Provenzano y Fernando P. Alonso, *Las revistas literarias argentinas (1893-1967)*, Buenos Aires, El 8vo. loco, 2006 [1968], cuya guía hemerográfica es un punto de partida insoslayable aunque la descripción de los aspectos materiales sea muy limitada y no forme parte del interés de la obra problematizar los discursos sobre las mujeres y lo femenino que circularon en distintas publicaciones. En el primer aspecto, un índice

preocupaciones que rigen estos trabajos se organizan en torno del lugar de la política en las publicaciones;²⁶ de los programas estéticos y las formas de intervención cultural de los intelectuales;²⁷ y de los procesos de profesionalización de la escritura, consolidación del campo literario y ampliación y segmentación del público lector.²⁸ Aunque en su conjunto las numerosas compilaciones de estudios críticos acerca de diarios y revistas proporcionan un panorama sofisticado y denso de las redes editoriales e intelectuales, los programas y las formas de circulación de una serie definida de publicaciones periódicas locales y latinoamericanas desde el siglo XIX al XX, la elección reiterada de las mismas publicaciones ha construido una suerte de canon tácito que obtura la visibilidad del vasto panorama editorial argentino de la primera mitad del siglo XX. Un problema más específico es que en la enorme mayoría de esos trabajos los aspectos materiales y técnicos y el lugar reservado a las mujeres en sus discursos visuales no han sido objeto de indagación profunda. Mencionaré los trabajos que se han ocupado de al menos uno de esos aspectos y me referiré por último a los consagrados específicamente a las representaciones visuales de mujeres en la prensa.

complementario al anterior es el de Washington Pereyra, que reproduce las portadas ilustradas de muchas de las revistas mencionadas: *La prensa literaria argentina 1890-1974*, tomo 1, *Los años dorados 1890-1919*, y tomo 2, *Los años rebeldes 1920-1929*, *op. cit.*

²⁶ Por ejemplo, en los trabajos incluidos en Noemí Girbal-Blacha y Diana Quattrochi-Woisson (dir.), *Cuando opinar es actuar. Revistas argentinas del siglo XX*, Buenos Aires, Academia Nacional de la Historia, 1999; y Paula Alonso (comp.), *Construcciones impresas. Panfletos, diarios y revistas en la formación de los Estados nacionales en América Latina, 1820-1920*, Buenos Aires, FCE, 2004. Una preocupación análoga subyace a algunos de los textos incluidos en los capítulos dedicados a los medios en los dos tomos dirigidos por Hugo E. Biagini y Arturo E. Roig (dir.), *El pensamiento alternativo en la Argentina del siglo XX*, tomo 1, *Identidad, utopía, integración (1900-1930)*, y tomo 2, *Obrerismo y justicia social (1930-1960)*, Buenos Aires, Biblos, 2004 y 2006.

²⁷ Saúl Sosnowski *et al.*, *La cultura de un siglo. América Latina en sus revistas*, Buenos Aires, Alianza, 1999. Entre trabajos sobre revistas latinoamericanas incluye otros sobre las muy frecuentadas *Nosotros*, *Claridad*, *Sur*.

²⁸ En torno de estos temas debo relevar los trabajos clásicos de Carlos Altamirano y Beatriz Sarlo sobre la consolidación del campo literario (*Ensayos argentinos. De Sarmiento a la vanguardia*, Buenos Aires, Ariel, 1997 [1983]), la obra de Adolfo Prieto sobre los folletines criollistas (*El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2006 [1988]) y los textos de Jorge B. Rivera sobre la profesionalización de los escritores (*El escritor y la industria cultural*, Buenos Aires, Atuel, 1998 [1981]), así como los de Luis Alberto Romero y Leandro Gutiérrez sobre la circulación de libros baratos y su articulación con la cultura de los sectores populares (*Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2007 [1995]). Todos estos trabajos son puntos de partida forzosos para la comprensión del fenómeno que identifiqué como condición inicial de los supuestos de esta tesis: la ampliación del público lector junto a la emergencia de nuevas formas de comunicación que se encarnaron también en nuevos tipos de publicaciones en las que intervinieron nuevos actores culturales, que a su vez interactuaron de maneras novedosas con los circuitos legitimados de la cultura letrada. Otras dos investigaciones apenas más recientes complementan obligadamente este panorama: la de Sylvia Sáitta sobre el diario *Crítica*, en el que se analizan las múltiples nuevas estrategias utilizadas para expandir el universo de lectores (*Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, *op. cit.*), y la de Alejandro Eujanian sobre las revistas argentinas de la primera mitad del siglo, útil en especial por sus observaciones en relación con la segmentación del público y la aparición de numerosas publicaciones para esos nuevos nichos de lectores, entre ellos las mujeres, un fenómeno imbricado por necesidad con la producción de nuevas representaciones de esos lectores (*Historia de revistas argentinas 1900/1950. La conquista del público*, Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores de Revistas, 1999). La Asociación Argentina de Editores de Revistas, que editó este último trabajo, publicó asimismo cuatro volúmenes consagrados a estudios específicos sobre distintas revistas argentinas. Aunque desparejas, las colaboraciones configuran un panorama inaugural acerca de publicaciones de carácter masivo. AA.VV., *Historia de revistas argentinas*, Buenos Aires, AAER, 1995-2001, cuatro tomos.

En cuanto al primer problema, la investigación de Sandra Szir sobre *Caras y Caretas*,²⁹ una revista intensamente estudiada en relación con la expansión del público y las nuevas estrategias de circulación y venta de las publicaciones populares,³⁰ demuestra hasta qué punto puede ser productiva una aproximación interesada en los aspectos materiales, gráficos y visuales. El trabajo de Szir guarda particular importancia como antecedente de esta investigación porque ha dedicado una atención específica a las imágenes impresas tanto en sus dimensiones materiales como discursivas. En su tesis, la autora no solo redimensiona el papel vital de *Caras y Caretas* en la transformación del sistema de producción de impresos en Argentina y en la cultura gráfica del período sino que, más aún, explora las múltiples zonas en las que la publicación impuso una nueva manera de comunicar visual y gráficamente la experiencia moderna: desde las ilustraciones de ficción literaria hasta el fotoperiodismo, pasando por las páginas artísticas y las imágenes documentales e instructivas.³¹

A diferencia de otros abordajes de revistas provenientes de la historia del arte,³² en los que, siguiendo el modelo de la crítica literaria, se priorizan los debates culturales, los programas estéticos y las filiaciones institucionales o políticas de diversas publicaciones sobre arte, el enfoque de Szir hace de las imágenes —sus condiciones técnicas de posibilidad, sus encarnaciones materiales, su funcionamiento discursivo, las competencias visuales que piden a sus espectadores— el eje de la argumentación. Aunque no se articula con una perspectiva de género, su trabajo forma parte de una tendencia reciente en la historia del arte que ha comenzado a definir nuevos objetos de estudio que trascienden los circuitos tradicionales de producción y consumo artístico, así como los objetos de arte, e invitan en cambio a una reflexión sobre las múltiples imágenes y dispositivos que definen la cultura visual de un período

²⁹ Sandra Szir, *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas y las transformaciones del paisaje cultural de la modernidad. Buenos Aires 1898-1908*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2011.

³⁰ Véanse entre otros los trabajos Eduardo Romano, *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*, Buenos Aires, Catálogos, 2004; Geraldine Rogers, *Caras y Caretas. Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*, La Plata, Editorial de la Universidad de La Plata, 2008.

³¹ En otros trabajos, con un interés similar en la materialidad y las imágenes, Szir se ocupó de publicaciones para la infancia: *Infancia y cultura visual. Los periódicos ilustrados para niños (1880-1910)*, Buenos Aires, Miño y Dávila, 2007, y de la prensa periódica del siglo XIX: “De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el Siglo XIX. Colección Biblioteca Nacional”, en Marcelo Garabedian, Miranda Lida y Sandra Szir, *Prensa argentina siglo XIX. Imágenes, textos y contextos*, Buenos Aires, Teseo-Biblioteca Nacional, 2009. La contribución de Szir al estudio de la cultura gráfica local incluye también la compilación de un volumen reciente con trabajos sobre mapas litográficos, afiches, tarjetas postales, manuales educativos, entre otros objetos impresos: *Ilustrar e imprimir. Una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1920*, Buenos Aires, Ampersand, 2016.

³² Dentro de la historia del arte, el interés de María Inés Saavedra y Patricia Artundo por las revistas culturales, y su postulación como objetos de estudio autónomos que requieren preguntas y metodologías específicas, dio como resultado dos publicaciones: *Leer las artes. Las artes plásticas en ocho revistas culturales argentinas. 1878-1951*, Buenos Aires, Instituto de Teoría e Historia del Arte “Julio E. Payró”, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2002 (compilada en conjunto), y *Arte en revistas. Publicaciones culturales en la Argentina 1900-1950*, Rosario, Beatriz Viterbo, 2008 (compilada por Artundo). También Diana Wechsler identificó a la prensa como sitio de interacción cultural en su abordaje de la crítica de arte en *Papeles en conflicto. Arte y crítica entre la vanguardia y la tradición. Buenos Aires (1920-30)*, Buenos Aires, Instituto de Teoría e Historia del Arte “Julio E. Payró”, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2003.

y entran en juego de manera inextricable con su dinámica social. Las revistas ilustradas, y en particular las de carácter masivo, han entrado por esta vía en el territorio de intereses de una historia del arte devenida en estudios visuales. Tales preocupaciones han contribuido a identificar en las imágenes impresas inflexiones particulares de los discursos sobre el nacionalismo y la inmigración,³³ la modernización³⁴ y otras cuestiones vitales para la Argentina del siglo XX.³⁵ Lo que distingue a estos trabajos es la consideración de las publicaciones ilustradas y sus imágenes como lugares específicos de batallas culturales y políticas, y no meros receptáculos de discursos producidos en otra forma y lugar.³⁶

Esta noción, central para esta tesis, no ha sido puesta hasta el momento en suficiente tensión con el problema de la construcción social de la diferencia de género. Si bien la bibliografía extranjera sobre la intersección entre imágenes impresas e historia de las mujeres es abundante³⁷ y superadora de los enfoques clásicos de los años sesenta y setenta, que

³³ Laura Malosetti Costa, “Los ‘gallegos’, el arte, y el poder de la risa”, en Yayo Aznar y Diana B. Wechsler (comp.), *La memoria compartida. España y la Argentina en la construcción de un imaginario cultural (1898-1950)*, Buenos Aires, Paidós, 2005, pp. 270-245; así como su historia social del arte argentino de fin de siglo, *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*, Buenos Aires, FCE, 2001.

³⁴ Ver por ejemplo la tesis de doctorado de Verónica Tell sobre el lugar de la fotografía (y las reproducciones de fotografía en la prensa) en los relatos sobre la Argentina moderna, *La fotografía en la construcción de relatos de la modernización argentina (1871-1898)*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2009, publicada como *El lado visible. Fotografía y progreso en la Argentina a fines del siglo XIX*, San Martín, Unsam Edita, 2017.

³⁵ Por ejemplo, Roberto Amigo, “Trata de blancas: una iconografía de denuncia”; “Política y ciudad: imágenes gráficas y satíricas”; “‘Cuestión obrera’ y represión: imágenes visuales”, en Margarita Gutman (ed.), *Buenos Aires 1910. Memoria del porvenir*, Buenos Aires, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires/Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires/Instituto Internacional de Medio Ambiente y Desarrollo, 1999, pp. 94-97, 300-304, 314-319.

³⁶ Como compendio de este interés, véanse los volúmenes compilados por Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2009, y *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*, Buenos Aires, Edhasa, 2013. Los trabajos sobre moda en el siglo XIX de Marcelo Marino, los de Sandra Szir sobre *Caras y Caretas* y *Éxito Gráfico*, el de María Isabel Baldasarre sobre la imagen del artista, el de Verónica Tell sobre imágenes fotográficas en *Caras y Caretas* o el de Malosetti e Isabel Plante sobre las publicaciones de Alberto Ghirardo (estos últimos tres en el primer volumen) son aportes fundamentales al estudio de la intervención de las imágenes impresas en distintos aspectos del período de interés para esta tesis. Contribuí al primer volumen con una aproximación al tema de las representaciones femeninas en la prensa, “Bellezas argentinas y *femmes de lettres*. Representaciones de la mujer en la revista ilustrada *Plus Ultra* (1916-1930)”, pp. 81-106; para el segundo trabajé con Georgina Gluzman sobre los retratos de mujeres de la revista *Búcaro Americano*: “Mujeres virtuosas e ilustradas: los retratos de *Búcaro Americano. Periódico de las Familias* (1896-1908)”, pp. 76-107.

³⁷ Menciono solo algunos trabajos: Martha Banta, *Imaging American Women. Idea and Ideals in Cultural History*, Nueva York, Columbia University Press, 1987; Liz Conor, *The Spectacular Modern Woman. Feminine Visibility in the 1920s*, Bloomington, Indiana University Press, 2004; Deborah Dorotinsky, “Nuevas mujeres: cultura visual, utopías sociales y género en la primera mitad del siglo XX”, en Hugo Arciniega, Louise Noelle y Fausto Ramírez (coord.), *El arte en tiempos de cambio. 1810/1910/2010*, México D.F., IIE, 2012, pp. 416-453; Ellen Gruber Garvey, *The Adman in the Parlor. Magazines and the Gendering of Consumer Culture 1800s to 1910s*, Nueva York, Oxford University Press, 1996; Anne Higonnet, “Mujeres, imágenes y representaciones”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres en Occidente*, tomo 9, *Guerras, entreguerra y posguerra*, Madrid, Taurus, 1993, pp. 369-391; Carolyn Kitch, *The Girl on the Magazine Cover. The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*, Chapel Hill y Londres, The University of North Carolina Press, 2001; The Modern Girl Around the World Research Group (ed.), *The Modern Girl around the World. Consumption, Modernity and Globalization*, Durham y Londres, Duke University Press, 2008; Maud Lavin, “The representation of women in German advertising, 1929-33”, *Clean New World. Culture, Politics and Graphic Design*, Cambridge, MA, MIT Press, pp. 40-67; Jennifer Scanlon, *Inarticulate Longings. The Ladies’ Home Journal, Gender, and the Promises of Consumer Culture*, Nueva York y Londres, Routledge, 1995; Jennifer Scanlon (ed.), *The Gender and Consumer*

enfaticaron a las revistas como dispositivos de opresión sin mayores matices,³⁸ la producción local al respecto es aún escasa.

Esta constatación no significa que no existan investigaciones locales acerca de la relación entre mujeres y cultura impresa. Por el contrario, esta relación ha sido explorada tanto desde el punto de vista de la intervención de mujeres en el periodismo,³⁹ de las mujeres como lectoras⁴⁰ y de las representaciones que las revistas pusieron en circulación sobre ellas.⁴¹ No obstante, los trabajos dedicados a estos temas se caracterizan por la atención prioritaria dedicada a las trayectorias intelectuales de los y las fundadores de esas revistas⁴² y a los discursos textuales sobre las mujeres,⁴³ en detrimento de las variables técnicas y materiales que condicionaron la

Culture Reader, Nueva York y Londres, New York University Press, 2000; Nancy A. Walker, *Shaping Our Mothers' World. American Women's Magazines*, Jackson, University Press of Mississippi, 2000.

³⁸ Esta perspectiva rígida es característica de la bibliografía que analiza revistas femeninas con poca distancia histórica. Por ejemplo, Mariclaire Acosta, “Los estereotipos de la mujer mexicana en las fotonovelas” [1973], en *Revista Diálogos. Antología*, México D.F., El Colegio de México, 2008, pp. 179-184; Cornelia Butler Flora, “The passive female and social change: a cross-cultural comparison of women’s magazine fiction”, en Ann Pescatello (ed.), *Female and Male in Latin America*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press, 1973, pp. 59-85; Carola García Calderón, *Revistas femeninas. La mujer como objeto de consumo*, México D.F., El Caballito, 1980; Michèle Mattelart, “El nivel mítico de la prensa pseudo-amorosa”, en Armand Mattelart *et al.*, *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile*, Buenos Aires, El Cid, 1976 [1970], pp. 221-287; Carol Owen, “Feminine roles and social mobility in women’s weekly magazines”, *Sociological Review*, vol. 10, n° 3, Canterbury, noviembre de 1962, pp. 283-296.

³⁹ Véase, por ejemplo, “Toward a history of women’s periodicals in Latin America. Introduction”, en AA.VV., *Women, Culture and Politics in Latin America*, Berkeley, University of California Press, 1990, pp. 173-231. El volumen incluye una útil bibliografía de publicaciones de mujeres elaborada por Janet Greenberg. En la Argentina, la obra pionera al respecto es la de Néstor T. Auza, *Periodismo y feminismo en la Argentina, 1830-1930*, Buenos Aires, Emecé, 1988. Aunque no desarrolla un análisis de ninguno de estos problemas, el autor identifica la diferencia política entre publicaciones femeninas y feministas, la volatilidad de los proyectos periodísticos femeninos, el peso de la baja valoración social de las mujeres escritoras en la corta duración de sus proyectos, el vínculo entre periodismo femenino y profesionalización de la escritura, y ofrece por otro lado un panorama somero de publicaciones del siglo XIX fundadas por mujeres, como *La Aljaba*, *La Camelia*, el *Album de señoritas*, *La Alborada del Plata* y *Búcaro Americano*.

⁴⁰ Graciela Batticuore, *La mujer romántica. Lectoras, autoras y escritores en la Argentina: 1830-1870*, Buenos Aires, Edhasa, 2005; Susana Zanetti, *La dorada garra de la lectura. Lectoras y lectores de novela en América Latina*, Rosario, Beatriz Viterbo, 2002; José Maristany, “‘Intoxicación literaria’: dispositivos de lectura femenina en Argentina (1890-1930)”, *Mora*, n° 14, Buenos Aires, julio de 2008, pp. 43-56.

⁴¹ Francine Masiello (comp.), *La mujer y el espacio público. El periodismo femenino en la Argentina del siglo XIX*, Buenos Aires, Feminaria, 1994, y *Entre civilización y barbarie. Mujeres, nación y cultura literaria en la Argentina moderna*, Rosario, Beatriz Viterbo, 1997 [1992]. Masiello insiste en la inflexión específica con que los emprendimientos periodísticos femeninos del siglo XIX debatieron los proyectos de construcción de la nación y enfatizaron el papel privilegiado de las mujeres en la difusión doméstica del buen gusto, la moral y las ideas republicanas. La autora hace referencia, además, a las ideas acerca de las mujeres y sus deberes sociales circuladas por las revistas femeninas redactadas por hombres, e identifica las diferencias de tratamiento de los mismos temas —la moda, por ejemplo— entre publicaciones de y para mujeres, señalando la función regulatoria que esos discursos buscaron ejercer sobre las prácticas femeninas.

⁴² Las escritoras del siglo XIX han sido las protagonistas de este tipo de enfoques, centrados en sus intervenciones en la escena literaria sudamericana, articuladas tanto por dentro como por fuera de la lógica de las publicaciones periódicas. Menciono solo los trabajos de Cristina Iglesia, *El ajuar de la patria. Ensayos críticos sobre Juana Manuela Gorriti*, Buenos Aires, Feminaria, 1993; Graciela Batticuore, *El taller de la escritora. Veladas literarias de Juana Manuela Gorriti, Lima-Buenos Aires 1876-7/1892*, Rosario, Beatriz Viterbo, 1999.

⁴³ Por ejemplo, en su análisis del periódico *La Moda*, Cristina Iglesia y Liliana Zuccotti revelaron la función ambivalente asignada por los redactores a las mujeres en la reproducción y transformación de las costumbres, e hicieron especial hincapié en la dimensión política con que a principios del siglo XIX se pensaron las prácticas femeninas para la transmisión al cuerpo social de valores republicanos y de urbanidad: “El estilo democrático: último grito de la moda”, *Mora*, n° 3, Buenos Aires, agosto de 1997, pp. 64-73. Entre otros

circulación y apropiación de esos discursos, así como del rol de las imágenes en esa dinámica. Más aún, la producción sobre la relación entre mujeres y cultura impresa es amplia sobre todo para el siglo XIX.⁴⁴ Las investigaciones sobre el tema que más se han adentrado en el siglo XX han priorizado tres ejes: la participación de mujeres en la prensa anarquista, socialista y feminista;⁴⁵ la aparición de revistas femeninas así como la consolidación de secciones femeninas en la prensa de interés general,⁴⁶ y la participación de mujeres en esas columnas y secciones femeninas.⁴⁷ Existen, asimismo, aproximaciones a la intervención de mujeres en revistas culturales y de arte no masivas.⁴⁸

trabajos que se ocupan de representaciones textuales de mujeres en la prensa, menciono además los de Kathleen Newman, “The modernization of femininity: Argentina, 1916-1926”, en AA.VV., *Women, Culture and Politics*, op. cit., pp. 74-88; Lucía Bracamonte, “Feminismo y derechos de las mujeres: representaciones de género en la prensa católica de Bahía Blanca a principios del siglo XX”, *La Aljaba*, vol. 15, Luján, enero-diciembre de 2011; María Cecilia Gargiulo y Marcela Vignoli, “‘Nuestras bellas’ representaciones identitarias de las mujeres de la élite tucumana a fines del XIX”, *Varia Historia*, vol. 29, n° 50, Belo Horizonte, mayo-agosto de 2013, pp. 531-551; y algunos de los textos incluidos en Silvina Barroso et al., *Mujeres en cuestión. Escrituras, ideologías y cuerpos*, Buenos Aires, Teseo/Biblioteca Nacional, 2012.

⁴⁴ Una excepción son los trabajos panorámicos de Lily Sosa de Newton, que recopila fuentes valiosas sobre el periodismo femenino del siglo XIX al XX. La versión más reciente es “Periodistas y escritoras”, *Las argentinas y su historia*, Buenos Aires, Feminaria, 2007, pp. 209-236. Más allá de estas obras, la contribución central de la autora a la historia de las mujeres es su *Diccionario biográfico de mujeres argentinas*, Buenos Aires, Plus Ultra, 1980.

⁴⁵ Cf. Ana Lía Rey, “Palabras y proyectos de mujeres socialistas a través de sus revistas (1900-1956)”, *Mora*, n° 17, Buenos Aires, enero-julio de 2011; Maxine Molyneux, “Ni Dios, ni patrón, ni marido. Feminismo anarquista en la Argentina del siglo XIX” [1986], en edición facsimilar de *La Voz de la Mujer. Periódico comunista-anárquico*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, 2002 [1997], pp. 11-40. Sobre *La Voz de la Mujer* ver también M.M.A. Nari y María del Carmen Feijóo, “Imaginando el lector/la lectora de *La Voz de la Mujer*”, en Lea Fletcher (comp.), *Mujeres y cultura en la Argentina del siglo XIX*, Buenos Aires, Feminaria, 1994, pp. 276-284. También Dora Barrancos encaró uno de los primeros acercamientos a las publicaciones feministas argentinas al ocuparse de *Nuestra Tribuna* (1922-1925) en un artículo que desmenuza el discurso de la revista para reconstruir las inflexiones particulares del “contrafeminismo” anarquista de las redactoras: “Mujeres de *Nuestra Tribuna*: el difícil oficio de la diferencia”, *Mora*, n° 2, Buenos Aires, noviembre de 1996, pp. 125-143. Sobre *Nuestra Tribuna* existe una edición facsimilar con estudio preliminar de Elsa Calzetta, *Nuestra Tribuna. Hojita del sentir anárquico femenino (1922-1925)*, Bahía Blanca, Editorial de la Universidad del Sur, 2005. Véase también Laura Fernández Cordero, “¿Apareció aquello! A propósito de *Nuestra Tribuna. Hojita del sentir anárquico femenino (1922-1925)*. Estudio preliminar de Elsa Calzetta”, *Políticas de la Memoria*, n° 6-7, Buenos Aires, verano de 2006-2007, pp. 245-247. Sobre las revistas de María Abella, Dora Barrancos, “Maestras, librepensadoras y feministas en la Argentina (1900-1912)”, en Carlos Altamirano (dir.) y Jorge Myers (ed. del tomo), *Historia de los intelectuales en América Latina*, tomo 1, *La ciudad letrada, de la conquista al modernismo*, Buenos Aires, Katz, 2008, pp. 465-491. Sobre *Nuestra Causa*, Edit Rosalía Gallo, *Nuestra Causa. Revista mensual feminista (1919-1921). Estudio e índice general*, Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Históricas Cruz del Sur, 2004, y *Periodismo político femenino. Ensayo sobre las revistas feministas de la primera mitad del siglo XX*, Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Históricas Cruz del Sur, 2013. Sobre *Unión y Labor*, Paula Halperín, “Mi mamá me mimó. Mujeres, médicas y socialistas en *Unión y Labor*”, en Omar Acha y Paula Halperín (comp.), *Cuerpos, géneros e identidades*, op. cit., pp. 107-133.

⁴⁶ Las mujeres constituyeron tanto el material ficcional como el público real (aunque no exclusivo) de revistas como *La Novela Semanal*, que fueron abordadas en esa intersección por el clásico estudio de Beatriz Sarlo y por algunos escritos posteriores. Beatriz Sarlo, *El imperio de los sentimientos. Narraciones de circulación periódica en la Argentina (1917-1927)*, Buenos Aires, Norma, 2000 [1985]; Margarita Pierini (coord.), *La Novela Semanal (Buenos Aires, 1917-1927). Un proyecto editorial para la ciudad moderna*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2004.

⁴⁷ La figura de Alfonsina Storni es la más trabajada en este sentido. Cf. Tania Diz, *Alfonsina periodista. Ironía y sexualidad en la prensa argentina (1915-1925)*, op. cit.; Alicia N. Salomone, *Alfonsina Storni. Mujeres, modernidad y literatura*, op. cit. Un trabajo más temprano de Gwen Kirkpatrick sobre las columnas de Storni se encuentra en “The journalism of Alfonsina Storni: a new approach to women’s history in Argentina”, en AA.VV., *Women, Culture and Politics*, op. cit., pp. 105-128.

⁴⁸ Patricia Artundo ha dedicado trabajos a la intervención de Norah Borges en proyectos periodísticos ligados a formaciones culturales alineadas con el modernismo y la vanguardia, como *Ultra*, *Proa* y *Martín Fierro*, pero

Finalmente, los trabajos dedicados específicamente a las representaciones visuales de mujeres en revistas ilustradas se organizan en su mayoría en torno de problemas o publicaciones puntuales. La representación del cuerpo femenino es el tema más frecuentado, aunque con diferentes objetivos. Un tipo de abordaje es el que propone *Cuerpos de papel* de Oscar Traversa, dedicado a los avisos publicitarios sobre el cuerpo aparecidos en publicaciones de entreguerras.⁴⁹ La preocupación principal de este texto es analizar los “modos de semiotización” de la publicidad, situar sus componentes icónicos en el “movimiento de los estilos” así como “fijar proximidades y distancias con la actualidad gráfica de la época”, identificar la importancia de los órdenes de lectura impuestos por las jerarquías formales de los avisos, y analizar en última instancia cómo estos vehiculizan exigencias sociales. Aunque la obra no apunta a profundizar la relación de estas exigencias con su contexto histórico, ni manifiesta interés en los matices que la perspectiva de género puede aportar a su objeto, proporciona algunas claves de lectura de las imágenes que resultan de utilidad.

La representación de cuerpos femeninos vestidos en la playa es también el tema de la tesis de Gisela Kaczan, quien con similares herramientas de análisis semiótico, pero informadas por una perspectiva que tiene en cuenta la construcción social de la diferencia de género, apunta a “reflexionar sobre las convenciones y los significados de la distinción, los comportamientos y las prácticas de emulación, las representaciones y los imaginarios de exclusión social”, y a identificar “maniobras retóricas de persuasión para imponer hábitos y comportamientos generizados de gran alcance”.⁵⁰ Su trabajo recurre a fuentes textuales y visuales como la prensa ilustrada y otros materiales menos transitados, que la autora interroga con lucidez y originalidad, atendiendo a la irreductibilidad de lo visual a los textos, a sus especificidades técnicas, a sus contraposiciones a nivel semántico y a sus fuentes iconográficas. Aun así, el análisis de Kaczan pierde por momentos de vista la problematicidad del vínculo entre las representaciones y las prácticas. Este inconveniente se verifica sobre todo en el análisis de publicidades, a las que se desliza con alguna univocidad hacia la regulación de

no desde una perspectiva de género sino enfocándose en las elecciones técnicas y los problemas plásticos: *Norah Borges. Xilografías 1918-1921*, Buenos Aires, 1989, mimeo, y *Norah Borges. Obra gráfica 1920-1930*, Buenos Aires, FNA, 1994. Véase también Roberta Quance, “Norah Borges en la vanguardia: entre vírgenes y sirenas”, *Romance Studies*, vol. 27, n° 1, Swansea, enero de 2009, pp. 1-10; May Lorenzo Alcalá, *Norah Borges. La vanguardia enmascarada*, Buenos Aires, Eudeba, 2009. Otro estudio sobre la intervención de mujeres en la prensa cultural, que sí incorpora la perspectiva de género pero se ocupa de intervenciones algo posteriores al período considerado aquí, es la tesis de Paula Bertúa, consagrada a las operaciones estético-políticas de María Rosa Oliver, Raquel Forner y Grete Stern en el medio artístico y literario y en el cruce entre la “alta” cultura y la cultura de masas: *Entre lo cotidiano y la revolución. Intervenciones estéticas y políticas de mujeres en la cultura argentina (1930- 1950)*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2012.

⁴⁹ Oscar Traversa, *Cuerpos de papel. Figuras del cuerpo en la prensa 1918-1940*, Barcelona, Gedisa, 1997.

⁵⁰ Gisela Kaczan, *Representaciones de cuerpos femeninos vestidos. Códigos visuales en los mecanismos de producción de exclusión, emulación y distinción social. Mar del Plata 1900-1930*, tesis de doctorado, Universidad Nacional de Mar del Plata, 2011.

comportamientos sociales pero sin herramientas teóricas lo suficientemente potentes como para probar ese deslizamiento de manera efectiva.

Paula Bontempo, por otro lado, ha abordado el tema del cuerpo femenino enfocándose en una sola publicación, *Para Ti*. En su trabajo reconstruye con exhaustividad el perfil de mujer moderna que la revista delineó a través de discursos sobre el cuerpo entre 1922 y 1928, pero salvo algunas excepciones su aproximación no atiende al carácter gráfico de la publicación y obvia el análisis detallado de las imágenes, cuyas descripciones, como se ha señalado también en otros casos, funcionan aquí como confirmaciones de los contenidos textuales, entre los cuales se identifican pocas contradicciones.⁵¹

Aunque también se centra en una sola publicación, la revista femenina *Idilio*, el trabajo de Paula Bertúa asume una perspectiva diferente para ocuparse de las representaciones de mujeres en la prensa.⁵² Tanto en sus análisis de una fotonovela aparecida en esa publicación como en los de los fotomontajes de Grete Stern que acompañaron el consultorio psicológico de la revista entre 1948 y 1951, la estrategia de Bertúa para aproximarse a las imágenes y los discursos acerca de las mujeres que aparecieron en *Idilio* se sostiene en la problematización constante de lo que las representaciones manifiestan a través de sus recursos formales y compositivos, sus ecos iconográficos y su relación con los textos que las acompañan, poniendo también en evidencia las fracturas y contradicciones internas en el discurso de la publicación acerca de la feminidad. Si bien su análisis podría profundizar aún más la atención hacia los problemas técnicos, materiales y de puesta en página, resulta sugestivo por su renuencia a “leer” las imágenes en su literalidad y su apuesta a trascender el abordaje a partir de estereotipos sin por eso renunciar a la identificación de zonas de coherencia en los discursos visuales y textuales sobre las mujeres y lo femenino. Más aún, el trabajo de Bertúa resulta particularmente productivo porque enlaza el problema de las representaciones visuales de mujeres en la prensa masiva a aquel de la intervención de artistas mujeres en el territorio mismo de la cultura de masas y en relación con el problema de la modernidad estética y el posicionamiento de esas artistas de cara a los roles de género tradicionales, un tema importante que no ha tenido especial desarrollo en el ámbito local.

Aquí, por el contrario, las reflexiones pioneras de Laura Malosetti acerca de los discursos que acompañaron la aparición pública de artistas mujeres a fines del siglo XIX han sido

⁵¹ Paula Bontempo, *Para Ti: el cuerpo de la mujer moderna (1922-1928)*, tesis de maestría, Universidad de San Andrés, 2006. Véase también su tesis de doctorado, *Editorial Atlántida. Un continente de publicaciones, 1918-1936*, Universidad de San Andrés, 2012. Sobre *Para Ti* ha escrito también, aunque centrándose en los años setenta, Paola Margulis, *La piel busca sus formas. Un estudio cultural sobre la representación del cuerpo en Para Ti durante la década del 70*, tesina de licenciatura, Universidad de Buenos Aires, 2004.

⁵² Sobre las fotonovelas en *Idilio*, Paula Bertúa, “Hacia una retórica del exceso en la prensa popular. Figuraciones del éxtasis y de la agresión en la fotonovela argentina de mediados del siglo XX”, *Perspectivas de la Comunicación*, vol. 3, n° 1, Temuco, 2010; sobre los fotomontajes, *La cámara en el umbral de lo sensible. Grete Stern y la revista Idilio (1948-1951)*, Buenos Aires, Biblos, 2010.

continuadas por estudios que han priorizado las trayectorias individuales de algunas artistas puntuales.⁵³ Mis propias indagaciones sobre la aparición de artistas mujeres en la prensa se han limitado, por el momento, a analizar su grado de visibilidad así como las inflexiones adoptadas por los discursos y representaciones acerca de su práctica artística.⁵⁴

Tal como se desprende de este estado de la cuestión, tanto las investigaciones sobre historia de las mujeres que han otorgado especial énfasis al poder de las representaciones como aquellas que se han ocupado de la gravitación de la prensa a principios del siglo XX y de la relación entre mujeres y cultura impresa podrían beneficiarse de una mirada integradora capaz de contemplar los problemas específicos de la representación visual, el modo en que la perspectiva de género modifica la comprensión del fenómeno de crecimiento y consumo de la prensa y la incidencia de los factores técnicos y materiales que afectan semánticamente a las imágenes impresas.

Principales hipótesis

Como se ha mencionado anteriormente, el período abarcado por esta investigación se inicia en el Centenario de la Revolución de Mayo y concluye con el cierre de la década de 1920. Este lapso temporal ha tendido a ser identificado, en los estudios históricos que se han ocupado de las mujeres argentinas, como un momento de cambio y transformación, atravesado por

⁵³ Laura Malosetti Costa, “Una historia de fantasmas. Artistas plásticas de la generación del ochenta en Buenos Aires”, en *Voces en conflicto, espacios en disputa. Actas de las VI Jornadas de historia de las mujeres/I Congreso iberoamericano de estudios de género*, Buenos Aires, 2000, Cd-rom. Algunos estudios puntuales son los de Nora Avaro *et al.*, *Emilia Bertolé. Obra poética y pictórica*, Rosario, Editorial Municipal de Rosario, 2006; Patricia Corsani, *Lola Mora, el poder del mármol*, Buenos Aires, Vestales, 2009; Georgina Gluzman, Lía Munilla y Sandra Szir, “Género y cultura visual. Adrienne Macaire-Bacle en la historia del arte argentino. Buenos Aires (1828-1838)”, *Artelogie*, n° 5, París, octubre de 2013 (<http://cral.in2p3.fr/artelogie/spip.php?article245>, consultado por última vez el 17 de agosto de 2017). Un análisis de algunas trayectorias de artistas mujeres tal como aparecieron en la prensa en María Isabel Baldasarre, “Mujer/artista: trayectorias y representaciones en la Argentina de comienzo del siglo XX”, *Separata*, año 9, n° 16, Rosario, octubre de 2011, pp. 21-32. El panorama más reciente de la producción de artistas mujeres en la Buenos Aires de entresiglos es el de Gluzman, *Trazos invisibles. Mujeres artistas en Buenos Aires (1890-1923)*, Buenos Aires, Biblos, 2016. Un estudio de los centros de formación de artistas mujeres y de las disciplinas artísticas con mayoría de ejecutantes mujeres en Graciela Scocco, “Un espacio permitido: educación artística y participación activa de la mujer en las artes decorativas y aplicadas”, en María Inés Saavedra (dir.), *Buenos Aires: artes plásticas, artistas y espacio público*, Buenos Aires, Vestales, 2008, pp. 209-247.

⁵⁴ “Del caballete al telar. La Academia Nacional de Bellas Artes, las escuelas profesionales y los debates en torno de la formación artística femenina en la Argentina de la primera mitad del siglo XX”, *Artelogie*, n° 5, París, octubre de 2013, http://cral.in2p3.fr/artelogie/spip.php?page=imprimir_articulo&id_article=242; “Mujeres del arte. Dilematismo, profesionalización y modernidad en las primeras décadas del siglo XX en Argentina”, en *Actas del XXX International Congress of the Latin American Studies Association*, San Francisco, 2012; “La zona intermedia. El rol de la prensa ilustrada en la fortuna crítica de artistas mujeres argentinas”, en *Actas del XXIX International Congress of the Latin American Studies Association*, Toronto, 2010; “Artes femeninas y artistas mujeres. Sus representaciones en la prensa periódica de Buenos Aires (1910-1930)”, en *Mujeres y género: poder y política. Actas de las X Jornadas nacionales de historia de las mujeres/V Congreso iberoamericano de estudios de género*, Luján, 2010, Cd-rom.

múltiples luchas con muchas derrotas y algunas victorias.⁵⁵ Sin embargo, esta tesis no se propone un recorrido cronológico vertebrado por alguna posible noción de “evolución” en relación con las representaciones acerca de las mujeres y de lo femenino tal como estas fueron puestas en escena por la prensa periódica ilustrada. Tal perspectiva resultaría no solo falaz en términos históricos sino restrictiva, ya que la fijación de una serie identificable de “conquistas” visibles, además de obturar precisamente la riqueza del universo de representaciones que, mediante la reproducción mecánica, la prensa pudo poner en circulación acerca de las mujeres, contribuiría a la reproducción de estereotipos de época acerca de ellas.

Quizás sea conveniente aclarar que esta tesis parte del postulado básico formulado hace ya muchas décadas por la teoría feminista de que las categorías de género (mujer y hombre) son construcciones sociales que trascienden la existencia de diferencias biológicas entre el sexo femenino y el sexo masculino, aunque encuentran en ese dato físico la primera justificación de su posicionamiento asimétrico dentro de las relaciones de poder que organizan una sociedad.⁵⁶ En cuanto construcciones, resultan depositarias de una constelación de significados que cambian —no necesariamente evolucionan— a lo largo del tiempo. La comprensión de la categoría “mujer” como un signo al que se adosan significados móviles y socialmente operativos, propuesta inicialmente por Elizabeth Cowie pero retomada por otras teóricas,⁵⁷ permite, por un lado, establecer su interdependencia de la dinámica social y, por otro lado, evadir el peligro de asignarle una serie de contenidos fijos, universales y en definitiva ahistóricos. Al contrario, una de las nociones centrales para esta investigación es que, por la naturaleza cambiante de las relaciones sociales, la categoría “mujer” debe ser reconstruida en forma permanente. La definición de qué es una mujer y qué es lo femenino, aunque propuesta una y otra vez como estable, es producida de manera incesante y, más aún, deja a su paso huellas que es posible reconstruir no como totalidad sino como índices de la función que se ha asignado a las mujeres en determinada coyuntura histórico-social, así como de las tensiones que han tenido lugar entre esa asignación y las prácticas femeninas concretas.

⁵⁵ Por ejemplo, en los trabajos de Asunción Lavrin, *Women, Feminism and Social Change in Argentina, Chile & Uruguay 1890-1940*, *op. cit.*; Verónica Giordano, *Ciudadanas incapaces. La construcción de los derechos civiles de las mujeres en Argentina, Brasil, Chile y Uruguay en el siglo XX*, *op. cit.*; Mirta Z. Lobato, “Las socialistas y los derechos sociales y políticos de las mujeres, Argentina 1890-1930”, *op. cit.*; Silvana Palermo, *Los derechos políticos de la mujer. Los proyectos y debates parlamentarios 1916-1955*, Los Polvorines, Universidad Nacional de General Sarmiento, 2012. Entre las derrotas puede mencionarse la clausura institucional al problema del voto femenino, persistente a lo largo de todo el período a pesar de los esfuerzos de distintas fuerzas políticas por conseguirlo; entre las victorias, aunque fueran solo triunfos parciales, la sanción de la ley de protección de la mujer obrera, en 1924, o la modificación del Código Civil en 1926.

⁵⁶ Joan W. Scott, “Gender: a useful category of historical analysis”, *Gender and the Politics of History*, Nueva York, Columbia University Press, 1999 [1988], pp. 28-50.

⁵⁷ Elizabeth Cowie, “Woman as sign”, *M/F*, n° 1, 1978; a lo largo de esta tesis tomaré como referencia el uso que ha hecho Griselda Pollock de esta idea en *Visión y diferencia. Feminismo, feminidad e historias del arte*, Buenos Aires, Fiordo, 2013 [1988].

Dada la enorme profusión de discursos acerca de las mujeres que circularon en las décadas consideradas, y la heterogeneidad de representaciones que esos discursos asentaron, modificaron y redefinieron, esta tesis sostiene, precisamente, que su misma eclosión es índice de tensiones de aquel tipo. Por este motivo, propongo comprender la proliferación de enunciados sobre la feminidad, “la mujer” y lo femenino, no únicamente, como ha sugerido Dora Barrancos, como un movimiento compensatorio glorificador⁵⁸ tendiente a reparar en el plano simbólico la segregación de las mujeres de prácticas concretas, sino, en todo caso, como un síntoma de conflictos efectivos en el terreno de las prácticas, y a esos mismos enunciados como zonas de conflicto.

Si el género es una construcción histórica, variable y social en la que colaboran prácticas simbólicas, esta primera hipótesis se estructura a partir de la consideración de una práctica específica —la producción de objetos impresos— como uno de los agentes de ese proceso. En efecto, la producción y circulación de impresos se entiende aquí no como una simple actividad comercial, ni siquiera solo como una actividad cultural, sino como una verdadera “tecnología de género” en el sentido definido por Teresa de Lauretis, es decir, como un conjunto de “técnicas y estrategias discursivas por las cuales es construido el género”.⁵⁹ El fenómeno notable de multiplicación y diversificación de los impresos en las primeras décadas del siglo XX en Argentina habilita la utilización de este concepto en relación con la prensa periódica, cuya conversión en una prensa ilustrada refuerza todavía más la idoneidad de esta herramienta teórica. Ya que las imágenes impresas —a diferencia de otras imágenes autónomas y únicas— funcionan dentro de un régimen de visibilidad particularmente intenso que las vuelve instrumentos eficaces no solo para vehiculizar ideas sino para condicionar la subjetividad de sus espectadores en múltiples direcciones, siendo una de ellas su subjetividad de género.

Al concebir a la prensa ilustrada y en especial a las imágenes impresas como tecnologías de género, esta tesis suscribe la hipótesis de que en las sociedades modernas la circulación de impresos cumplió una función primaria para la formación de subjetividades, orientando a sus usuarios a identificarse ya como ciudadanos de una determinada nación, ya como miembros de un determinado grupo étnico, ya como parte de una clase social, pero también y muy especialmente, a posicionarse, al enfrentarse a discursos variables, como hombres y como mujeres. Además de facilitar este tipo de posicionamientos, la prensa contribuyó en forma activa a registrar, clasificar y regularizar opiniones e ideas corrientes, que llamaré representaciones,⁶⁰ acerca de las diferencias entre hombres y mujeres (o entre nativos e

⁵⁸ Dora Barrancos, *Inclusión/Exclusión. Historia con mujeres*, op. cit., p. 9.

⁵⁹ Teresa de Lauretis, “The technology of gender”, *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film, and Fiction*, Bloomington y Indianapolis, Indiana University Press, 1987, pp. 1-30, cita p. 28, nota 17.

⁶⁰ Mi utilización del concepto de representación se basa en la definición de Roger Chartier, a la que me refiero en el apartado sobre el marco teórico.

inmigrantes, ricos y pobres, blancos y negros). De manera que al facilitar un determinado rechazo o una determinada identificación de género (o de ciudadanía, de clase o de raza), haciéndose eco de representaciones sociales preexistentes, pero también ayudando a transformarlas a través de sus selecciones, énfasis, reiteraciones u omisiones, los discursos circulados por la prensa contribuyeron a que sus lectores y espectadores se entendieran como portadores de determinadas características que los diferenciaban, a su vez, de aquello con lo que no se sintieran identificados.

En ese proceso, las imágenes impresas cuentan con serias ventajas: en primer lugar, porque al apelar a la mirada, desde el primer momento posicionan al espectador en una relación de identificación o diferencia con lo representado; en segundo lugar, porque su reiteración vuelve esas posiciones estables; en tercer lugar, porque al yuxtaponerse con otros elementos (textos, imágenes, materialidad, componentes gráficos) se refuerza o se pone en tensión lo que ellas ya dicen: aquello en lo que han convertido a sus espectadores. Quisiera enfatizar aquí la trascendencia que tiene el régimen de visibilidad de las imágenes impresas para su efectividad, caracterizado por la masividad, la repetición, la acumulación y la yuxtaposición con otros elementos. De hecho, sostengo que la importancia de las imágenes impresas que escenificaron representaciones de mujeres en el contexto de la Argentina posterior al Centenario residió tanto en los contenidos de esas imágenes como en su visibilidad reiterada y su circulación masificada, habilitada por la expansión, diversificación y multiplicación de las publicaciones periódicas ilustradas, representadas en este trabajo por un corpus que se distingue del de otros abordajes anteriores por su amplitud y diversidad.

Precisamente, la idea de una “visión extensiva”, paralela a la lectura extensiva que según Roger Chartier transformó los modos de lectura en el siglo XVIII, resulta útil como analogía para caracterizar el fenómeno que pretendo describir. En oposición a la concentración en unos pocos materiales de lectura, leídos intensivamente, es decir una y otra vez, resultado de la baja circulación de los impresos, el lector intensivo se convirtió en “un lector harto diferente: consumía numerosos, diversos y efímeros impresos; los leía con rapidez y avidez; los sometía a un examen crítico (...). De ese modo, una relación comunitaria y respetuosa con lo escrito, imbuida de reverencia y obediencia, fue cediendo el paso a una lectura libre, desenvuelta e irreverente”.⁶¹ Chartier utiliza estos términos para discutir la hipótesis de que la lectura de libros filosóficos fue una precondition de la Revolución Francesa; que las ideas antimonárquicas contenidas en ese tipo de literatura llevaron a sus lectores a levantarse contra su rey. En cambio, formula un vínculo, más complejo y menos evidente, entre la emergencia de un modo de lectura extensivo —impulsado por un mayor recambio de impresos que habría

⁶¹ Guglielmo Cavallo y Roger Chartier (dir.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus, 2004 [1997], p. 49.

posibilitado confrontarlos entre sí— y la conformación de una actitud crítica que, por su mismo reiterado ejercicio, se habría extendido también hacia otras experiencias sociales más allá de la lectura, generando así la base del descontento popular.⁶²

El argumento me interesa porque desplaza el nudo de la explicación del acontecimiento político desde el contenido (en el caso de Chartier, de los textos) hacia las prácticas de apropiación y sus efectos. Es más, pienso que es posible establecer una analogía entre la lectura y la visión de imágenes, y proponer que la industrialización de las técnicas de impresión que las masificaron habilitaron una apropiación de esas imágenes más fluida, menos ceñida a la autoridad de lo representado —aunque de todos modos afectada por los dispositivos de visualización— que, en definitiva, habría podido contribuir a la emergencia de una actitud crítica general extensible, por caso, a las definiciones tradicionales de la feminidad. Con esto en mente, sostengo que parte de la transformación de las concepciones heredadas del siglo XIX acerca del rol social de las mujeres, acerca de la feminidad y acerca de la diferencia de género se cifró, en compleja interacción con otros factores, en el régimen de visibilidad —masivo, extensivo, acumulativo y efímero— de representaciones visuales de mujeres circuladas por la prensa ilustrada, tanto como en los contenidos de esas representaciones.

Es preciso aclarar aquí que me refiero a un cambio a nivel del imaginario y la mentalidad imposible de cuantificar y muy difícil de vincular con sus efectos prácticos concretos. Datos como los arrojados por el censo de 1914 acerca de la baja diversidad de las ocupaciones femeninas entre las mujeres contabilizadas como trabajadoras, por un lado, y acerca del alto porcentaje de mujeres analfabetas y semianalfabetas, por otro, servirían para argumentar en sentido contrario y enfatizar que pocas transformaciones tuvieron de hecho lugar. Sin embargo, no puede negarse que las representaciones vigentes en una sociedad pueden diferir de los datos estadísticos (en sí mismos discutibles);⁶³ que existen representaciones en conflicto y que estas, además, cambian. El propio asombro del presidente de la comisión nacional a cargo del censo de 1914 ante los datos sobre el descenso y la falta de diversidad de la mano de obra femenina demuestra precisamente el poder de las representaciones: “(...) a priori, sin dato concreto, pero observando el desenvolvimiento económico y social del país, estaba dispuesto a creer que podía vaticinar un progreso muy notable en esta faz del progreso nacional”, señala antes de enumerar la variedad de ocupaciones femeninas que le son visibles.⁶⁴

⁶² Roger Chartier, “Representaciones y prácticas. Revolución y lectura en la Francia del siglo XVIII”, *Sociedad y escritura en la Edad Moderna*, México D.F., Instituto Mora, 1995, pp. 93-117.

⁶³ Sobre todo en relación con el trabajo femenino. Al respecto, Catalina Wainerman y Zulma Recchini de Lattes, *El trabajo femenino en el banquillo de los acusados. La medición censal en América Latina*, México D.F., The Population Council/Terra Nova, 1981, *passim*.

⁶⁴ Alberto B. Martínez en *Tercer censo nacional levantado el 1 de junio de 1914*, Buenos Aires, Talleres Gráficos L.J. Rosso, 1916, pp. 252-253, citado en Catalina Wainerman y Marysa Navarro, “El trabajo de la mujer en la Argentina: un análisis preliminar de las ideas dominantes en la primera mitad del siglo XX”, *op. cit.*, p. 16.

En su investigación sobre las ideas acerca del trabajo femenino, Catalina Wainerman y Marysa Navarro, de donde tomo esta cita, hicieron referencia precisamente a la variabilidad de las representaciones según el contexto donde circulan, y al componente urbano del comentario citado. Este vínculo de las representaciones con la vida en la ciudad es importante también para esta tesis, que pretende ocuparse sobre todo del modo en que aquellas circularon en ámbitos urbanos, y en especial en Buenos Aires, donde se concentró sin duda el mayor porcentaje de lectores del material que aquí se analizará: publicaciones como *El Suplemento* de *La Novela Semanal* o *Para Ti*, de gran tirada y distribución en la capital y el interior, así como revistas de menor circulación pero decididamente urbanas, como la barrial *Lux* o la bahiense *Arte y Trabajo*. Tal aclaración matiza el problema del analfabetismo femenino (menor, se espera, en las ciudades), que haría menos operativa la hipótesis de un cambio a nivel de las representaciones impulsado por el consumo de periódicos. Sin embargo, el analfabetismo, en todo caso, constituye para esta tesis una clave interpretativa, en el sentido de que las imágenes y en rigor todos los discursos visuales cuentan con una amplia ventaja a la hora de comunicar ideas y generar identificaciones, precisamente porque pueden ser entendidos sin ser leídos.⁶⁵ El semianalfabetismo femenino en las primeras décadas del siglo abonaría entonces la asignación de un poder específico a la comunicación a través de imágenes que instalaron las revistas ilustradas. A esto se suma la necesaria consideración de la circulación extendida que caracteriza a la prensa: el hecho de que por cada comprador es posible calcular varios lectores más por la circulación de mano en mano, y otros tantos ecos de esas lecturas a través de relatos, discusiones y conversaciones que pueden tener, incluso, como eje a las imágenes.⁶⁶

Las modalidades del ver cobran en este punto una importancia capital para esta tesis, que se propone no solo enfocarse en aquello que las imágenes dicen, sino en el modo en que lo comunican: con qué matices, desde qué perspectivas y encuadres, en relación con qué otros elementos, sostenidas por qué tipo de materialidades. De más está decir, se rechaza con esto cualquier noción de reflejo y se plantea que las imágenes, lejos de ser literales, comunican de modos complejos, potenciándose no únicamente a través del dispositivo material que las hace visibles, sino a través de los ecos de otras imágenes que ellas actualizan sin cesar por su reiteración y circulación masiva. La confluencia de tradiciones artísticas, tradiciones populares y limitantes técnicos y editoriales condiciona lo que las imágenes comunican, lo que tendré en cuenta en esta investigación.

⁶⁵ Desde ya que considero que la visualización de imágenes nunca es inocente y prístina, y que numerosos conocimientos previos median en la decodificación de contenidos. Me refiero, sin embargo, a que en comparación con la escritura, las imágenes no requieren un entrenamiento específico antes de poder ser comprendidas en *algún* sentido, aunque este puede no ser, desde luego, el sentido cultural dominante.

⁶⁶ Tomo estas ideas del trabajo de Mirta Lobato *La prensa obrera, op. cit., passim*.

Pero ¿qué comunicaron las imágenes impresas circuladas por las revistas ilustradas? Esta tesis sostiene que, en la medida en que abrieron el juego a una fluida circulación de representaciones, las imágenes impresas al mismo tiempo socavaron la autoridad de algunos estereotipos femeninos y consolidaron otros; dieron visibilidad a nuevas prácticas femeninas y las disciplinaron; registraron nuevos roles y nuevos espacios de acción para las mujeres y condicionaron sus alcances; sirvieron para clasificar a las mujeres como un grupo homogéneo y establecer fuertes distinciones de clase, raza y nacionalidad entre ellas. Si no puede hablarse de una evolución, puede en cambio señalarse la movilidad de las representaciones, una dinámica propia de los momentos de transformación que ha tendido a ser invisibilizada en algunos estudios por la concentración del análisis en unos pocos estereotipos femeninos, y en otros casos identificada más tardíamente, aun cuando ya en la década del veinte es posible señalar una interesante diversidad de representaciones en conflicto.

En términos concretos, propongo que al considerar específicamente las imágenes impresas puestas en circulación por un corpus amplio y heterogéneo de publicaciones es posible encontrar contradicciones y un espectro de matices en los discursos del período acerca de la feminidad, que hasta ahora han sido estudiados sobre todo en sus manifestaciones textuales. Sostengo que así como la circulación de imágenes impresas logró con relativo éxito otorgar legitimidad social a prácticas femeninas modernas vinculadas con el cuerpo y la apariencia, la circulación en la ciudad, las actividades domésticas y el acceso a determinados puestos de trabajo, también fue una herramienta efectiva para disciplinar esos cuerpos y conformarlos a parámetros de belleza específicos (comprendidos, además, en términos nacionales), establecer circuitos y protocolos de circulación urbana delimitados, ceñir las actividades domésticas a nuevas pautas de consumo y relación con la tecnología, y clasificar en términos de clase muy severos el ejercicio de distintas profesiones y actividades laborales. Más aún, quisiera sugerir que la circulación de representaciones visuales de mujeres, aunque tomó en ocasiones la apariencia de un discurso unificado acerca de “la mujer”, organizó eficazmente los mecanismos de clasificación que distinguieron a mujeres de distinto origen social, étnico, generacional y nacional —por ejemplo a través de su asociación discursiva con diversas cualidades temporales— y contribuyó de ese modo a la profunda reestructuración social de la Argentina de esas décadas.

Tales matices afectaron sin duda las representaciones sobre las mujeres vigentes en el período, pero también sus prácticas y la visibilidad de esas prácticas, en especial las laborales. La tensión entre feminidad, clase social y profesión u ocupación que permeó algunos discursos sobre el trabajo femenino puso en evidencia la cadena de asociaciones tácitas entre extracción social, moral sexual y domesticidad, así como el conflicto introducido por la modernización —y las prácticas modernas que esta implicaba— en esa ecuación. Es un conflicto que aparece en las

representaciones de todo tipo de mujeres, pero que la representación de la práctica artística femenina y de las artistas mujeres condensa con especial complejidad por diferentes motivos, entre ellos el hecho de que la profesionalización artística implicaba un quiebre de nociones básicas asociadas a la feminidad, como el decoro, la dependencia económica y el confinamiento doméstico aun cuando el cultivo de las actividades artísticas había sido construido discursivamente como ocupación idónea para las mujeres, y aun cuando la atención femenina a la estética, también promovida como cualidad “natural” de las mujeres (sobre todo en relación con su apariencia), estaba cobrando en el período una visibilidad inédita. Por esta razón, aunque esta tesis no se propone como un estudio de la práctica artística femenina del período, en el último capítulo sí toma la representación de artistas mujeres como caso paradigmático de las contradicciones que manifestaron las representaciones de mujeres en la prensa. Más aún, considera la producción visual de las artistas del período que apareció reproducida en la prensa —sobre todo hacia los años veinte— como una confirmación de la compleja dinámica de apropiación de las representaciones de la feminidad que circularon por entonces. Desde este punto de vista, sostengo que la prensa se articuló de modos intrincados con la producción artística de mujeres: condicionó el modo en que podía ser comprendida en cuanto trabajo, proporcionó temas y motivos a las propias artistas y preparó su fortuna crítica hacia el futuro, pero también la hizo visible y, en ese aspecto y aunque fuera cuantitativamente esporádica, funcionó como plataforma de intervención de las propias mujeres en la visualidad impresa de su tiempo. Lo que no significa, es necesario aclarar, que esa intervención haya sido siempre de signo disruptivo en relación con las intervenciones masculinas, también ellas muy variadas.

Esta variedad de miradas masculinas a que fueron sometidas las mujeres condensa algunas de sus connotaciones clave en los números y secciones especiales dedicados a “la mujer argentina”, que respondieron de un modo ambivalente a los reclamos feministas por la inserción de las mujeres en la vida política nacional, ya que les dieron una visibilidad y protagonismo enmarcados en una retórica nacionalista sin correlato, en las décadas estudiadas, en los mecanismos políticos oficiales. Teniendo esto en cuenta, sostengo que la prensa ilustrada otorgó a las mujeres argentinas un sitio específico en el proyecto nacional y en la narrativa de civilización, progreso y modernización que no se condijo con la evolución de sus derechos civiles y políticos. Además, mantengo que al privilegiar determinados significados vinculados a la tradición clásica a la hora de definir el tipo “mujer argentina”, y al omitir los aportes de otras tradiciones culturales como la afroamericana y la indígena en esa definición, la prensa introdujo palpables distinciones internas de clase y de raza dentro de ese significante que se proponía en los discursos, sin embargo, como universal. Más aún, intentaré demostrar que al asociar las representaciones de mujeres diferentes con distintas cualidades temporales, la prensa contribuyó a profundizar esas diferencias entre las mujeres y, también, entre mujeres y

hombres, al tiempo que utilizó las representaciones femeninas como índices de modernidad y para proponerse ella misma como un discurso alineado con lo nuevo.

Por otro lado, es vital señalar que en las primeras décadas del siglo XX, el intenso tráfico internacional de imágenes y textos destinados a llenar las publicaciones periódicas vuelve mucho más compleja, aunque no inviable, la interpretación de los contenidos editoriales en términos locales. El período considerado es en efecto el de la internacionalización del periodismo gráfico y del crecimiento vertiginoso en la circulación de información extranjera en los medios argentinos. Este hecho, que impone algunos recaudos en la formulación de las hipótesis, no paraliza sin embargo la certeza de que fue un momento de enorme diversidad discursiva en el que intervinieron muchas más publicaciones, voces y actores de lo que registra la mayor parte de los estudios críticos.

La tesis se clausura en 1930. Este corte obedece no a un solo motivo sino a una conjunción de fenómenos, entre ellos la transformación en la década siguiente del clima de ideas, signado por un mayor conservadurismo en el plano cultural, una moderación del optimismo en el plano económico, la expansión de la fuerza de la Iglesia y la puesta en práctica de medidas de control de la prensa (en algunos casos, su censura). Esta transformación del contexto cultural, que se articuló con la desaparición de algunas publicaciones (como la de *Plus Ultra* en 1930 o la de *Fray Mocho* en 1932), significó también la aparición de nuevas revistas ilustradas comerciales, como *Leoplán* (1934), y de una serie numerosa de nuevas revistas femeninas y feministas como *Rosalinda* (1931), *Maribel* (1932), *Vida Femenina* (1933), *Vosotras* (1935), *Chabela* (1935), *Estampa* (1938), *Selecta* (1938), *Damas y Damitas* (1939) y, aunque no fue una revista prioritariamente femenina ni feminista, *Sur* (1931), que incluyo en esta lista porque contribuyó decididamente a la renovación de las formas de intervención de mujeres en la prensa en las décadas siguientes. Todas estas revistas redefinieron la oferta de publicaciones de y para mujeres y las representaciones femeninas asociadas a ellas, y además circularon ya en un medio, si no radicalmente distinto al de los años veinte, en todo caso modulado por la competencia con otro tipo de bienes culturales cuyo protagonismo creció en la década del treinta (en especial el cine sonoro, que llegó a la Argentina en 1931). Todos estos factores reunidos afectan, en alguna medida, la validez de las hipótesis propuestas para las décadas anteriores, lo que establece al cambio de década como un límite natural para esta investigación.

Marco teórico-metodológico

Esta tesis incorpora herramientas teóricas forjadas en diversas disciplinas, y se ubica en un lugar equidistante entre la historia cultural, la historia de las imágenes y los estudios de género. Su interés en un conjunto de imágenes múltiples, masivas, vuelve pertinente su consideración

como articulaciones de una cultura visual crecientemente masificada en las primeras décadas del siglo, entendiendo a la cultura visual no solo como la circulación intensificada de imágenes, sino también como la tendencia a “visualizar la existencia”, es decir, considerar la centralidad de la experiencia visual en la vida cotidiana, en interacción con otras percepciones, para definir términos de clase, género, identidad sexual o racial.⁶⁷

En este contexto, el concepto central para esta tesis es el de “representación”. Aunque el corpus con el que trabajaré son sesenta y cinco publicaciones periódicas ilustradas, y específicamente sus imágenes impresas, consideraré que estas articulan representaciones sociales que circulan, pero también se transforman, a través de ese anclaje material y de sus posteriores apropiaciones. En este sentido, el objeto de esta tesis no son “imágenes de mujeres”, una categoría suficientemente criticada por la teoría feminista,⁶⁸ sino las representaciones acerca de las mujeres y de lo femenino vehiculizadas con matices característicos por un conjunto vasto de publicaciones ilustradas que circularon entre 1910 y 1930 en Buenos Aires y en ciudades del interior del país.

La acepción del concepto de representación propuesta por Roger Chartier, que a su vez ha retomado algunas ideas clave de Louis Marin, resulta para este estudio de especial idoneidad.

⁶⁷ Nicholas Mirzoeff, “What is visual culture?”, en Mirzoeff (ed.), *The Visual Culture Reader*, Londres y Nueva York, Routledge, 1999, pp. 6-7. Sobre la definición de la cultura visual ha habido mucho debate, desde su comprensión como el espectro de imágenes propio de una cultura en una coyuntura particular, hasta la inclusión en esa definición de las variadas formas de producción y consumo visual de una sociedad, y de ahí a su postulación como un nuevo campo de estudios con métodos innovadores y transdisciplinarios cuyo objeto sería no el arte sino, además de un universo ampliado de imágenes, todo otro conjunto de problemas vinculados con “la visualidad humana”, en palabras de W.J.T. Mitchell, así como los compromisos políticos y éticos desde los cuales se los estudia. No me detendré a señalar las distintas posturas y críticas que encendieron el debate ya que trascienden los intereses de esta tesis, aunque considero que muchas de las precisiones teóricas que se articularon entonces resultan productivas para pensar algunos de los problemas puntuales de esta investigación, como la noción general de una apertura hacia nuevos objetos visuales más allá del arte alto y una atención a la condición del espectador y los actos de visión por fuera de los escenarios de observación tradicionales como el cine, las exposiciones de arte, etc. Remito a la introducción de la obra de Norman Bryson, Michael Ann Holly y Keith Moxey (ed.), *Visual Culture: Images and Interpretations*, Hanover y Londres, Wesleyan University Press, 1994; a las respuestas al cuestionario sobre cultura visual elaborado por la revista *October* en 1996, que fueron traducidas por la revista *Estudios Visuales*, n° 1, Murcia, noviembre de 2003, pp. 83-126; a las precisiones establecidas por Keith Moxey en “Nostalgia de lo real. La problemática relación de la historia del arte con los estudios visuales” [2000], incluido en el mismo número de esa revista, pp. 41-59; y a la obra de W.J.T. Mitchell, *Teoría de la imagen. Ensayos sobre representación verbal y visual*, Madrid, Akal, 2009 [1994].

⁶⁸ En “What’s wrong with ‘images of women?’”, Griselda Pollock realizó una crítica a la categoría “imágenes de mujeres” porque, según ella, implica la consideración de las imágenes como reflejos de la entidad real “mujeres” que pueden, por esa vinculación, ser consideradas “buenas o malas” representaciones. Para Pollock, el problema no es tal sino, en cambio, cómo se construyen los sentidos asociados al signo “mujer” en relación con otros signos; cómo estas asociaciones se reproducen en la historia (y especialmente a través de interacciones con el arte alto); cómo las representaciones de mujeres y hombres posicionan diferentemente al espectador. Se trata, por ejemplo, de llegar a entender por qué el cuerpo femenino puede ser usado para significar “venta” y “mercancía” y no, simplemente, condenar que eso suceda usando la categoría “imágenes de mujeres”, que por otro lado hace perder de vista, al aislar a las mujeres de otras representaciones, que esos significados se construyen de forma relacional y asimétrica. El artículo apareció en *Screen Education*, n° 24, Glasgow, 1977, pp. 25-33.

Esta acepción no contradice la comprensión del concepto propuesta por otros teóricos,⁶⁹ pero le otorgaré preferencia porque proviene fundamentalmente de la reflexión sobre dispositivos visuales y textuales que le han otorgado inflexiones propias. En la tradición semiológica, las representaciones se han entendido como codificaciones de las cosas del mundo en términos retóricos, textuales o pictóricos que siguen convenciones específicas. Otras definiciones han ido más allá y las han propuesto como un proceso que mediante el lenguaje produce significados sociales, y como algo que expresa prácticas y fuerzas sociales que aunque no pueden ser vistas, condicionan nuestra existencia.⁷⁰ Sin contradecir estas acepciones generales, que son en principio útiles para los objetivos de esta tesis, al referirse a las representaciones Chartier ha insistido en que interiorizadas u objetivadas, “no son simples imágenes, verídicas o engañosas, de una realidad que les sería ajena. Poseen una energía propia que convence de que el mundo, o el pasado, es lo que ellas dicen que es”.⁷¹ Al concebirlas entonces como “matrices de prácticas constructivas del mundo social”,⁷² Chartier le ha dado espesor al concepto haciendo hincapié sobre todo en su operatividad para articular las modalidades de relación de los individuos o grupos con el mundo social, es decir para referirse a “las operaciones de recorte y clasificación que producen las configuraciones múltiples mediante las cuales se percibe, construye y representa la realidad; (...) las prácticas y los signos que apuntan a hacer reconocer una identidad social (...) a significar simbólicamente una condición, un rango, una potencia; por último, las formas institucionalizadas por las cuales ‘representantes’ (...) encarnan de manera visible (...) la fuerza de una identidad (...)”.⁷³

La noción de representación así formulada tiene tanto existencia mental e individual como material y colectiva; alude tanto a una operación y una práctica como a signos (textuales, visuales), individuos o instituciones; es un vínculo, una mediación entre formas retóricas, prácticas y sujetos. Más aún, al teorizar a las imágenes *como* representaciones, Louis Marin concibió el dispositivo de representación en una doble dimensión: por un lado transitiva, lo que refiere a su transparencia enunciativa, su funcionamiento como sustitución de algo ausente; por otro lado reflexiva, lo que refiere a su opacidad enunciativa, su afirmación como presencia en el

⁶⁹ Por ejemplo, desde la psicología social, la teoría de las representaciones sociales encarada por Serge Moscovici a partir de “La representación social: un concepto perdido”, en *El psicoanálisis, su imagen y su público*, Buenos Aires, Huemul, 1979 [1961], pp. 27-54. La acepción de Chartier recupera el aspecto clasificatorio y el origen social de las “representaciones colectivas” de Émile Durkheim y Marcel Mauss en “De ciertas formas primitivas de clasificación. Contribución al estudio de representaciones colectivas” [1903], en Mauss, *Obras II. Institución y culto: representaciones colectivas y diversidad de civilizaciones*, Barcelona, Barral, 1971, pp. 13-73.

⁷⁰ Stuart Hall, “The Work of Representation”, en Stuart Hall (ed.), *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*, Londres, Sage, 1997, pp. 13-74; Griselda Pollock, *Visión y diferencia, op. cit.*, p. 29.

⁷¹ Roger Chartier, *Escuchar a los muertos con los ojos*, Buenos Aires, Katz, 2008 [2007], p. 48.

⁷² Chartier, “El mundo como representación”, *El mundo como representación*, Barcelona, Gedisa, 1992, p. 56.

⁷³ Chartier, “Poderes y límites de la representación. Marin, el discurso y la imagen”, *Escribir las prácticas. Foucault, De Certeau, Marin*, Buenos Aires, Manantial, 2006 [1996], pp. 83-84.

acto de representación de ese algo ausente.⁷⁴ La identificación de esta doble dimensión abre el camino para pensar la *forma* de las representaciones también como productora de sentidos. De ahí que Chartier, a través de Marin, insista en la necesidad de explorar los modos, medios y procedimientos de la “presentación de la representación”;⁷⁵ es decir, los elementos que indican su funcionamiento reflexivo y que, siguiendo a Donald McKenzie, tienen también ellos efectos de sentido, incluso (podría decirse) sobre su dimensión transitiva.⁷⁶ Esta insistencia, que se enfrenta a un abordaje de los textos y de las imágenes inconsciente de su materialidad y su historicidad, une al análisis de los dispositivos retóricos o narrativos aquel de los dispositivos formales y materiales que, en palabras de Chartier, “deben constreñir al lector (o al espectador), someterlo, ‘entramparlo’”, al tiempo que ella misma pone en evidencia “las distancias posibles respecto de esas mecánicas persuasivas, tanto más poderosas por el hecho de ser disimuladas, pero tanto menos eficaces cuando se las desmonta”.⁷⁷

Ya que en su vocación de ordenamiento del mundo social, y sobre todo cuando se las articula desde una posición dominante (como puede serlo una posición de clase, o una posición masculina) las representaciones ejercen una fuerza simbólica que, sin embargo, puede no ser efectiva o serlo parcialmente, ya que dependen de la percepción de sus destinatarios, de sus experiencias y expectativas, de sus modos de apropiación. Ciertamente es que Marin prestó más atención a aquellas representaciones del poder político que convertían en potencia la violencia, y no a las representaciones que ese mismo poder propuso de los otros sobre quienes esa violencia latente podría ejercerse (y las mujeres son algunos de esos otros). Aun así, sus reflexiones acerca de los mecanismos del poder en los dispositivos de representación habilitan, por ejemplo, una entrada muy productiva al problema de los posicionamientos y distinciones de clase dentro del propio significante “mujeres”. Del mismo modo, sus apuntes acerca de las modalidades en que el sujeto se constituye como efecto de la representación, encontrando autoridad y legitimación en su posicionamiento como mirada, se encuentran con y complementan las aproximaciones de la teoría feminista al problema de la construcción de subjetividades de género a través de la mirada.

Las herramientas teóricas que adopto para enfrentar este problema provienen del trabajo ya mencionado de Teresa de Lauretis, así como del de Griselda Pollock. De Lauretis ha hecho propuesto al género *como* una representación, lo que al tiempo que significa que no es una propiedad natural de los cuerpos, no quiere decir que no tenga implicaciones sociales y

⁷⁴ Louis Marin, “Paolo Uccello au Chiostrò Verde”, *Opacité de la peinture. Essais sur la représentation au Quattrocento*, París, Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales, 2006 [1989], p. 95; *Des pouvoirs de l'image. Gloses*, París, Éditions du Seuil, 1993, p. 14.

⁷⁵ “Poderes y límites de la representación”, *op. cit.*, p. 82.

⁷⁶ Donald McKenzie, *La Bibliographie et la Sociologie des textes*, París, Cercle de la Librairie, 1991, p. 38 y ss.

⁷⁷ “Poderes y límites de la representación”, *op. cit.*, p. 88

subjetivas reales.⁷⁸ Al contrario, para De Lauretis “la representación del género *es* su construcción”:⁷⁹ el género se ve afectado por su representación, que a su vez es afectada por el género. Pero aun más que esta noción en este punto consensuada, lo que me interesa del enfoque de De Lauretis es que insiste en que este proceso de representación y construcción no se realiza solo por fuera de la subjetividad, no es algo externo que nos posiciona dentro de determinadas relaciones de poder, sino que es un proceso afectado asimismo por la autorrepresentación.⁸⁰ Para referirse a este proceso, y tomando como punto de partida las referencias de Michel Foucault a las “tecnologías del sexo” en su *Historia de la sexualidad*, De Lauretis acuñó el concepto de “tecnologías del género”, dentro de las que cuenta todas las prácticas socioculturales, discursos e instituciones con poder para controlar el campo de significación social y producir nuestra comprensión y posicionamiento como mujeres y hombres.

Esta perspectiva se vuelve doblemente atractiva porque ha sido formulada teniendo en mente prácticas culturales —en especial el cine— para las cuales la mirada es un eje central de la producción de sentido, lo que la vuelve más precisa en su pretensión de explicar el modo en que determinados procedimientos técnicos de la imagen (por ejemplo, en el cine narrativo clásico, determinadas técnicas de encuadre, montaje, iluminación y los códigos como el sistema de la mirada) estructuran, a través de la visión, representaciones de género, y el modo como ellas son asimiladas subjetivamente por espectadores a su vez generizados (lo que implica identificaciones masculinas o femeninas variables según el género del espectador). Es esa atención de la obra de De Lauretis a las especificidades técnicas lo que la vuelve metodológicamente útil, ya que muchas de ellas pueden extenderse a las imágenes impresas, como el punto de vista o el lugar desde donde se mira lo representado, el encuadre, la composición, el manejo de luces y sombras, etcétera.

Asimismo, las reflexiones de Griselda Pollock tanto sobre la mirada masculina como constitutiva de las imágenes de mujeres, pero también sobre la potencialidad crítica de la representación *en* la imagen de la mirada femenina son inspiradoras para esta tesis. Resultan además clave sus aproximaciones al problema de la práctica artística de mujeres desde una posición no esencialista pero sí muy atenta a sus condicionamientos históricos, institucionales y subjetivos —tal como estos se constituyen a través de prácticas y espacios de actividad

⁷⁸ Como ha sido apuntado anteriormente, el género es para esta investigación un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias percibidas entre los sexos; una construcción social, histórica y relacional en la que intervienen símbolos y mitos, aspectos normativos, instituciones sociales e identidades subjetivas. Joan W. Scott, “Gender: a useful category of historical analysis”, *op. cit.*

⁷⁹ De Lauretis, “The technology of gender”, *op. cit.*, p. 3.

⁸⁰ Esta idea aparece ya en su obra anterior, *Alicia ya no*, al discutir las teorías que proponen el acto de visión como una actividad significativa que funda al sujeto (lo posiciona) y al mismo tiempo lo vincula a la visión del mundo de su contexto social, volviéndolo un sujeto social. *Alicia ya no. Feminismo, semiótica y cine*, Madrid, Cátedra, 1992 [1984], pp. 108 y ss.

construidos discursivamente como femeninos, y en interacción compleja con factores de clase—. Al igual que una gran parte del pensamiento feminista, la obra de Pollock ha estado reiteradamente preocupada por el lugar estructural de “la mujer” en la cultura. Sin embargo, por su trabajo específico con imágenes sus respuestas a este problema incorporan claves metodológicas que me interesan particularmente, como la atención a las operaciones de distorsión de la figura femenina para conformarla a una serie de parámetros, el poder evocativo de la textura y la materialidad de las imágenes en su administración del placer del espectador, o a la relación entre la cualidad subjetiva de los espacios representados y el espacio social real desde el cual se ha hecho la representación.⁸¹

En términos metodológicos, los trabajos de Pollock nos advierten tanto como otros estudios de historia del arte o dedicados a la imagen como fuente de la historia sobre los peligros de una interpretación acrítica que no contemple la polisemia intrínseca de todo artefacto visual, el papel de las convenciones visuales y su historicidad, la dimensión satírica o simbólica de determinados atributos incorporados a la representación, así como el componente nostálgico, idealizante o crítico⁸² que puede permear las configuraciones visuales y dar por tierra con una ya incierta posibilidad de “leerlas” en su literalidad, pero también de sobreinterpretarlas como alegatos plenamente conscientes en contra o a favor de determinadas ideas. Se trata aquí, entonces, de registrar esas dimensiones atendiendo además a su funcionamiento dentro de una retórica específica que fuerza posiciones de visión y busca persuadir de una verdad pero que se enfrenta, a su vez, al apelar tanto a la razón como a la emoción, con un espectador activo y comprometido de maneras que alteran su encuentro y apropiaciones de la imagen.

No menos importante en términos metodológicos es la consideración de la interacción de las imágenes impresas con los textos, que en gran medida define, podría decirse, la especificidad de este tipo de imágenes.⁸³ Suscribiendo la postura teórica que asume que las representaciones están “saturadas” de palabras⁸⁴ y que es entonces inadecuado hablar de “medios visuales” puros,⁸⁵ pero también a la idea de que imágenes y textos son irreductibles el uno al otro,⁸⁶ esta

⁸¹ Pollock, *Visión y diferencia. Feminismo, feminidad e historias del arte*, op. cit.; también algunas de sus obras posteriores, más influenciadas por la reformulación feminista del psicoanálisis laciano: *Differencing the Canon: Feminist Desire and the Writing of Art's Histories*, Londres, Routledge, 1999; *Encounters in the Virtual Feminist Museum. Time, Space and the Archive*, Londres, Routledge, 2007.

⁸² Véase José Emilio Burucúa y Laura Malosetti Costa, “Una palabra equivale a mil imágenes. Polisemia, grandeza y miserias de las representaciones visuales”, *Concreta*, n° 00, Valencia, otoño de 2012, pp. 6-12; Peter Burke, “Views of society”, *Eyewitnessing. The Uses of Images as Historical Evidence*, op. cit., pp. 103-122.

⁸³ Roger Chartier, “Avant-propos”, en *Les usages de l'imprimé*, op. cit., p. 13; Roland Barthes, “Rhétorique de l'image”, *Communications*, vol. 4, n° 4, París, noviembre de 1964, pp. 40-51.

⁸⁴ Keith Moxey, “Nostalgia de lo real...”, op. cit., p. 50.

⁸⁵ W.J.T. Mitchell ha argumentado convincentemente sobre este punto; sus observaciones al respecto exceden la relación entre textos e imágenes y se extienden al hecho de que los medios considerados visuales ponen en funcionamiento también otros sentidos, e incluso el afecto y la emoción. “There are no visual media”, *Journal of Visual Culture*, vol. 4, n° 2, Londres y Stony Brook, agosto de 2005, pp. 257-266.

tesis procurará encarar analíticamente la interacción entre ellos, desde una consideración de sus relaciones materiales en la página y del modo como conjuntamente crean sentido, hasta el nivel de sus potenciamientos recíprocos en su especificidad: cómo las imágenes sirven a los textos, haciendo de prólogo o contrapunto, y cómo los textos prolongan el efecto de las imágenes.⁸⁷

Del mismo modo, se tendrán en cuenta los factores técnicos que las afectan, partiendo de la idea de que las técnicas de reproducción que las han vuelto visibles no son datos inertes sino que condicionan fuertemente su propia existencia dentro de las publicaciones (su ubicación en relación con los textos, su tamaño, sus cualidades materiales y gráficas) así como sus funciones y la percepción de su autoridad, imponiendo además prácticas específicas al espectador.⁸⁸ De hecho, siguiendo nuevamente las propuestas metodológicas de Roger Chartier y de quienes han trabajado en colaboración con él para definir un horizonte teórico y metodológico para la historia del libro y los objetos impresos, se tratará de analizar de qué manera la confluencia de la materialidad, la técnica, la puesta en página, las variables tipográficas, la interacción de imágenes y textos inscriben ya en las publicaciones determinadas prácticas de apropiación, teniendo en mente, como se ha insistido, que las apropiaciones concretas son irreductibles a esas constricciones.⁸⁹

En tal sentido, esta tesis se concentrará en los modos en que las publicaciones prepararon morfológicamente y discursivamente el terreno de la recepción, cuyos indicios se relevarán adicionalmente a partir de datos de tiradas, cartas de lectores y avisos de suscripción. Asimismo, la constatación de las reiteraciones, continuidades y discontinuidades que las representaciones de mujeres presentaron de una publicación a otra, de un formato a otro, de una materialidad a otra, será tenida en cuenta para dimensionar su grado de pregnancia y eficacia. Es por este motivo que se impone en esta investigación el tratamiento de un corpus amplio que permita ver y hasta cierto punto cuantificar la fuerza de determinados fenómenos

⁸⁶ Louis Marin, “L’être de l’image et son efficace”, *Des pouvoirs de l’image. Gloses, op. cit.*, pp. 9-22. También Burucúa y Malosetti Costa, “Una palabra equivale a mil imágenes...”, *cit.*

⁸⁷ Aunque su interés es la ilustración de libros durante el período romántico, Segolène Le Men ofrece reflexiones valiosas sobre las vías y vetas en que pueden abordarse las ilustraciones en la historia de los impresos, y sobre sus funciones y formas de interacción con los textos. “La question de l’illustration”, en Roger Chartier (dir.), *Histoires de la lecture. Un bilan des recherches*, París, IMEC/Maison des sciences de l’homme, 1995, pp. 229-247. He encontrado consideraciones también útiles sobre las relaciones texto-imagen y cómo actúan ambos en conjunto para posicionar al espectador, gratificarlo, estructurar la lectura y generar “efectos de realidad” en Peter W. Sinnema, *Dynamics of the Pictured Page. Representing the Nation in the Illustrated London News*, Aldershot, Ashgate, 1998.

⁸⁸ Como guía sobre la diversificación de los objetos impresos y la masificación de la reproducción de imágenes en el siglo XIX, en sus aspectos técnicos y algunos de sus alcances sociales, consideraré el trabajo de Michel Melot, “Le texte et l’image”, en Roger Chartier y Henri-Jean Martin (dir.), *Histoire de l’édition française*, tomo 3, *Le temps des éditeurs*, París, Fayard/Promodis, 1990. Sobre las técnicas de reproducción de imágenes seguiré entre otros a Michael Twyman, *The British Library Guide to Printing. History and Techniques*, Toronto, University of Toronto Press, 1999. La mencionada tesis doctoral de Sandra Szir, que ha trabajado sobre estos problemas en *Caras y Caretas*, es también una orientación importante en términos metodológicos.

⁸⁹ Michel de Certeau, “Leer: una cacería furtiva”, *La invención de lo cotidiano*, tomo 1, *Artes de hacer*, México D.F., Universidad Iberoamericana, 2000 [1990], pp. 177-189.

que atañen a las representaciones de mujeres en la prensa.⁹⁰ De acuerdo con esta intención, las publicaciones seleccionadas cubren un espectro amplio en términos de frecuencia, precio de venta, temáticas, características materiales (papel, formato, número de ilustraciones, tecnologías de impresión y reproducción de imágenes, encuadernación, cantidad de páginas) y, en la medida en que es posible inferirlos a partir de la integración de estos datos, en términos de público. Para representar adecuadamente la diversidad de publicaciones disponibles en las décadas consideradas, además de publicaciones ineludibles como *Caras y Caretas*, *El Hogar* o *PBT* se han seleccionado revistas de interés general, alta frecuencia y bajo precio como *Páginas de Columba*, *Iris* o *La Vida Moderna*; revistas de menor frecuencia, más costosas y de circulación más selectiva, como *Myriam*, *Mundial* o *Athéna*; revistas femeninas lujosas, como *Vogue*, y más baratas, como *El Suplemento*, así como términos medios entre ellas como *La Mujer y la Casa* y *Femenil*; publicaciones feministas como *Unión y Labor* y *Nuestra Causa*; publicaciones gremiales o adheridas a corrientes políticas como *El Obrero Gráfico*, *Nueva Era* y *La Protesta*; revistas de temáticas específicas como *Sport Ilustrado*, *Augusta* (de arte) o *Nativa* (de temática campera); publicaciones estudiantiles como *Athinae* y *El Plata*; revistas de colectividades, como *Idea Latina*, o vinculadas a formaciones intelectuales, como *Los Pensadores*; revistas institucionales como *La Semana Médica*, *La Ilustración Histórica* y *El Riel Porteño*.

Dentro de esta diversidad, estas revistas tienen en común el hecho de que son publicaciones ilustradas con una periodicidad semanal, quincenal, mensual o anual. La proporción de material gráfico en relación con los textos desde luego fluctúa, y en consecuencia varía también la utilización que he hecho de cada una de ellas en los capítulos. Indudablemente algunas revistas contienen una riqueza gráfica mayor que vuelve su reiteración ineludible, mientras que otras permiten ejemplificar apenas algunos argumentos aislados, pero salvo algunas escasas excepciones que he decidido incluir porque a nivel temático y discursivo proporcionan un contrapunto interesante a otras revistas, todas comprenden al menos una ilustración por número, y en la mayor parte de los casos son publicaciones íntegramente ilustradas. En algunos casos he apuntalado los argumentos a través de la presentación de series de representaciones reiteradas por distintas publicaciones, y en otros casos he analizado representaciones puntuales que avalan determinados argumentos, tratando siempre de consignar en las notas al pie otros casos similares. En este punto no he seguido siempre el mismo método de análisis sino que he enfatizado los aspectos que resultaban relevantes para el

⁹⁰ Tal como señalaran Catalina Wainerman y Marysa Navarro en su estudio sobre las ideas acerca del trabajo femenino, Roland Barthes sugirió la utilidad de un corpus amplio para llegar a saturar las semejanzas y diferencias de tratamiento del problema investigado dentro del material escogido como territorio de la pesquisa. Aunque esta tesis no se propone estrictamente una indagación semiológica, es una recomendación metodológica que considero pertinente. En “Éléments de sémiologie”, *Communications*, vol. 4, n° 4, París, noviembre de 1964, pp. 132-134.

razonamiento en curso, con el objetivo de hacer también la lectura más fluida y no saturar la argumentación de detalles técnicos y comparativos no siempre iluminadores.

Por otro lado, como el volumen de materia prima vuelve inviable la administración de colecciones completas, el criterio que he seguido en el relevamiento ha sido el siguiente: en el caso de las publicaciones que aparecieron a lo largo de todo el período considerado, he procurado obtener una muestra amplia, con especial énfasis hacia el comienzo, mediados y final de cada década (los años 1910, 1915-1916, 1920-1922, 1926 y 1929-1930 son los más saturados); de las publicaciones inauguradas antes de 1910 pero vigentes en esa fecha, he procurado consultar los números dedicados a los festejos del Centenario y luego el criterio anteriormente mencionado; de las publicaciones fundadas después de 1910 he intentado relevar el primer año o el primer semestre (según la periodicidad y extensión) y luego el criterio anterior.⁹¹ Existen, por otra parte, unas pocas publicaciones que se encuentran apenas unos años por fuera de los límites temporales planteados, que he decidido incluir en el corpus para contar con términos de comparación y contraste. En el caso de los diarios, he optado por no considerarlos parte del núcleo del corpus ya que su periodicidad y formato condiciona en alguna medida diferentemente su circulación y recepción, aunque sí los tendré en cuenta, en algunos casos, como fuentes generales del período.

Esta estrategia de diversificación y amplitud del material de trabajo busca sortear las identificaciones automáticas entre los contenidos de las distintas publicaciones y distintos segmentos de público definidos según criterios socioeconómicos estables o según adscripciones políticas. Desde este punto de vista, aunque se contemplarán distinciones entre perfiles de lectores y se analizarán materialidades, precios y modos de circulación como indicadores de esos perfiles, se considerará que la mayoría de las publicaciones con las que se trabajará habitaron y alimentaron el horizonte de una cultura de masas que se definía también a través de la circulación de los mismos objetos entre distintos públicos, lo que hace difícil trazar una línea del todo estable entre lectores populares y lectores de altos ingresos. Por el contrario, la movilidad de las representaciones de mujeres en uno y otro sentido sostiene parte de los supuestos de esta tesis, lo mismo que la noción de que las publicaciones periódicas son creaciones colectivas en las que intervienen múltiples voluntades y que no pueden, salvo algunos casos muy particulares, ser consideradas expresiones orgánicas de una clase social en su conjunto.⁹² Tales son, en conclusión, las herramientas teóricas y metodológicas que esta tesis pondrá en juego a lo largo de su desarrollo.

⁹¹ En general las colecciones de estas revistas en los repositorios públicos y privados se encuentran incompletas, lo que ha dificultado en algunos casos seguir estos criterios generales.

⁹² Para complejizar las identificaciones automáticas entre clase social y calidad de la producción y el consumo cultural se recurrirá a Raymond Williams, principalmente a *Culture and Society. 1780-1950*, Nueva York, Anchor Books, 1960 [1958]; *The Long Revolution*, Londres, Pelican, 1965 [1961]; *Marxismo y literatura*,

Organización de la tesis

El período abarcado por esta investigación tiene su punto de partida en 1910, año en que los festejos del Centenario de la Revolución de Mayo impusieron la reconsideración del pasado, presente y futuro de la nación argentina. Las mujeres no quedaron por fuera de este momento de balance, que favoreció la reflexión acerca de sus intervenciones en la historia nacional, de sus roles en el presente y de sus responsabilidades hacia el futuro, una operación que dejó huellas en los múltiples discursos elaborados en torno de los festejos, encarnados en álbumes, notas de prensa y proyectos editoriales (entre otros soportes) que por sus intenciones panorámicas proporcionan una entrada valiosa al problema de las representaciones de mujeres en la historia argentina.

También en 1910, en el marco de los festejos, dos asociaciones de mujeres relativamente contrapuestas en el plano político celebraron sus congresos femeninos, el Congreso Patriótico de Señoras de la América del Sud, y el Congreso Femenino Internacional de la República Argentina. Los trabajos presentados en ambos encuentros, y sus ecos en las publicaciones periódicas, ofrecen un contrapunto necesario a los discursos oficiales, aunque también comparten con ellos un territorio discursivo común que da la medida del estado de la “cuestión femenina” a fines de la primera década del siglo XX. La confluencia de estos acontecimientos explica la elección de este momento como comienzo del recorrido de la tesis.

Por otro lado, además de ofrecer un punto de partida muy rico en términos discursivos, la década de 1910 fue testigo de un crecimiento sustancial en la prensa periódica y de una estabilización técnica que permitió, luego de los importantes cambios que habían tenido lugar en el cambio de siglo, incorporar imágenes en los impresos en forma relativamente barata y eficiente. Aunque los primeros semanarios ilustrados que copiaron la exitosa fórmula de *Caras y Caretas*, como *PBT* y *El Hogar*, aparecieron a mediados de esa primera década, en torno del Centenario el número de títulos se incrementó y esta tendencia continuó en alza por lo menos hasta fines de los años veinte. El panorama periodístico existente se renovó y enriqueció hacia 1915 con la fundación de publicaciones costosas como *Plus Ultra* y *Myriam*, y luego de nuevo hacia 1922, con la aparición de las primeras revistas femeninas (*Para Ti*, *La Mujer y la Casa*, la edición nacional de *Vogue*) así como de una serie de publicaciones de vanguardia (*Martín Fierro*, *Los Pensadores*) en las que intervinieron tanto artistas como escritores y agitadores culturales de diverso tipo. Hacia fines de la década del veinte, tal como se ha mencionado arriba, algunas de esas revistas cerraron sus redacciones, y con el cambio de década aparecieron otras nuevas, que

Barcelona, Península, 2000 [1977]. También son útiles algunas de las precisiones de Patricia Anderson, *The Printed Image and the Transformation of Popular Culture*, Oxford, Clarendon Press, 1991.

transformaron el perfil de la oferta de material impreso tal como esta se había constituido entre 1910 y 1920. En la década de 1930, una coyuntura política marcada por el autoritarismo y la incidencia de una mayor censura sobre algunos sectores del campo gráfico, así como la expansión de nuevas formas de entretenimiento (como el cine sonoro) y la transformación, con ellas, de las pautas de consumo cultural, modificaron hasta cierto punto el sistema de la prensa, lo que habilita la clausura de esta investigación en ese momento de cambio y balance.

La intención de esta tesis no es, sin embargo, ofrecer un panorama cronológico que explique paso a paso las transformaciones que entre 1910 y 1930 experimentaron en la prensa las representaciones acerca de las mujeres en relación con diferentes problemáticas como el trabajo, la política, la moral, la belleza o la moda. Por el contrario, en vez de abordar la evolución de temas puntuales, se privilegiará un tipo de enfoque transversal que vincule entre sí esas diferentes problemáticas. La tesis se estructurará entonces en cuatro capítulos articulados a partir de cuatro representaciones primarias que organizan la percepción y la experiencia social: naturaleza, cultura, tiempo y espacio. Insisto en que considero estos ejes como representaciones (y no categorías objetivas) de límites difusos, que aunque pueden ser desarmadas críticamente, resultan operativas porque señalan el posicionamiento en una determinada zona de ideas de los discursos con los que se trabajará. En efecto, estas representaciones atraviesan en distintas direcciones los temas comúnmente identificados como núcleos problemáticos de la existencia femenina del período, como el trabajo, la apariencia, las nuevas prácticas de consumo o el lugar de las mujeres en el proyecto nacional. En vez de tratar cada tema separadamente, propongo subsumirlos en esas cuatro dimensiones mayores para abordarlos desde distintos ángulos y en forma relacional.

En primer lugar, la representación de una “naturaleza femenina” comprende las discusiones en torno del cuerpo, el sexo, la belleza, la salud y la enfermedad, así como las operaciones de “naturalización” de prácticas vinculadas con la apariencia y su articulación con inscripciones de clase y raza. Por ello, en la primera parte del capítulo 1 se discute el concepto de naturaleza aplicado al cuerpo femenino y se señalan sus implicancias tanto físicas como culturales. Luego se desglosan, atendiendo a sus modificaciones a lo largo del tiempo que justamente señalan el carácter convencional de esas definiciones, las características representadas en la prensa como naturales del cuerpo femenino, tanto en lo relativo a sus partes como en relación con sus gestos, poses y movimientos. Se examinan las modificaciones en la silueta valorada como femenina, la consolidación de la blancura y de los rasgos caucásicos como significantes de feminidad, la importancia creciente de las ideas de gracia y elegancia en paralelo a la diversificación de las prácticas femeninas que introducían nuevos usos del cuerpo y de la vestimenta.

La segunda sección del primer capítulo se ocupa de los dispositivos de regulación del cuerpo y de las prácticas vinculadas con la apariencia corporal que se ofrecieron en la prensa y que contribuyeron a reforzar las características previamente identificadas como naturales del cuerpo femenino. La cosmética, las intervenciones realizadas con diferentes artefactos y procedimientos, y la práctica de deportes y rutinas corporales, se analizan como discursos que las presentaron como técnicas “naturales” de conservación de la belleza femenina. Los límites impuestos a estas prácticas de embellecimiento por la mirada médica y moral son el tema de la tercera sección, que pone en serie aquellas prácticas con los tópicos acerca de la frivolidad de la naturaleza femenina y su tendencia al exceso, la debilidad o la melancolía, nociones que aparecieron también ligadas, en ocasiones, a otros mandatos como el de la maternidad, que en esos años estaba siendo redefinida como destino “natural” de las mujeres.

La cuarta y última sección del capítulo 1 se focaliza, por el contrario, en aquellas prácticas que la prensa representó como desnaturalizantes: la adopción de una apariencia masculinizada, de la melena, de actitudes en el espacio público que contrariaban las nociones de pudor y decoro hasta entonces asociadas a la “naturaleza” femenina, como beber, fumar y trabajar. Se analiza la ambivalencia de imágenes y textos a la hora de representar a las mujeres trabajadoras, la insistencia en el carácter desnaturalizante, en términos físicos, del trabajo femenino, así como la aparición de nociones novedosas, sobre todo en las imágenes, respecto de la relación entre feminidad y trabajo. Por último, se examina cómo se vinculó la idea de desnaturalización a la representación de mujeres feministas, y en qué sentido contribuyó esa asociación a minar los alcances del movimiento.

La dimensión cultural, tema del capítulo 2, permea los discursos que cruzan la identidad nacional con las representaciones de mujeres y se esfuerzan por definir un tipo femenino autóctono en el que intervienen matices espirituales, étnicos y de clase, así como prácticas tradicionales y modernas. Este capítulo se organiza, por ello, en torno de las definiciones de un tipo femenino nacional, “la mujer argentina”, que propusieron diversas representaciones de mujeres en las páginas de las revistas ilustradas. Se analiza en primer lugar cómo se asociaron a ese tipo las ideas de civismo, moralidad, altruismo y alcurnia, en especial a través de la recuperación de figuras como las patricias argentinas y su vinculación a las señoritas de la alta burguesía del período que estudiamos, pero también cómo a esas ideas se sumaron otras, como la de frivolidad, a la hora de caracterizar a las mujeres argentinas. La segunda sección del capítulo se detiene en los retratos fotográficos de debutantes de la alta burguesía que aparecieron reproducidos en muy diferentes publicaciones a lo largo de todo el período que estudiamos. Se analizan los discursos que en ocasiones acompañaron esos retratos, así como los elementos que caracterizaron su notable uniformidad estilística, para determinar qué definiciones se propusieron, a través de ellos, de esa noción de “mujer argentina”. Se señala además el

componente disciplinante del uso de referencias tomadas de la tradición clásica —asociadas a la virtud y al decoro—, la función de los retoques y la utilización propagandística de estas imágenes como demostraciones no solo de la belleza de “la mujer argentina” sino también de su poder civilizatorio y de sus cualidades morales. La tercera sección del capítulo se desprende de la segunda en cuanto recupera las características omitidas en la representación de “la mujer argentina” propuesta por los retratos fotográficos de estudio al focalizarse en las referencias a las tradiciones oriental, afroamericana e indígena en las representaciones de mujeres argentinas. Se examina aquí el modo en que fueron representadas las mujeres afroamericanas, las chinas, las indias y la función que cumplieron las referencias orientalizantes —expresadas tanto en la moda orientalista de numerosas fotografías, ilustraciones y publicidades protagonizadas por mujeres como en las referencias al legado español andaluz que aparecieron en las representaciones de bailaoras y gitanas— en la modulación de aquel concepto de “mujer argentina”. Por último, el capítulo se cierra con un análisis del modo en que emergieron las selecciones y omisiones desarrolladas antes en la representación alegórica de la República Argentina tal como apareció en diversas portadas, ilustraciones, fotografías de proyectos escultóricos y publicidades de muy distintas revistas.

En tercer lugar, la dimensión temporal permite encarar el problema del lugar de las mujeres en el proceso de modernización, estudiar cómo se utilizó la figura femenina para potenciar el carácter moderno del discurso gráfico, entender por qué se posicionó a las mujeres al mismo tiempo como reservas de tradición y como núcleos de modernidad y disrupción, y examinar cómo los matices temporales de las representaciones contribuyeron a cimentar la diferencia entre hombres y mujeres, y entre distintas mujeres. El capítulo 3, por estos motivos, examina la relación entre prensa ilustrada y representaciones de mujeres desde dos ángulos distintos. En la primera parte del capítulo se analiza de qué modo la prensa utilizó las representaciones de mujeres para proponerse a sí misma como un discurso alineado con lo nuevo, una noción de carácter temporal que, al revelarse como un valor, también contribuía a definir el lugar del pasado y de la tradición en la convulsionada cultura argentina del período. Se observa en qué sentido el estilo, la técnica, la materialidad, la puesta en página y el contenido discursivo de muy diversas representaciones de mujeres contribuyeron a que la prensa apareciera como un discurso moderno e, inversamente, de qué modo la prensa facilitó que la espectacularización del signo “mujer” en sus páginas modulara la definición de feminidad operativa en el período de interés para esta tesis, una definición que valorizaba algunas prácticas modernas y legitimaba otras tradicionales, aunque proponía a todas como atravesadas por lo visual y lo espectacular.

La segunda parte del capítulo está dedicada al modo en que la prensa, en cuanto agente de la modernización, contribuyó a configurar una nueva comprensión del tiempo “de los

hombres” como diferente del tiempo “de las mujeres”. Se examina el modo como se representó el uso del tiempo por hombres y por mujeres y entre mujeres de distinta procedencia étnica, geográfica, generacional y de clase; las distintas cualidades que se asociaron al tiempo masculino (productivo) y femenino (ligado a los ciclos vitales); los límites temporales que se plantearon tácitamente al concepto de feminidad; el modo en que esos límites temporales contribuyeron a suscribir mandatos tradicionales como la maternidad y el cuidado de la casa y, al mismo tiempo, entraron en conflicto con la noción de trabajo femenino. Se analiza asimismo qué usos del tiempo fueron representados como legítimos por las mujeres del nuevo siglo, cómo se consolidó la idea de que el ocio y el consumo eran una ocupación central de las mujeres y cómo se vinculó esa consolidación a la expansión de la prensa y al creciente mercado de bienes de consumo con que la prensa estaba, por su lado, consustanciada. Por último, se reflexiona a propósito de las visiones del futuro que se propusieron a las mujeres en las revistas ilustradas, cómo se entendió el concepto de emancipación de la mujer en distintos discursos periodísticos, qué instrumentos se presentaron como idóneos para lograr esa emancipación y cómo las revistas comerciales se apropiaron de esa retórica emancipatoria para incentivar el consumo y para renegociar mandatos tradicionales.

Finalmente, la dimensión espacial es la que atañe al problema del lugar de las mujeres entre el espacio público y privado, a la legitimación o deslegitimación de sus actividades de acuerdo a su lugar de desarrollo, en relación también con la pertenencia de clase y las identificaciones étnicas, y por otro lado habilita la reflexión sobre el lugar de las mujeres en el espacio gráfico y pictórico. En concordancia, el capítulo 4 se estructura a partir de distintas concepciones del espacio: el espacio social, el espacio físico, el espacio visual, gráfico y pictórico, y el espacio mental. La primera sección, dedicada al espacio social, reconstruye el proceso de definición, en las secciones femeninas de distintas revistas, de un “mundo” de las mujeres diferente del mundo de los hombres. Se analizan las progresivas restricciones de ese espacio social femenino y su limitación a una serie de intereses y cualidades vinculadas a la “naturaleza femenina”, así como la relación de esas restricciones discursivas con la ampliación contemporánea de las actividades de las mujeres. En la segunda sección, dedicada al espacio físico, se examina cómo fue representada la circulación de mujeres en los espacios públicos y privados, cómo las diferencias entre las mujeres se expresaron también en las formas en que se representaron sus distintas ocupaciones del espacio, los grados de legitimidad con los que se presentaron esas diversas circulaciones así como las actividades asociadas a esas circulaciones, y las transformaciones visibles de esos patrones de circulación. La tercera sección se consagra a las superficies sobre las que se extendieron las representaciones de mujeres: el espacio visual de la ciudad, el espacio gráfico de las revistas y el espacio pictórico de las imágenes. Se examina, por un lado, qué significó realmente la “conquista” femenina del espacio

visual a través de imágenes impresas, y por el otro se avanza una serie de hipótesis sobre el efecto de sentido que tuvo la reiterada representación de figuras femeninas fragmentadas en imágenes bidimensionales, el efecto acumulativo de determinadas formas de representación de las mujeres en el espacio gráfico y las consecuencias semánticas que tuvo la utilización de recursos de construcción del espacio, como la compresión y la eliminación de indicadores espaciales, sobre los significados asociados al signo “mujer”. La última sección, finalmente, se propone observar las tensiones visibles entre las identidades femeninas que proponían distintas representaciones y las “realidades” —tal como aparecen proyectadas en los discursos puestos en circulación por las revistas ilustradas— de las mujeres que se enfrentaban a esas representaciones. El objetivo es atisbar, a través de esas tensiones, las cualidades del espacio mental compartido por distintas mujeres argentinas del período, es decir el margen dentro del cual fue posible actuar e imaginar la feminidad, y destacar el modo en que la lectura apareció representada en la prensa como una forma de ampliar ese espacio mental.

La investigación se cierra luego de este capítulo con un apartado de conclusiones donde se resumen e integran los principales argumentos y hallazgos presentados a lo largo de los capítulos. Se vuelve a enfatizar la trascendencia del régimen de visibilidad de las revistas ilustradas para poner en circulación representaciones diversas y en ocasiones en conflicto acerca de las mujeres y de lo femenino, y para, al mismo tiempo, normalizar nociones sobre las diferencias entre los sexos y sobre las diferencias de las mujeres entre sí. Se insiste sobre la movilidad de esas representaciones, en oposición a su fijación en una serie definida de estereotipos, y sobre su articulación compleja con las ideologías de género, clase y raza vigentes en el período. Se subraya que las revistas utilizaron distintas estrategias visuales para generar identificaciones y distanciamientos de los espectadores en relación con esas posiciones de género, clase y raza, por un lado, y por otro lado para asignar distintos grados de valor a diversas prácticas femeninas, y se señalan una vez más los vínculos estrechos de las revistas ilustradas del período con las necesidades del capitalismo en desenvolvimiento en la Argentina del período. Finalmente, se dejan planteadas algunas posibles líneas de investigación futura.

A modo de cierre de esta introducción quisiera plantear una advertencia concerniente a la extensión de los capítulos de esta tesis y a la política que ha orientado la selección de las imágenes y textos que son la base de mis argumentaciones. Como he expresado más arriba, la decisión de organizar los temas muy diversos que recorren este trabajo bajo cuatro ejes conceptuales que son deliberadamente amplios —las dimensiones “naturaleza”, “cultura”, “tiempo” y “espacio”—, en vez de hacerlo por tema (un abordaje más convencional), me ha llevado a incorporar apartados sucesivos que organizan distintas zonas temáticas dentro de un mismo capítulo extenso. Confío en que la riqueza de las relaciones que pueden establecerse entre los materiales organizados de este modo compensará la tarea de seguir el hilo a lo largo

de las páginas de cada capítulo, e invito a consultar el índice de contenidos a modo de hoja de ruta. Por otra parte, en lo relativo a la cantidad de ejemplos citados, que considero constituyen uno de los aportes fundamentales de esta tesis a la historia de las publicaciones y las imágenes impresas que circularon en la Argentina del período, he privilegiado la saturación antes que el ejemplo aislado. Estoy convencida de que una argumentación como la que propongo aquí, que insiste sobre la efectividad de las imágenes impresas en virtud de su acumulación, yuxtaposición y reiteración, requiere la presentación de numerosos ejemplos que avalen las hipótesis planteadas y demuestren que configuraciones muy similares circulaban entre publicaciones muy distintas. Por este motivo, los capítulos abundan en referencias a textos e imágenes provenientes de distintas publicaciones. Para no quebrar el hilo conductor del texto he preferido reunir esas imágenes en un apéndice que sugiero consultar a la par del avance en la lectura. Por razones de extensión, y también de argumentación, no me he detenido a consignar en detalle las características técnicas de cada una de las publicaciones mencionadas dentro de los capítulos, aunque sí he hecho referencia a sus materiales, frecuencia, público destinatario, precio y algunos otros datos disponibles siempre que esos datos resultaran de interés y pertinencia para la argumentación en curso. Un segundo apéndice algo más detallado reúne esos datos de manera más sistemática al final del trabajo, aunque de ningún modo se propone reemplazar las bibliografías de referencia sobre publicaciones periódicas del período, sino que en todo caso las complementa. El índice de ilustraciones y el índice de publicaciones apuntan a facilitar la consulta de estos dos apéndices, que espero enriquezcan la comprensión general de las ideas vertidas en esta tesis.

Capítulo 1

La dimensión natural

En su definición del concepto de “naturaleza”, Raymond Williams señala como primer uso del término el de “carácter y cualidades esenciales de algo”.¹ Aunque el concepto es desde luego más complejo y comporta una evolución histórica precisa, partiré de esta definición para dar comienzo a este capítulo dedicado a la relación entre mujeres y naturaleza: reteniendo la noción de que el sintagma “naturaleza femenina” fue y continúa siendo utilizado para referir al carácter y cualidades *esenciales* de las mujeres, o en otras palabras, a algo propio y común a todos los seres humanos de sexo femenino que ya está allí desde su concepción y su inscripción, en el momento de su nacimiento, como “mujeres” dentro del sistema binario de clasificación de los sexos.

Aun cuando, tal como señala Williams, el término “naturaleza” remite asimismo a una fuerza creadora y a un mundo material aún no modificado e incluso opuesto a la cultura, la primera acepción retiene cierta ambigüedad en lo relativo a esa oposición y hace lugar al uso del término para referir a un núcleo inmutable a un solo tiempo físico y espiritual. Desde ya, al consagrar este capítulo a la “dimensión natural” de las representaciones de mujeres en la prensa, mi intención no es afirmar la existencia de una “naturaleza femenina” determinada por la biología o postular la posibilidad de distinguir una serie de elementos corporales, físicos o naturales, y otra serie de elementos mentales, espirituales o culturales, como esenciales y comunes a todas las mujeres.² Antes bien, me interesa detenerme en ese sintagma tan presente en las primeras décadas del siglo XX y posicionar el análisis en ese punto en que un espectro de determinaciones sociales y culturales se instituyen como naturales y esenciales de las mujeres precisamente porque se inscriben sobre el cuerpo femenino, es decir, sobre aquello que constituiría en apariencia la prueba biológica indiscutible de la existencia de un sexo femenino diferente de un sexo masculino. Pero importante sería tener en mente, con todo, que la naturaleza de las mujeres tal como se entendió en los discursos que analizaremos, aun anclada en el cuerpo, su punto de partida y presuntamente su forma de manifestación más acabada, como concepto trascendió esa frontera física y convocó toda otra constelación de sentidos que

¹ Raymond Williams, “Naturaleza”, *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2003, pp. 233-238.

² Las teorías de género han señalado suficientemente la necesaria distinción, así como la conexión compleja, histórica y social, entre el sexo y el género, desmontando la idea de que las diferencias sexuales implican universalmente determinadas identidades de género, entendiendo por estas un conjunto complejo de gustos, capacidades físicas y mentales o predisposiciones emocionales. Véanse entre otros, Joan Kelly, “La relación social entre los sexos: implicaciones metodológicas de la historia de las mujeres” [1983], en Marysa Navarro y Catharine R. Stimpson (comp.), *Sexualidad, género y roles sexuales*, Buenos Aires, FCE, 1999, especialmente pp. 20-27; Joan W. Scott, “Gender: a useful category of historical analysis” [1986], *Gender and the Politics of History*, Nueva York, Columbia University Press, 1999, pp. 28-50.

son en primera y última instancia sociales y culturales, sin que sea analíticamente posible distinguir dónde empieza una y terminan los otros.³

Este deslizamiento, que ha sido bien señalado y ha puesto en evidencia la inoperatividad de la oposición arcaica entre naturaleza-cultura así como la complejidad del debate “nature vs. nurture”,⁴ cristalizó de modos característicos en las representaciones visuales de mujeres que aparecieron en la prensa ilustrada. Si el cuerpo femenino fue el sitio privilegiado de condensación de esa constelación de nociones acerca de la “naturaleza” de las mujeres, justamente porque podía ser tomado como prueba indiscutible de la diferencia entre los sexos, la representación visual del cuerpo femenino, en la emergente cultura visual del cambio de siglo, sirvió a los fines de certificar esa prueba en forma definitiva, porque la volvía públicamente visible. Pero aquello que las representaciones del cuerpo femenino volvieron visible, aquello que sirvió como prueba de esa diferencia natural, pocas veces podía reivindicarse como verdadera manifestación de la tercera acepción otorgada por Williams al término “naturaleza”, o sea como materialidad aún no modificada por la cultura. Ya que aun cuando la identificación entre mujeres y naturaleza es casi una constante antropológica,⁵ si hay algo evidente e indiscutible en las representaciones visuales de mujeres en la prensa es que la representación del cuerpo femenino está sujeta a operaciones de estilización convencionales que aunque se designan como naturales cumplen la función de enfatizar y reproducir nociones culturales sobre lo femenino, y en especial sobre la belleza femenina. En este sentido, la belleza natural del cuerpo femenino es una de las fabricaciones culturales más poderosas de los últimos siglos. Más aún, los discursos visuales protagonizados por cuerpos femeninos en las revistas ilustradas no fueron considerados simples corolarios de los discursos sociales que sostenían la existencia de diferencias inalienables entre los sexos sino presuntos documentos de esa existencia, en un círculo vicioso dentro del

³ Tomo, entre otras, la advertencia de Gisela Bock: “La frecuente reducción (...) del cuerpo de la mujer y todo lo relacionado con él (...) a la ‘biología’ o al ‘sexo biológico’ es engañosa porque obscurece (...) las formas concretas, múltiples y variables de la experiencia, la actividad y la representación corporales de los hombres y las mujeres, que no son fáciles de separar de otro tipo de experiencias, actividad y representación”, en “La historia de las mujeres y la historia del género. Aspectos de un debate internacional” [1989], *Historia Social*, n° 9, Valencia, 1991, pp. 66.

⁴ La complejidad de este debate, que se remonta a la filosofía clásica, excede el interés inmediato de este capítulo. Basta apuntar aquí que, más recientemente, la tendencia primaria de la antropología y la sociología a señalar la centralidad de la cultura en la constitución de lo humano, y la tensión que ello implica con la naturaleza, coexistió con otras posturas que buscaron explicar las estructuras sociales a través de modelos biológicos, legitimando así todo tipo de desigualdades. Desde los años setenta, la sociología del cuerpo obligó a repensar las relaciones entre naturaleza y crianza, cuerpo y política, un tema que se ha visto nuevamente agitado por los avances en la genética. Una presentación de la postura de diferentes disciplinas sobre esta tensión en Bryan S. Turner, “Introduction to the third edition. Virtue and the body: the debate over nature and nurture”, *The Body and Society. Explorations in Social Theory*, Londres, Sage, 2008 [1984], pp. 1-16.

⁵ Sherry Ortner sostuvo en los años setenta que la vinculación mujeres-naturaleza está virtualmente presente en todas las culturas. Véase “Is female to male as nature is to culture?”, en M. Z. Rosaldo y L. Lamphere (ed.), *Woman, Culture, and Society*, Stanford, Stanford University Press, 1974, pp. 68-87. Aunque la universalidad de esta afirmación haya sido posteriormente matizada, es indudable que al menos en el Occidente moderno la asociación ha permeado las representaciones visuales de mujeres así como los discursos críticos acerca de ellas. Véase a modo de ejemplo, para el caso argentino, Adriana Armando, *La naturaleza de las mujeres. Artistas rosarinas entre 1910 y 2010*, Rosario, Fundación Osde, 2010.

cual se promovió como una manifestación de la naturaleza femenina aquello previamente circunscrito, estilizado y conformado a convenciones visuales para acomodarlo a los fines de la representación de ideas preexistentes sobre esa naturaleza.

Con el objetivo de poner en evidencia esta operación, en las páginas que siguen mi intención es identificar algunos de los discursos visuales y textuales que aparecieron en la prensa periódica ilustrada argentina de las primeras décadas del siglo y configuraron la noción de una “naturaleza femenina” inmutable, universal y anclada en el cuerpo de todas las mujeres, pero profundamente informada y modificada a lo largo del tiempo por matices étnicos, de raza y de clase, así como dependiente de iconografías artísticas y de un sistema globalizado de imágenes impresas. En primer lugar, analizaré las características más comúnmente enfatizadas como naturales del cuerpo femenino, tanto en lo relativo a sus partes como en relación con sus gestos, poses y movimientos, y me detendré en la modificación de estas definiciones en el período de interés para esta tesis. En segundo lugar, examinaré una serie de dispositivos de regulación del cuerpo y un conjunto de prácticas vinculadas con la apariencia corporal que contribuyeron a reforzar las características previamente identificadas como naturales del cuerpo femenino, entre ellas la vestimenta, la modificación de la silueta o de partes del cuerpo mediante diferentes artefactos y procedimientos, y la práctica de deportes y rutinas corporales. Vincularé en tercer lugar esas prácticas y las características corporales asociadas a ellas a las nociones sobre el cuerpo bello, el cuerpo sano y el cuerpo enfermo puestas en escena por distintas representaciones visuales de cuerpos de mujeres. Por último, invertiré la perspectiva y me concentraré en la representación de prácticas señaladas, aunque solo en ocasiones, como “desnaturalizantes”, entre ellas la adopción de nuevas costumbres en conflicto con la noción de feminidad, el ingreso femenino al mundo del trabajo y la manifestación de ideas políticas. En todos los casos, mi objetivo de fondo será poner en evidencia tanto los múltiples y cambiantes supuestos que sostuvieron la noción de una “naturaleza femenina” en la Argentina de las primeras décadas del siglo XX como los recursos visuales utilizados en la representación del cuerpo femenino con el objetivo de volver esa naturaleza visible, así como sus implicaciones sociales en un contexto profundamente transformado por la inmigración masiva, la modernización y la emergencia de una cultura del consumo.

1. La naturaleza de la “naturaleza femenina”

1.1 Prensa ilustrada y definición de la feminidad

¿Dónde empieza la naturaleza femenina? ¿Es posible encontrarle un principio? Si la feminidad es natural, ¿puede prescribirse? ¿Desagregarse en partes? ¿Puede incluso desintegrarse, invertirse, deformarse? En la tercera y segunda década del siglo XX, las revistas ilustradas que

circularon en Argentina mostraron un interés permanente por las respuestas a estas preguntas, y aunque por regla general se apresuraron a afirmar que la naturaleza femenina existía de por sí, la insistencia con que dispusieron pruebas a favor de ese argumento, y los innumerables discursos que hicieron circular sobre las formas de conservar esa naturaleza, son un indicio sugestivo de su carácter problemático y cambiante a los ojos de la sociedad del período.

Solapándose en ocasiones con conceptos tales como el de gracia femenina y eterno femenino, y hasta confundiéndose por momentos con la noción misma de belleza femenina, cuando no directamente con el sexo femenino,⁶ la “naturaleza” de las mujeres se localizó tanto en el cuerpo femenino como fuera de él. Utilizada para referirse a una psicología derivada del cuerpo y al mismo tiempo a un cuerpo perfeccionado por técnicas desarrolladas en última instancia para responder a necesidades presentadas como psicológicas y “propias del sexo”, fue una noción circular y tautológica, inespecífica en lo fundamental y aun así argumento suficiente en sí mismo para delimitar la diferencia entre hombres y mujeres.

En junio de 1910, por ejemplo, el autor de la sección “A la hora del té” publicada por la revista ilustrada *El Hogar*, una de las publicaciones más tempranas y exitosas de la editorial Haynes, ponía en duda la conveniencia y la utilidad del voto femenino preguntándose, a la luz de algunos triunfos del feminismo en distintos países: “¿Pero cuáles de estas mujeres de ahora: rusas, parisienses, inglesas, yanquis; ya maten, ya curen, ya aboguen, ya discurren, ya elijan, pueden comparar su influencia política con la de una Montespan o de una Maintenon?”. El autor continuaba: “Y las armas de estas mujeres poderosas no fueron sino el talento, la gracia y la hermosura, armas, como se ve, muy femeninas. Sus oficios, agasajar, enredar, chismear, encantar, acariciar, oficios, como se ve, muy ‘propios de su sexo’”.⁷ Si el lector o, dado que se trataba de una sección femenina, la más probable lectora llegaba a preguntarse dónde “se veía” con el mismo grado de evidencia que para el autor la naturaleza propiamente femenina de tales características, bastaba detener los ojos en alguna de las dos fotografías que acompañaban el texto bajo el rótulo “Bellezas argentinas” (Fig. 1). Retratos de dos mujeres jóvenes sentadas de costado y vestidas con trajes ceñidos y ricos en detalles, las fotografías ocupaban más de la mitad de cada página y ofrecían a la lectora la oportunidad de inspeccionar detenidamente los rasgos, la pose, la vestimenta, el peinado y la expresión de las retratadas. La actitud discreta y recatada de ambas, señalada por la mínima expansividad de los gestos y por la mirada desviada, guardaba concordancia con la caracterización de la feminidad propuesta por el texto. De este modo, dos discursos en apariencia independientes uno del otro —las fotografías de dos mujeres jóvenes argentinas; las reflexiones de un supuesto crítico francés a propósito del voto

⁶ De la relativa intercambiabilidad de estos términos es testigo el *Diccionario de la Real Academia Española*: la sexta acepción del término naturaleza es desde su primera edición de 1780 hasta la actualidad, con diferencias menores de redacción, “Especialmente en las hembras, sexo (l condición orgánica)”.

⁷ “A la hora del té”, *El Hogar*, año 7, n° 154, 15 de junio de 1910.

femenino— obraban en conjunto para desacreditar la legitimidad de la militancia feminista en pos de derechos políticos e, invitando a las lectoras a identificarse en primera instancia con un modelo visual reforzado en un segundo momento por el texto, valorizaban, en cambio, una serie de características mentales y físicas (talento, gracia, hermosura) y de conductas sociales (agasajar, enredar, chismear, encantar, acariciar) propuestas como esencialmente femeninas. De estas características, diferenciadas de las cualidades masculinas, se derivaban los derechos y funciones sociales específicos del sexo femenino.

Sin embargo, aun cuando muchos otros contenidos de *El Hogar* abonarían estas mismas ideas, sería erróneo asumir que este artículo era representativo de la posición oficial de la revista respecto de la cuestión femenina. En el número siguiente, sin ir más lejos, las lectoras del entonces quincenario se encontrarían, por ejemplo, con una apasionada celebración de la autorización otorgada por la Corte Suprema bonaerense a María Angélica Barreda, la primera mujer graduada como abogada en Argentina, para matricularse como profesional. El autor del artículo señalaba que el fallo había sido favorable a pesar de la oposición del procurador general y del presidente del tribunal, y agregaba: “Y así debió ser, como una consagración solemne del esfuerzo, de la inteligencia y de la voluntad de la mujer argentina en su noble evolución hacia nuevos horizontes, no para hacerse superior al hombre sino para igualarlo en la lucha por la existencia y en el desempeño de las tareas que son compatibles con su naturaleza”.⁸ La naturaleza volvía a hacer acto de presencia, y aunque aquí no se la limitaba al cultivo de cualidades físicas, se daba a entender que de todos modos funcionaba como condicionante de los roles y las capacidades femeninas.

El tratamiento favorable que tuvo el *affaire* Barreda en *El Hogar*, similar al que le dieron otros semanarios populares ilustrados de gran tirada como *Caras y Caretas* y *PBT*,⁹ no fue un caso aislado en la prensa periódica argentina del Centenario, que no deberíamos apresurarnos a declarar como refractaria a todo reclamo feminista. Tampoco resulta especialmente contradictorio dentro de las propias publicaciones, caracterizadas más por múltiples fracturas que por un discurso unificado acerca de la feminidad y, sobre todo, especialmente sintonizadas con todos aquellos temas que pudieran venderse como modernos y novedosos, como es el caso de la lucha feminista. Por el contrario, la propia eclosión hacia el Centenario de discursos acerca de las mujeres y su naturaleza indica que al igual que la prensa periódica que ponía en circulación esos discursos, la definición misma de la feminidad —ese otro nombre de la naturaleza femenina— también se hallaba en transformación.

⁸ “La primer abogada argentina”, *El Hogar*, año 7, n° 155, 30 de junio de 1910.

⁹ “La semana social”, *Caras y Caretas*, año 13, n° 601, 9 de abril de 1910; “Homenaje a una doctora”, *PBT*, año 7, n° 286, 14 de mayo de 1910; “La primer abogada argentina”, *Caras y Caretas*, año 13, n° 601, 18 de junio de 1910; “La mujer ante el hombre”, *PBT*, año 7, n° 291, 25 de junio de 1910; “El juramento de la doctora Barreda”, *El Hogar*, año 7, n° 158, 15 de julio de 1910.

En su estudio de la prensa victoriana para mujeres, Margaret Beetham afirma, en efecto, que la simultaneidad de la transformación de la prensa periódica y la vida de las mujeres define la productividad de su relación mutua a lo largo del siglo XIX. Según Beetham, prensa y feminidad fueron interdependientes en su redefinición y mantuvieron una interacción dinámica que se desarrolló con periodicidad a lo largo del tiempo, lo cual contribuyó a proyectarlas no solo como fenómenos vinculados sino también como característicamente modernos, es decir en constante cambio y renovación, y al mismo tiempo lo suficientemente regulares y consistentes como para que su heterogeneidad adquiriera familiaridad.¹⁰ Es una reflexión que puede extenderse a la Argentina de principios del siglo XX. También aquí, por un lado, la prensa periódica ilustrada de la primera década del siglo se encontraba en plena renovación, tanto en el nivel técnico como en términos comerciales a través de la adopción de algunas de las estrategias que habían potenciado el éxito masivo de publicaciones extranjeras como el *Ladies' Home Journal*, en primer lugar la incorporación agresiva de publicidad y la alianza con las marcas publicitadas para expandir el mercado de consumidores.¹¹ Por otro lado, y en forma simultánea, el propio tejido social argentino se modificaba al ritmo de la inmigración y la fuerza de trabajo se redefinía detrás de una incipiente industrialización y una ampliación del sector de servicios, abriendo oportunidades inéditas y exponiendo a mujeres de distinta extracción social a nuevas experiencias de interacción con el entorno.¹² La lectura de publicaciones periódicas fue una de las tantas nuevas prácticas femeninas que se expandieron con el cambio de siglo y contribuyeron a darle sentido a estas nuevas experiencias.¹³ El carácter misceláneo de estas

¹⁰ Margaret Beetham, "Introduction", *A Magazine of her Own? Domesticity and Desire in the Woman's Magazine, 1800-1914*, Londres y Nueva York, Routledge, 1996, pp. 1-13.

¹¹ Sobre la revolución que significó para las casas editoras de revistas la alianza con la publicidad, Richard Ohmann, *Selling Culture: Magazines, Markets and Class at the Turn of the Century*, Londres y Nueva York, Verso, 1996. Acerca de la importancia creciente de la publicidad en Argentina, Fernando Rocchi, "Inventando la soberanía del consumidor: publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina, 1860-1940", en Fernando Devoto y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, tomo 2, *La Argentina plural: 1870-1930*, Buenos Aires, Taurus, 1999, pp. 300-321. Sobre esa transformación en las revistas argentinas, a través de *Caras y Caretas*, Sandra Szir, "Sátira y consumo ilustrados. Caricatura y publicidad", *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas y las transformaciones del paisaje cultural de la modernidad. Buenos Aires 1898-1908*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2011, pp. 349-397.

¹² La bibliografía sobre estos cambios es muy amplia. Específicamente sobre las transformaciones en el trabajo femenino, la desaparición de algunas industrias domésticas, el incremento de la participación de mujeres en talleres y fábricas, su descenso asociado a la diversificación de las actividades (como el ingreso al sector terciario) y los cambios sociales vinculados a esas transformaciones, Mirta Z. Lobato, "El trabajo femenino", *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*, Buenos Aires, Edhasa, 2007, pp. 19-79; Fernando Rocchi, "Concentración de capital, concentración de mujeres. Industria y trabajo femenino en Buenos Aires, 1890-1930", en F. Gil Lozano, V.S. Pita, M.G. Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 2, Buenos Aires, Taurus, 2000, pp. 223-243.

¹³ Aunque fue más lenta que entre los hombres, la alfabetización femenina se incrementó notablemente entre fines del siglo XIX y 1914 (año del tercer Censo nacional), sobre todo en la Ciudad de Buenos Aires. La tasa de semianalfabetismo, mayor entre las mujeres que en los hombres (salvo entre los inmigrantes italianos), permite inferir además que la lectura fue una competencia más útil y urgente que la escritura entre la población femenina del cambio de siglo. Pasado el Centenario, la multiplicación de representaciones de lectoras de todas clases en la prensa abona esta idea. Sobre la relación entre el aumento de representaciones

publicaciones recreaba, aunque en forma contenida y regular, la heterogeneidad y fragmentación de la propia experiencia femenina en la vida moderna, y al tiempo que proporcionaba orientación a sus lectoras sobre cómo comportarse en un mundo en transformación, contribuía a configurar una noción de feminidad también cambiante y en gran medida determinada por nuevas prácticas de consumo. De allí que el espectro de representaciones femeninas que las revistas ilustradas pusieron en escena fuese heterogéneo y hasta contradictorio, aunque también regular, lo que retrospectivamente ha contribuido a igualarlas, borrando sus matices y el significado de esos matices. Sin embargo, analizadas detenidamente, es una mezcla de cambio y permanencia la que caracteriza y vincula a las revistas ilustradas y a la propia definición de feminidad en las primeras décadas del siglo.

Ahora bien, ¿qué identificaba a esa feminidad cambiante como tal? El cuerpo femenino, es cierto, aparece una y otra vez en los discursos como punto de partida de la demostración de la diferencia entre los sexos y como origen de la naturaleza de las mujeres. Pero más que el cuerpo en sí, lo que funda la feminidad es ante todo una actitud hacia el cuerpo, un presunto desvelo por el cultivo de las cualidades físicas otorgadas por la biología. Ya que aunque el cuerpo femenino fue concebido insistentemente como un organismo diferenciado por un funcionamiento fisiológico específico,¹⁴ los caracteres que lo definieron en las representaciones, contrariamente a lo esperable, no solo no fueron estables sino que recibieron distintos énfasis a lo largo del tiempo y acusaron matices de clase y de raza. Por ello, aunque la mayor parte de las revistas ilustradas promovieron como natural, a través de la representación reiterada, un tipo de cuerpo femenino idealizado pero cambiante según el avance de las décadas, no deberíamos perder de vista los supuestos sociales y raciales que esa idealización traía consigo. Más aún, fue su asociación con una también cambiante serie de técnicas de la apariencia, un repertorio de gestos y, en rigor, el espectro de interacciones con el entorno habilitadas a esos cuerpos lo que determinó su “naturaleza”.

Las múltiples representaciones de mujeres aparecidas en la prensa recogen, precisamente, esta permanencia dentro del cambio. Al analizarlas en una serie diacrónica, en ellas la historicidad de la representación del cuerpo, su política implícita de jerarquización social y racial, y las diversas intervenciones a que fue sometido aparecen en primer plano; ellas revelan

de lectoras y el propio desarrollo de la prensa, véase Alejandro Parada, “Las mujeres y sus representaciones de la lectura y la escritura en la revista *Fray Mocho* (1912-1918)”, *Mora*, n° 17, Buenos Aires, enero-julio de 2011.

¹⁴ Incluso en los discursos que avalaban la igualdad entre los sexos, el cuerpo femenino se imponía como justificación última de la diferencia. En 1917, por ejemplo, se afirmaba en un artículo sobre la participación de mujeres en la guerra que “si se conceptúa a la mujer capaz de igualarse al hombre, esta equivalencia no ha de tener más límite que las condiciones fisiológicas, establecidas por la naturaleza”, “Notas gráficas de la actualidad femenina. La mujer en la guerra”, *Vida Porteña*, año 5, n° 184, 22 de mayo de 1917. Sobre la construcción médica de la diferencia anatómica en Argentina, Pablo Ben, “Cuerpos femeninos y cuerpos abyectos. La construcción anatómica de la feminidad en la medicina argentina”, en F. Gil Lozano, V.S. Pita, M.G. Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 2, *op. cit.*, pp. 253-271.

la inexistencia de un grado cero de la biología y ponen en evidencia la maleabilidad profunda del concepto de naturaleza aplicado al cuerpo femenino, al tiempo que demuestran la persistencia de la idea de necesidad de intervención de las mujeres sobre su propio cuerpo para conformarlo a un ideal “natural”.

Ya a principios del siglo XX, por otro lado, la importancia de las imágenes impresas en la estabilización (y hasta cierto punto la naturalización) de algunas de esas intervenciones corporales no puede ser enfatizada en exceso. Es preciso vincular la generalización de esta importancia, sin embargo, a la disponibilidad técnica que recién en el cambio de siglo hizo posible una circulación crecientemente masificada de información visual en distintos soportes. Ya que si bien desde principios del siglo XIX se verificaba en Argentina una incorporación de tecnología aplicada a la reproducción mecánica de imágenes, principalmente la técnica litográfica pero también el grabado en metal,¹⁵ aquí no fue sino entre fines del siglo XIX y principios del XX que esas técnicas se industrializaron y habilitaron la producción de imágenes impresas en millares de ejemplares, con mejor definición y a color, a costos y en tiempos mucho más reducidos.¹⁶

La circulación ampliada de imágenes impresas habilitada por nuevas técnicas como el fotograbado de medio tono, que permitía reproducir cualquier tipo de imagen junto a los textos sin tanta dificultad o demora, pero también la importación de clichés desde otros centros de producción como España, Inglaterra y Estados Unidos, sin duda contribuyeron a multiplicar la disponibilidad de representaciones visuales de todo tipo, entre ellas las de cuerpos femeninos. Estos quedaron a su vez sometidos a las condiciones de producción de esas imágenes, atravesadas por la repetición, la estandarización y la dependencia de estilos gráficos que debían sucederse unos a otros para alimentar la sed de novedad. Es necesario tener en cuenta esta mediación técnica, estilística y comercial en la producción de representaciones de cuerpos de mujeres para administrar con alguna prudencia las extrapolaciones que la inmediatez de las imágenes invita a hacer entre esos cuerpos representados y las prácticas corporales concretas operadas por mujeres reales. Del vínculo entre unas y otras hay indicios, desde luego, pero estos indicios son, en ocasiones, más del orden del deseo que del documento.

¹⁵ A diferencia de lo que sucedió en otras partes del mundo, como Inglaterra, en Argentina el grabado en madera fue mucho menos utilizado por la prensa periódica ilustrada. En cambio, durante el siglo XIX abrieron y cerraron numerosas imprentas litográficas que alimentaron de imágenes (y a veces imprimieron completas) la mayoría de las publicaciones ilustradas. Sobre el grabado en Argentina en el siglo XIX, Bonifacio Del Carril, “El grabado y la litografía”, en AA.VV., *Historia general del arte en la Argentina*, vol. 3, *Siglo XIX hasta 1876*, Buenos Aires, ANBA, 1984, pp. 355-399.

¹⁶ Sandra Szir, “Lectura gráfica y condiciones materiales de posibilidad. Diseño y tecnología en *Caras y Caretas*”, *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas...*, *op. cit.*, pp. 170-236.

1.2 Cánones corporales variables y recortes de clase, raza y generación

El cambio en la silueta es un buen ejemplo de la tensión entre cambio y permanencia en la representación del cuerpo femenino a comienzos de siglo. Gisela Kaczan, en su estudio sobre las implicaciones sociales de la representación del cuerpo femenino vestido, ha identificado con claridad, para el contexto local, los momentos de transición en la representación de la silueta femenina, desde la línea serpenteante del 1900, vinculada con el privilegio de la curva propia del *art nouveau*, hasta la verticalidad geometrizable de la silueta de los años veinte.¹⁷ Y en efecto, si miramos los avisos publicitarios, los figurines de moda y las ilustraciones de ficción de revistas que recorren un espectro amplio y diverso de lectores, en los primeros años del siglo XX el cuerpo femenino adulto se define, más allá de los cambios en la moda, por la presencia de características primarias como el pecho prominente, la cintura estrecha, las caderas marcadas y la redondez de las formas¹⁸ (Fig. 2). A estos indicadores de feminidad se suman otros rasgos difícilmente generalizados entre la población de sexo femenino, pero de todos modos señalados (por su reiteración) como la norma, como la cabellera abundante y sin canas, la piel blanca y tersa, la delicadeza de las manos y en especial de los dedos, la fineza de los rasgos (nariz, labios, ojos, cuello), y la ausencia de signos propios del cuerpo masculino, como el vello facial y la musculatura pronunciada. Algunas de estas características, en especial las vinculadas con los contornos del cuerpo, llegarían a invertirse con el avance del siglo: hacia 1915 se abandona con algún titubeo la preferencia por la silueta de curvas generosas, y ya en las representaciones gráficas de los años veinte llega a privilegiarse una silueta más angulosa que redondeada, de curvas disimuladas antes que enfatizadas, poco pecho, cadera estrecha, melena corta y una figura más esbelta y más atlética, por momentos percibida como masculinizada (Fig. 3). Pero otras de las características mencionadas resistirían el paso de los años, los cambios en la moda y la evidencia empírica de que no todos los cuerpos femeninos comparten características fenotípicas, máxime en poblaciones como la argentina, más o menos mestizas.

Kaczan ha señalado, en esta línea, las operaciones de distorsión de las representaciones visuales femeninas para acomodarlas a un ideal estético y la conciencia de esa distorsión por parte de las propias publicaciones, una de las cuales llegaría a admitir que en ocasiones “la

¹⁷ Gisela Kaczan, “Cuerpos femeninos en imágenes”, *Representaciones de cuerpos femeninos vestidos. Códigos visuales en los mecanismos de producción de exclusión, emulación y distinción social. Mar del Plata 1900-1930*, tesis de doctorado, Universidad Nacional de Mar del Plata, 2011, pp. 49-55.

¹⁸ Oscar Traversa analiza un artículo aparecido en *PBT* en 1909 en que el imperativo de la “cintura de avispa” que caracteriza la silueta del cambio de siglo se entiende conscientemente como un disciplinamiento de las formas naturales y, en ese sentido, como alejamiento de la naturaleza. Sin embargo, mi relevamiento me inclina a pensar que el disciplinamiento de las formas operó enfatizando los caracteres ya antes definidos como naturales. Lo que cambia con el avance del siglo es el repertorio de caracteres valorados como femeninos. Cf. Traversa, “De la ‘cintura de avispa’ a la ‘ligne normale’: acerca de un cambio en la presencia del cuerpo en los medios”, *Cuerpos de papel. Figuras del cuerpo en la prensa 1918-1940*, Barcelona, Gedisa, 1997, p. 239.

fantasía del dibujante ha sobrepasado los límites de la naturaleza”.¹⁹ Pero esta “naturaleza” tal como la entiende aquí el cronista no está del todo expulsada del espacio gráfico de las revistas, muchas de las cuales incluyen secciones sociales fotográficas en las que se ven cuerpos de proporciones reales difícilmente ajustables a los cánones variables de los figurines y las ilustraciones, e incluso de los retratos fotográficos de estudio, en su mayoría retocados. En esos casos, al igual que en otro tipo de artículos como las crónicas y los reportajes ilustrados, y más allá de que la moda y la cosmética cumplen un rol importante en la homogeneización de la apariencia femenina, son perceptibles las distancias respecto de los modelos gráficos dominantes (Fig. 4). No es infrecuente encontrar en la prensa de interés general artículos que incluso tematizan esta distancia, a veces críticamente y otras en tono cómico, como el siguiente texto aparecido en *Tit-Bits*, un semanario de pocas páginas y bajo costo, aunque de gran formato, émulo de su homónimo inglés, que dice:

La Venus llamada de Médicis es considerada como uno de los modelos más perfectos de la belleza femenina.

Pero si nos detenemos a examinarla con nuestros ojos de hombres modernos, observaremos (...) que la Venus tiene demasiada cintura y caderas poco ondulantes.

Si la estatua estuviera derecha, alcanzaría una talla de 1 metro 52 centímetros, que no es precisamente majestuosa.

Y si nos proveyéramos de un metro (...) descubriríamos que la Diosa era gruesa de cuello, estrecha de hombros, y un tanto hundida de pecho. (...)

Si la de Médicis fuese a encargarse de un traje de estos tiempos, sería la desesperación de su modisto, el cual (...) habría de encontrar en ella multitud de defectos físicos que disimular.

Pero el modisto y la modista de hoy día, saben hacer a maravilla esa clase de correcciones. En realidad, pasan la vida haciéndolas (...).²⁰

La cita admite dos ideas centrales: por un lado, que el canon clásico no representa, hacia 1910, las proporciones deseables en el cuerpo femenino, al que se le exige mayor exuberancia y majestuosidad (lo que cambiaría apenas unos años más tarde); por el otro, que las técnicas de la apariencia son indispensables para otorgar a los cuerpos “defectuosos” (que se deja entender son mayoría entre las mujeres modernas) esas características deseadas, aquellas que las ilustraciones y las publicidades vuelven visibles y hasta cierto punto estandarizan.

Ya que no hay duda de que en la prensa del Centenario, y gracias a las técnicas de reproducción de imágenes, los cuerpos defectuosos conviven, y en gran medida se miden, con los cuerpos femeninos idealizados de las fotografías retocadas, con los figurines de moda, y con las publicidades. La importancia creciente de esta última, que trasciende las secciones específicas que le estaban reservadas en las revistas del cambio de siglo y comienza a mezclarse

¹⁹ Luz y Sombra, “La ilusión en la moda”, *Caras y Caretas*, año 28, n° 1116, 21 de noviembre 1925, citado en Kaczan, p. 50.

²⁰ “La Venus del siglo XX”, *Tit-Bits*, año 2, n° 49, 11 de junio de 1910, p. 11.

en esos años con los contenidos de las publicaciones,²¹ se relaciona también con el fenómeno más amplio de identificación de las mujeres como principales responsables del presupuesto doméstico y por ende del consumo, y con la utilización creciente de la figura femenina idealizada como sinónimo de venta, asociada a cualquier tipo de producto.²² La transformación de la publicidad gráfica posterior al Centenario, que comienza a privilegiar la comunicación visual del beneficio social asociado al consumo de un producto más que la presentación del producto en sí, hace del cuerpo femenino una presencia ubicua en las revistas, desde las más baratas hasta las más costosas. Por ello, especialmente en las publicidades y en las zonas donde el deseo cumple la función de hacer perdurar la mirada del lector —como los figurines o los retratos de estudio—, más allá de que sus públicos varían, distintas revistas comparten un mismo imaginario acerca de la feminidad.

Así, en los primeros años posteriores al Centenario las actrices de cintura estrecha, piel blanca y gestos afectadamente delicados que abren número tras número el semanario popular de gran formato *Mundo Argentino* tienen su contraparte en los artículos sobre “celebridades artísticas” que publica la para entonces veterana y lujosa *Ilustración Sud-Americana*. Del mismo modo, en la parisina *Mundial*, que se compra a un alto costo y por suscripción en Latinoamérica, así como en la edición local de la popular *Tit-Bits*, las publicidades de cigarrillos 43 utilizan las curvas de una figura femenina para desencadenar el deseo, tanto del personaje masculino que la secunda, que fuma, como del potencial consumidor de cigarrillos (Fig. 5 a y b). Las secciones de moda, desde la feminista *Unión y Labor* hasta la familiar *El Hogar*, reproducen figurines de proporciones poco verosímiles, adoptando un repertorio de actitudes notablemente limitado. Aunque las diferentes materialidades y calidades de impresión por supuesto afectan la recepción de estas representaciones, en términos formales en todo tipo de revistas se jerarquiza en los primeros años de la segunda década del siglo un tipo de silueta de cintura estrecha asociada a una postura rígidamente erguida, más extremada en los figurines y las ilustraciones que en las fotografías, aunque en ambos casos las figuras dan la sensación de estar manteniendo con

²¹ Es un cambio que sucede con diferentes tiempos en distintas publicaciones, y más temprano en los semanarios populares que en las revistas lujosas. Paralelamente a ese cambio de ubicación, hacia el Centenario la publicidad se vuelve más sofisticada y atractiva en su información gráfica y renueva sus estrategias comunicando no la existencia de los productos sino los placeres y las ventajas sociales implicadas en su consumo. Sobre estos cambios en Estados Unidos, modelo para los empresarios locales, T.J. Jackson Lears, “From salvation to self-realization: Advertising and the therapeutic roots of the consumer culture, 1880-1930”, en Richard Wightman Fox y T.J. Jackson Lears (ed.), *The Culture of Consumption: Critical Essays in American History 1880-1980*, Nueva York, Pantheon, 1983.

²² Beetham sostiene que “La asociación de lo femenino con el placer de mirar era prevalente en la cultura y central para la tradición de las revistas femeninas. La importancia de la visibilidad o del espectáculo para el significado de la mercancía la vinculó a lo femenino en un círculo cerrado”. Beetham, “Advancing into commodity culture”, *A Magazine of her Own?*, *op. cit.*, p. 144. Sobre la asociación del significado “venta” al signo visual “mujer”, cimentada en el arte burgués, véanse algunas reflexiones en Griselda Pollock, “What’s wrong with ‘images of women?’”, *Screen Education*, n° 24, Glasgow, 1977, pp. 25-33.

esfuerzo el equilibrio para no caer hacia adelante.²³ La cabeza ladeada, los hombros hacia atrás, los brazos sometidos a un estricto control (alejados del cuerpo o estirados hacia la espalda; sosteniendo una sombrilla; con la mano en la cintura o sobre el pecho) definen una sintaxis corporal que se repite de un figurín a otro, de un *mannequin vivant* al siguiente.

Las imágenes y ocasionalmente los textos instruyen acerca de esta sintaxis: “La manera de tenerse embellece o afea el traje y la persona que lo trae”, sentencia un artículo en *La Ilustración Sud-Americana* que hace referencia a sus propias ilustraciones: “Los hombros derechos y el cinturón apretado, se le podría decir a la joven señora (fig. I); no eche hacia delante los pliegues de la falda y saque de debajo del brazo la sombrilla, su traje blanco tendrá igual garbo que la fig. II”²⁴ (Fig. 6). En cuanto a los movimientos, *Mundo Argentino* recuerda a sus lectoras que “la impetuosidad también perjudica a la distinción. (...) ¡Cuántos ademanes son inadmisibles! A despecho de estas condiciones extrañas, la mujer de mundo debe aparecer serena, como familiarizada con todas aquellas imposiciones”.²⁵

En las revistas costosas al igual que en las publicaciones populares la reiteración de este tipo de silueta y de postura en los discursos visuales técnicamente más manipulables (ilustración publicitaria, de moda, retrato de estudio) las promueve como forma y uso ideal del cuerpo para *todas* las mujeres. Sin embargo, la circulación de imágenes con una función distinta a la de despertar el deseo establece una distinción implícita entre el cuerpo de la joven burguesa, al que ese ideal y esas reglas se acomodan, y el cuerpo de las mujeres de sectores populares, de las indígenas y afrodescendientes, de las ancianas, en fin todas las “otras”, representadas por fuera de ese canon, como si en ellas los caracteres femeninos estuvieran menos acentuados o incluso negados, tal el caso de la sirvienta negra a quien su patrona esbelta le hace el chiste de que, en Carnaval, podría ir disfrazada “de seis doble” (Fig. 7 a y b).²⁶ Aunque en las revistas ilustradas de interés general estos cuerpos están subrepresentados,²⁷ dominan en cambio el espacio gráfico (siempre más escaso) de la prensa política y aparecen con mayor frecuencia en algunas revistas culturales, sobre todo en las reproducciones de pinturas o grabados.²⁸ Sin embargo, también allí la representación de las mujeres sigue obedeciendo a dos

²³ Kaczan analiza en profundidad esta postura y el modo como sugiere movimiento e inestabilidad, en “Mar del Plata: escenario para la exhibición corporal”, *Representaciones...*, *op. cit.*, pp. 96-100.

²⁴ “Buena y mala manera de traer un traje”, Suplemento de moda de *La Ilustración Sud-Americana* [1910].

²⁵ “La distinción”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 60, 28 de febrero de 1912.

²⁶ En el capítulo 2 analizo más en detalle la distancia que estableció la prensa entre las representaciones de mujeres burguesas y mujeres indígenas, criollas y afrodescendientes, en relación específica con el concepto de “mujer argentina”.

²⁷ Para dar un ejemplo: en el número del 15 de mayo de 1910 de *El Hogar*, la proporción de representaciones de mujeres que responden a las características mencionadas, en relación con las que no responden a ellas, es de 6 a 1 (sobre un total de 73 imágenes). Las que no responden a esas características son en su mayoría identificadas como sirvientas, obreras o ancianas.

²⁸ Como *Nervio*, publicada a principios de los años treinta, que reprodujo grabados de los Artistas del Pueblo, así como de artistas extranjeros. Véase por ejemplo la ilustración “Maternidad”, de Dirk Kerst Koopmans, en el año 2, n° 20, diciembre de 1932: una silueta informe, redondeada, que contiene la figura de un niño. Nada

variantes formales: lo que identifica a las mujeres pobres y las ancianas es su postura indisciplinada, un solo contorno sin entrantes ni salientes, un cuerpo más grueso —como aquel de la madre obrera (en la publicación sindical *Bandera Proletaria*) que sostiene en alto a su hijo ante la reja que la separa de su compañero proletario, encerrado en la cárcel (Fig. 8)—²⁹ o bien un cuerpo menos formado, como aquellos otros, casi espectrales, que aparecen en un grabado en el periódico gremial *El Carpintero y Aserrador* bajo el rótulo de “proletarios”: una pareja en primer plano, ella de hombros caídos y las piernas vencidas, con un brazo que cuelga casi hasta la rodilla, y una anciana en segundo plano, de espalda también vencida, que sostiene un bebé (Fig. 9).³⁰ En cambio, también en ese tipo de prensa las impugnables “coquetas” se identifican por su silueta sinuosa y pueden representar a las burguesas³¹ o funcionar como metonimias de la burguesía en general. Es el caso, por ejemplo, de un grabado reproducido en el periódico anarquista *La Protesta* que acusa a Lenin de coquetear con la burguesía, representada por una joven de silueta serpenteante, mientras ignora a la república, representada como una mujer fea y mayor (Fig. 10).³² Ni los semanarios populares, ni las revistas costosas, ni los periódicos políticos u obreros se sustraen, entonces, a esta dicotomía.³³ En todos, el cuerpo femenino idealizado es a un solo tiempo naturaleza y privilegio de clase, de raza, de generación. Pero como veremos más adelante, en las revistas orientadas al consumo esta contradicción, más que expulsar de la identificación a las lectoras cuyos cuerpos y prácticas no se ajustan a esa naturaleza exhibida por las representaciones visuales, las invita a adoptar nuevos usos y a consumir productos capaces de estrechar la brecha que las separa del cuerpo idealizado y promovido como *naturalmente* femenino.

en la imagen enfatiza los caracteres considerados “femeninos”. Sobre los Artistas del Pueblo (Abraham Vigo, Guillermo Facio Hebequer, Adolfo Bellocq, José Arato, Agustín Riganelli), con alguna información sobre sus intervenciones en la prensa de los veinte, Miguel Muñoz, *Los Artistas del Pueblo 1920-1930*, Buenos Aires, Fundación Osde, 2008; referencias a estos artistas en una perspectiva de más largo plazo sobre el grabado en Argentina en Silvia Dolinko, “Cultura y política. Algunas experiencias de difusión de los discursos visuales en las primeras décadas del siglo XX”, *Arte para todos. La difusión del grabado como estrategia para la popularización del arte*, Buenos Aires, Fundación Espigas, 2003, pp. 19-27, y *Arte plural. El grabado entre la tradición y la experimentación, 1955-1973*, Buenos Aires, Edhasa, 2012, en especial pp. 29-34.

²⁹ “Por los presos”, *Bandera Proletaria. Órgano de la Unión Sindical Argentina*, año 4 [número ilegible], 1925.

³⁰ “Proletarios”, *El Carpintero y Aserrador*, noviembre de 1922. La ilustración aparece reproducida en Mirta Lobato, *La prensa obrera. Buenos Aires y Montevideo 1890-1958*, Buenos Aires, Edhasa, 2009, p. 148; otros ejemplos similares en el número de junio de 1923.

³¹ Por ejemplo en “Veraneando”, *Acción Obrera. Órgano oficial del Sindicato de la Industria del Mueble*, año 2, n° 16, agosto de 1925.

³² “Coqueteos”, *La Protesta*, 10 de abril de 1922. Este ejemplo es más tardío, pero sirve para demostrar la vigencia del par dicotómico mujer burguesa de silueta esbelta-mujer pobre de cuerpo desfigurado. En este sentido, la representación de los cuerpos de las madres trabajadoras como informes funciona en relación con el canon, en oposición al canon. Es su distancia con él lo que activa el sentido crítico de la representación.

³³ Como señala Mirta Lobato, la prensa gremial por lo general siempre se manejó con pares dicotómicos de palabras para denunciar la explotación de los trabajadores por los patrones o el capital, y las imágenes acompañaron esta polarización. Las variantes formales que identifico en la representación de mujeres burguesas/obreras lo confirma. Véase *La prensa obrera, op. cit.*, pp. 111-115. Más adelante en este capítulo me ocupo con mayor detalle de la representación de las mujeres trabajadoras.

1.3 El impacto de los cambios sociales en la representación del cuerpo femenino. Las nuevas exigencias

Aunque las reglas posturales y la silueta que enfatiza los caracteres sexuales secundarios, típica del cambio de siglo, siguen representando largamente el concepto de feminidad, los cambios radicales que tienen lugar en la vida de las mujeres una vez puesto en marcha el siglo XX dan lugar a la aparición de nuevas representaciones del cuerpo femenino. La falta de practicidad de las prendas de vestir que en pos de amoldar la silueta limitan los movimientos del cuerpo se vuelve evidente ya hacia fines de la primera década del siglo, antes del estallido de la Primera Guerra, y no es infrecuente que en las revistas convivan figurines de siluetas ideales y artículos que hacen de esa silueta el blanco de la sátira. El semanario *PBT*, por ejemplo, dedica a “las trabadas” un artículo ilustrado por fotografías de mujeres embutidas en trajes ceñidos que manifiestan grandes dificultades para sentarse, subir una escalera, bajar o subir de un automóvil, anudarse el zapato, alcanzar algo que se ha caído al piso, levantarse de una silla o incluso caminar. Las fotografías, presentadas como instantáneas que captan a las mujeres en plena acción de moverse, señalan precisamente la contradicción entre el movimiento, la moda y la postura rígida y controlada que se exige como femenina o graciosa. El artículo, desarrollado en dos páginas impares consecutivas, se interrumpe en la página par con un aviso de una página entera de una tienda de modas. Los figurines que ilustran el aviso, embutidos como las mujeres de las fotografías en trajes ceñidos, son el reverso de la misma moneda (Fig. 11).³⁴

Con el avance de la década, la contradicción cada vez más evidente entre la silueta privilegiada como femenina y el libre movimiento del cuerpo aparece en publicaciones de públicos diversos. Son las revistas populares las que más tempranamente llaman la atención hacia esas distorsiones. En *El Hogar*, por ejemplo, un “ingenioso dibujante” propone que las mujeres descansen las piernas sosteniéndose una a la otra por la espalda para vencer la imposibilidad que supone “sentarse con gracia usando los trajes que la moda aconseja” (Fig. 12); y en *Caras y Caretas* un ilustrador vaticina, entre otras cosas, que el vals se bailará más lento, que la moda impedirá a las señoras tomar el tranvía a tiempo y que será necesario arrastrarlas en patines para moverlas de un lado a otro. En *Tit-Bits*, una viñeta humorística muestra a un juez del Registro Civil aconsejando a una novia que cambie de vestido si quiere cumplir el deber de seguir a su cónyuge tal como indica la ley matrimonial. Con algo más de coherencia, una revista feminista como *Unión y Labor*, que entre las pocas imágenes que incluye reproduce algunos figurines de catálogo (aun definiendo a la moda como una “inquebrantable tirana [que] consigue ofuscar el criterio de las personas más sensatas”), denuncia con decepción que la mayor amplitud aparente de las faldas de 1912 no es tal, ya que se reserva a las túnicas y no a los forros, los cuales insta a modificar para permitir una mínima libertad de movimientos.

³⁴ “Las trabadas”, *PBT*, año 7, n° 291, 25 de junio de 1910.

Pero pronto vemos los ecos de estas críticas también en las revistas más costosas: ya en 1913 una revista lujosa y de circulación exclusiva como *Elegancias* considera indispensable la amplitud de la falda a la altura de la rodilla y asegura que se ha abandonado por completo la antigua falda recta del tailleur, al que es necesario confeccionar, además, con telas muy flexibles.³⁵

Junto a los cambios en la moda, la representación del cuerpo femenino sufre, entre 1910 y 1930, una transformación que habla a las claras de los cambios en la concepción de la naturaleza del sexo femenino. Estos cambios acusan, a su vez, el impacto del ingreso de una cantidad inédita de mujeres a nuevos oficios y puestos de trabajo, de su mayor visibilidad en el espacio público y de su interacción intensificada con el sexo opuesto. A mediados de la segunda década, el estallido de la guerra europea contribuye a consolidar la mayor participación de las mujeres en la vida pública, un fenómeno sobre el que informan sin demora las revistas ilustradas argentinas, muchas de las cuales dependen en porcentajes variables de la importación de contenidos extranjeros. Estos cambios se vuelven así visibles también para el público local y, sumados a la gravitación tradicional de la cultura europea sobre la argentina, aceleran la transformación de algunas costumbres e ideas sobre el lugar de las mujeres en la vida social.

La complejidad de ese proceso de cambio moviliza discursos contradictorios acerca de las mujeres, tal como expone con claridad un artículo firmado por José Luis Cantilo en el primer número de la revista *Myriam*, una fastuosa publicación mensual vinculada a los círculos sociales del Partido Radical. El artículo es un compendio de opiniones encontradas sobre el género femenino: aunque celebra que para entonces (1915) “los prejuicios referentes a la mujer desaparecen (...), el elogio y la severa consideración reemplazan al ditirambo originado exclusivamente por la belleza física”, condena como exabruptos las posiciones de un feminismo que llama “revolucionario” y que perjudica los reclamos legítimos de las mujeres al militar escandalosamente en pos de derechos políticos y mejores oportunidades educacionales. En cambio, utilizando como argumento urgente el estallido de la guerra, el autor aboga por un feminismo “práctico” que dignifique a las mujeres y que, según se desprende confusamente del texto, se realizaría en la familia monogámica y en la “solidaridad de la mujer y el hombre” más que en el cultivo individualista de la personalidad femenina representado por un acceso más extendido a la educación. El artículo es interesante, si bien no singular en el contexto periodístico argentino, porque aunque admite una transformación de roles y una creciente importancia de las mujeres en la esfera pública, administra con dificultad visible la “amenaza” de un feminismo militante que, entre otras cosas, declara que “la mujer es más perfecta que el

³⁵ “Las fantasías de la moda”, *El Hogar*, año 7, n° 151, 30 de abril de 1910; “El imperio de las faldas estrechas”, *Caras y Caretas*, año 13, n° 614, 9 de julio de 1910; “En el Registro Civil”, *Tit-Bús*, año 4, n° 204, 31 de mayo de 1913, p. 1; “Para el hogar”, *Unión y Labor*, año 4, n° 39-40, diciembre de 1912-enero de 1913; “Gran Moda”, *Elegancias*, año 3, n° 31, mayo de 1913, p. 9.

hombre (...), la mujer es con relación al hombre lo que el hombre es en relación al gorila”.³⁶ Cantilo conjura esta flagrante falta de respeto posponiendo, en “esta hora grave de incertidumbres y vacilaciones”, la dedicación de esfuerzos suplementarios a la educación femenina y proponiendo, como se ha dicho, que hombres y mujeres se unan para cumplir “una obra nobilísima: la transmisión de la vida”.³⁷

Pero más interesante aún es la imagen que acompaña este texto: el retrato de cuerpo entero de Mercedes de Alvear montado sobre una vista de los bosques de Palermo (Fig. 13). Como el artículo no está firmado (la indicación del autor aparece solamente en el sumario), la inferencia inmediata es que la joven retratada es la autora del texto, lo que convoca a las lectoras a identificarse con las palabras del artículo. La fotografía, más aún, es atípica respecto de otros retratos de mujeres de la alta burguesía que aparecen tanto en *Myriam* como en muchas otras revistas: vestida con un traje de calle oscuro y poco ceñido al cuerpo, la joven casi no posa, aunque mira directo a la cámara. Su postura contradice todas las reglas que hemos visto valoradas como graciosas en el porte femenino; la espalda encogida, los pies ligeramente separados y los puños cerrados le otorgan una fuerza que la distingue de las figuras frágiles de los figurines. La fotografía, que ocupa la mitad de la segunda página del artículo, no guarda ningún vínculo expreso con este. Sin embargo, su yuxtaposición con un texto que reflexiona sobre distintos tipos de feminismos es ciertamente operativa: la mujer de la foto, jerarquizada por la fotografía y también por su apellido, es presentada como un modelo posible de feminidad nueva que, al tiempo que trasciende las rigideces impuestas a la figura femenina del pasado, no representa ninguna interrupción excesivamente feminista. Recortada sobre los bosques de Palermo, el escenario tradicional de los paseos de las jóvenes burguesas, resulta a fin de cuentas tan solo una mujer moderna. Es con ella que las lectoras son invitadas a identificarse, así como son invitadas por Cantilo a cultivar la institución de la familia aun haciendo suyas algunas de las conquistas feministas. Así, si bien es cierto que el artículo no utiliza el término “naturaleza”, sí propone como realización dignificante la maternidad, el destino para las mujeres más arraigado como natural. Retrospectivamente, este artículo presenta una ironía adicional: el destino que le estaba reservado a Mercedes de Alvear era morir soltera y sin descendencia.

Ironías aparte, esta es la densidad de los discursos que circulan en la prensa ilustrada acerca de las mujeres argentinas. No se trata entonces solo de nuevas prácticas, nuevos esquemas corporales, o de una evolución general de las conciencias sobre la “naturaleza”

³⁶ Son las palabras de la feminista Eliza Farnham (1815-1864) que Cantilo cita como ejemplo de los exabruptos del feminismo “revolucionario”. Asunción Lavrin menciona el rechazo al sufragismo inglés en el ámbito local, “Feminism in the Southern Cone. Definitions and objections”, *Women, Feminism and Social Change in Argentina, Chile, & Uruguay, 1840-1940*, Lincoln y Londres, University of Nebraska Press, 1998 [1995], p. 22.

³⁷ José Luis Cantilo, “La educación de la mujer”, *Myriam*, año 1, n° 1, junio de 1915, pp. 22-24.

femenina, sino de un proceso múltiple y facetado, atravesado por contradicciones y retrocesos, que se expresa en discursos y representaciones complejas sobre aquello que define a las mujeres. Esas representaciones cambian, se potencian o se neutralizan según sus contextos de aparición y los vínculos que establecen con los elementos que las acompañan. Sobre todo, diversifican la disponibilidad de referentes con los que se encuentran, entre otros, las lectoras de revistas. Y proponen modelos de conducta que la reiteración dentro de la diversidad contribuye a interpretar como cada vez más naturalizados.

Hacia 1920 esta diversificación se manifiesta en forma elocuente en el creciente número de imágenes reproducidas por las publicaciones periódicas, cada vez más ilustradas, pero también en la aparición de lo que podríamos llamar una segunda generación de revistas específicamente femeninas, como *Para Ti*, *Vogue*, *La Mujer y la Casa* o *Femenil*.³⁸ Este tipo de revistas realiza la promesa inaugurada en la década del diez por las secciones femeninas de semanarios populares como *El Hogar* o *La Vida Moderna*, que desde sus inicios buscaron ofrecer a sus lectoras contenidos e imágenes dirigidos a sus intereses particulares, que las mismas revistas ayudaban en ese proceso a definir como tales (y como esencialmente diferentes de los intereses masculinos). En las revistas femeninas de los años veinte, el objetivo sigue siendo exactamente el mismo, pero se resuelve ahora desplegando un rango de temas y un tono similar al de las secciones femeninas de aquellos semanarios en un volumen más ambicioso y articulado más estratégicamente con la publicidad. Pero a su vez, esta segmentación de los productos editoriales no deja inmodificadas a las revistas de interés general, ya que la identificación del mercado de lectoras como central para el éxito de las publicaciones es un motor que transforma desde entonces y para siempre la lógica del periodismo comercial.³⁹ Esta es, en parte, la explicación detrás de la colonización de las revistas por publicidades —en enorme proporción destinadas a mujeres—, y de la aparición de secciones femeninas en las más impensadas publicaciones con o sin interés comercial.

Para 1920, la contención física que se había promovido como expresión corporal característica de la feminidad ya es una cosa del pasado. El cuerpo ideal se vuelve flexible, maleable, literalmente una tabla rasa que se define como femenina a partir de determinados usos y determinadas prácticas, y no en sentido contrario. En 1925, por ejemplo, la autora de uno de los artículos de *El Riel Porteño*, una publicación institucional que contribuye a educar a

³⁸ En relación con la primera generación de revistas femeninas que circularon en el siglo XIX, el *Álbum de Señoritas*, *La Camelia*, etc. Sobre estas publicaciones la mejor referencia es Néstor T. Auza, *Periodismo y feminismo en la Argentina, 1830-1930*, Buenos Aires, Emecé, 1988.

³⁹ Aunque no hay datos estadísticos sobre este tema, la publicidad y la cantidad de secciones femeninas son un indicador de la importancia del público femenino. En *Caras y Caretas* se afirma, por ejemplo, que “la prosperidad de los territorios depende de las mujeres, como las revistas del género chico y los music halls”. “Menudencias”, *Caras y Caretas*, año 16, n° 756, 29 de marzo de 1913. Sobre la segmentación del público, Alejandro C. Eujanian, *Historia de revistas argentinas 1900/1950. La conquista del público*, Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores de Revistas, 1999.

los usuarios de la extendida red de transportes urbanos, en los que la presencia femenina ya no es una novedad, reflexiona a propósito de la relación entre la moda, la silueta y el tranvía:

¡Qué lejos está de nuestra memoria la silueta voluminosa de la mujer de hace unos años! (...) Todo pasó, por ventura. Nuestra señora Moda se ha convencido de que en este siglo están de más todos esos abultamientos, que nos hacían pesadas y poco agraciadas.

Ved ahora a la elegante mujer que sube al tranvía con una agilidad envidiable. Se acurruca en el asiento, sin preocuparse de recoger la falda o de buscarle pacientemente espacio al sombrero. Está cómoda y permite que lo esté el compañero de asiento.⁴⁰

Y en efecto, las pequeñas ilustraciones que acompañan el artículo contraponen la silueta envuelta en telas de las mujeres del pasado, alteradas por la interacción de sus sombreros y de sus vestidos con otros pasajeros del tranvía, a la silueta menuda, estrecha y elegante de la mujer moderna, cuya falda corta le permite subir al coche con la facilidad opuesta a las “trabadas” mencionadas arriba (Fig. 14).

Sin embargo, la relativa liberación del cuerpo que se observa en las representaciones sobre todo a partir de principios de la década del veinte, y que ha sido señalada en muchos trabajos,⁴¹ trae consigo nuevas exigencias. La flexibilización de los corsés,⁴² la reducción de las prendas de lencería, el desarrollo de una moda cada vez más práctica y menos ceñida modifica la silueta valorada como femenina, pero desplaza progresivamente la significación de feminidad hacia otras partes y hacia otros usos del cuerpo. En términos de postura y gestualidad, la compostura es reemplazada por una mayor insistencia en la gracia y la elegancia en el porte,⁴³ exigencias inespecíficas pero también más compatibles con un uso del cuerpo más flexible y con la aceptación progresiva de un cambio en las prácticas femeninas. La revista *Femenil*, por ejemplo, en un artículo que analiza distintas “siluetas de mujer moderna” entre las que están la

⁴⁰ “El tranvía y la moda”, *El Riel Porteño*, año 1, n° 2, septiembre de 1925, pp. 7-8.

⁴¹ Véase Traversa, *Cuerpos de papel*, *op. cit.*, *passim*; Kaczan, “Dosificación de los cuerpos emancipados. Licencias y reservas hacia la década del 20”, en *Representaciones...*, *op. cit.*, pp. 201-246; Paula Bontempo, *Para Ti: el cuerpo de la mujer moderna (1922-1928)*, tesis de maestría, Universidad de San Andrés, 2006, pp. 81-82.

⁴² Aunque muchos textos afirmen lo contrario, es necesario aclarar que los corsés no desaparecen, sino que se modifican. Los materiales se vuelven más livianos y flexibles, así como el armazón interno. Aparecen además las fajas. Ambos dispositivos contribuyen a configurar una nueva silueta tan disciplinada como la anterior. Me detengo más sobre este punto en la sección 2.2.

⁴³ “Mr. Rafford ha opinado que la mujer *graciosa* gusta al hombre más que la mujer *bella* (...) la mujer que gusta es la mujer elegante, la que viste con gusto”, se afirma en “¿Cuál es la mujer que gusta más al hombre?”, *El Hogar*, año 21, n° 811, 12 de mayo de 1925, p. 29; en *Para Ti* se reproduce un poema en que la voz halaga a su destinataria: “Hay en tu figura morena e inquieta / un desbordamiento de gracia exquisita / y tiene tu rítmico andar de coqueta / la elegancia clásica de una duquesita”, “Para ti”, año 5, n° 227, 14 de septiembre de 1926, p. 9. Son dos entre miles de ejemplos. La insistencia sobre la gracia y la elegancia responden también al giro en la concepción del cuerpo analizada por Georges Vigarello, según el cual a fines del siglo XIX comienza a concebirse el cuerpo como más regulado desde adentro que desde afuera. El reemplazo de la compostura, facilitada por un dispositivo de sujeción exterior, por la gracia, manifestación de un movimiento nacido desde adentro, vendría a ejemplificar esta idea. Con todo, las imposiciones externas no desaparecen con la mayor libertad de movimiento, de lo que es prueba la multiplicación de dispositivos de corrección del cuerpo en los años veinte, y que analizaré en el punto 3. Véase Vigarello, *Corregir el cuerpo. Historia de un poder pedagógico*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2005 [2001]; Traversa, *Cuerpos de papel*, *op. cit.*, pp. 241-242.

fumadora, la que escribe, la que silba y la “muy sport”, afirma que en el pasado “La falda larga era la cadena para toda la existencia; era el paso corto, los ademanes medidos, la timidez convencional y, en resumen, la vida exterior sometida a un protocolo tiránico y absurdo”, mientras que en el presente “No hay faldas largas, no hay prejuicios; no hay limitaciones para la alegría física de vivir; se puede correr, se puede saltar, y no cabe elegancia femenina y moderna sin la fórmula ‘muy sport’”.⁴⁴ Para ilustrar esta nueva tendencia, el dibujo que acompaña al texto muestra a una chica que al patear una pelota abre sus piernas casi ciento ochenta grados y deja ver, al levantársele la falda, muslos, rodillas y ropa interior (Fig. 15). Tales libertades modernas, inconcebibles apenas una década antes, no llegan sin embargo solas. En ese mismo número, la misma revista prescribe a sus lectoras las formas de ser chic *en* la modernidad, y asegura que “La verdadera elegancia estriba en la gracia espontánea” y que “Una mujer puede no ser linda, pero no se le puede perdonar el no ser elegante”.⁴⁵

En los años veinte, la gracia y la elegancia no eran, desde luego, términos novedosos para hablar de eso que definía a las mujeres como tales.⁴⁶ Pero a medida que las propias revistas ilustradas comenzaron a problematizar lo que se percibía como una creciente indistinción entre los sexos, tal como veremos en la última sección, la gracia y la elegancia se convirtieron en ese elemento suplementario que señalaba inconfundiblemente la pertenencia al género femenino. Contemporáneamente, otras partes y características corporales se asociaron a estos dos conceptos para definir con aún más detalle la feminidad.

1.4 *La blancura de la piel como expresión de la feminidad*

En cuanto a las partes del cuerpo femenino hacia las que se desplazó la significación de la feminidad una vez que la silueta serpenteante y la compostura perdieron representatividad, se observa una consolidación definitiva del tipo blanco europeo como ideal, una restricción que no tuvo la misma importancia, por otro lado, en la definición de la masculinidad. Por tipo blanco europeo entiendo un tipo físico de rasgos faciales angulosos, nariz estrecha, labios no demasiado gruesos, piel blanca y extremidades alargadas y delgadas. Si bien es evidente que tales características no pueden haber sido compartidas más que por una proporción limitada de mujeres argentinas, constituyeron un tipo que las revistas ilustradas promovieron —a través de

⁴⁴ “Siluetas de mujer moderna”, *Femenil*, año 2, n° 19, 18 de enero de 1926, p. 21.

⁴⁵ Bijou, “El arte de la elegancia y la belleza”, *Femenil*, año 2, n° 36, 17 de mayo de 1926, p. 42. Este artículo apareció un año antes en *El Hogar*, año 21, n° 817, 12 de junio de 1925, p. 25. Las dos versiones fueron acompañadas por ilustraciones que representaban a mujeres actuando la modernidad, una extendida lánguidamente sobre un sillón, la otra probándose un abrigo frente al espejo y mirando al espectador.

⁴⁶ Véanse, entre otros, “A la hora del té. Causerie femenina. Gracia y belleza”, *El Hogar*, año 7, n° 144, 15 de enero de 1910; “La gracia”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 61, 6 de marzo de 1912.

sus ilustraciones, de sus secciones de belleza, de sus retratos fotográficos y de las reproducciones de obras artísticas— como representativo de la feminidad en general.

Este fenómeno invita a ser pensado desde varios ángulos. Cabe preguntarse, por un lado, qué rol cumplieron en la consolidación de ese tipo como ideal las innumerables ilustraciones que se importaban del exterior para llenar las páginas de las revistas argentinas, lo que apunta hacia una internacionalización del imaginario racialista más que a una tendencia racista autónomamente argentina. Sin embargo, el hecho de que esas ilustraciones tuvieran eco y de que se las privilegiara en el espacio gráfico habla, aunque sea implícitamente, de las preocupaciones de índole racial vigentes en una Argentina que veía su composición poblacional modificarse diariamente con la llegada de inmigrantes.⁴⁷ Desde este punto de vista, la homogeneización racial visible en las representaciones de mujeres en las revistas puede pensarse como una contracara de la diversidad creciente de la población argentina. Por otro lado, y desde una perspectiva temporal más larga, creo necesario vincular el fenómeno, asimismo, a la gravitación de iconografías clásicas, pero también de un imaginario artístico más extendido sobre la belleza femenina que para principios del siglo XX estaba naturalizado en Argentina como ideal gracias, entre otras cosas, a la apertura de museos y colecciones públicas y a la circulación ampliada de reproducciones de obras artísticas en libros y revistas.⁴⁸ Este ideal blanco de corte clásico (y resonancias burguesas)⁴⁹ que la pintura y la escultura arrastraron

⁴⁷ Véase Fernando Devoto, *Historia de la inmigración en la Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana, 2009 [2002], pp. 364-379. Hay que señalar que las preocupaciones racialistas no se derivaron únicamente de la inmigración, sino que formaban parte de las inquietudes positivistas del período y deben ponerse en serie con la constitución de la antropología como disciplina, la discusión del concepto de “raza” y otros fenómenos relacionados (la fundación de museos etnográficos, el coleccionismo y comparación de cráneos, etcétera).

⁴⁸ A fines del siglo XIX, la ciudad de Buenos Aires fue sede de una serie de iniciativas privadas y estatales que intensificaron la circulación de arte europeo en nuestro medio, así como la formación de artistas argentinos en Europa, que al volver al país exhibieron sus obras y se convirtieron a su vez en formadores de artistas. La creación del Museo Nacional de Bellas Artes en 1895, la transformación de la escuela de la Sociedad Estímulo de Bellas Artes (creada en 1878) en Academia Nacional de Bellas Artes en 1905, así como las sucesivas exposiciones de artistas argentinos e inmigrantes (tanto en ámbitos institucionales como en bazares y comercios generales), las organizadas por *marchands* europeos en Buenos Aires, y las secciones artísticas en las exposiciones industriales son hitos de este proceso, que tuvo como correlato la aparición de cada vez más coleccionistas locales. A principios del siglo XX, muchas de estas colecciones privadas y otras tantas pinturas pertenecientes a colecciones europeas alcanzaron una visibilidad extendida a través de reproducciones en la prensa ilustrada. Las revistas *La Ilustración Sud-Americana*, *Caras y Caretas*, *El Hogar*, *Myriam* o *Plus Ultra* fueron verdaderas vitrinas de estas colecciones que, como indica María Isabel Baldasarre, “optaron por determinadas producciones artísticas en la medida que estas satisfacían las ideas burguesas de lo que debía ser no sólo el Arte, sino también tópicos más específicos como la belleza, la mujer, el trabajo, el paisaje, el retrato”. Sobre estas transformaciones véase Laura Malosetti Costa, *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*, Buenos Aires, FCE, 2001; María Isabel Baldasarre, *Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2006 (la cita es de p. 26). Sobre la circulación extendida de arte, véase la publicidad de la colección Galerías de Europa (con reproducciones de obras de museos) en *Plus Ultra*, año 9, n° 101, septiembre de 1924: “Gracias a estas publicaciones —dice el aviso— la pintura ha dejado de ser una cosa reducida a ciudades determinadas y hoy día puede ser gozada por todos”.

⁴⁹ Sigo aquí la idea de Baldasarre mencionada en la nota anterior. La autora señala, siguiendo a Pierre Bourdieu, que el tenor de las obras privilegiadas por el coleccionismo local obedeció al principio de “negación de la realidad social” que caracteriza, según Bourdieu, las prácticas de distinción del burgués. Me parece una interpretación sugestiva para pensar el significado de las obras de esas colecciones, luego reproducidas en la

consigo durante siglos, encontró en las revistas ilustradas un medio de difusión de alcances sin precedentes. Junto con el cine, las revistas lo jerarquizaron y se ocuparon de divulgar distintas formas de conformar la apariencia femenina a ese ideal. Al hacerlo, no solo lo popularizaron sino que, más aún, lo validaron como expresión privilegiada de la feminidad.

Pero la feminidad, según creo he venido sugiriendo, es una noción racial y de clase más que de naturaleza. Y es una noción fuertemente política en el sentido más primario del término, es decir, está ligada a la *polis*: no hay nada en ella del orden de la naturaleza, sino que, por el contrario, hunde sus raíces en exigencias sociales y culturales occidentales. En efecto, la feminidad que las revistas ilustradas promovieron a la vez como natural y como deseable, como hecho y como aspiración posible, fue una feminidad burguesa a la que se sumaron prescripciones fenotípicas precisas, y a la que las mujeres no burguesas podían aspirar adoptando una serie de estrategias físicas, gestuales y morales. Gran parte de la complejidad de la definición de feminidad en las primeras décadas del siglo XX, tal como se verifica en las revistas ilustradas así como en muchos otros discursos, recae en esta doblez, esta declaración de un ideal burgués (con ínfulas “aristocráticas”) como ideal universal contra el que deben medirse todas las mujeres,⁵⁰ y que por añadidura considera como natural un avasallante imperio del tipo blanco europeo en la definición de la feminidad.

Basta una cita de la popularísima *Caras y Caretas* para dimensionar la fuerza de este imperio ya a principios de siglo. En 1900, un artículo dedicado a analizar la “belleza exótica” de las mujeres que podían verse en la Exposición de París informaba que en las musulmanas de Bombay, “el óvalo de la cara es imperfecto; la prominencia de la mandíbula inferior da a la fisonomía algo de expresión animal; las líneas del cuerpo son groseras”, mientras que las mujeres de Ceylán tienen cabellos “negros y nada suaves; los labios gruesos y las narices chatas son enormes ventanas”. El articulista (utilizando una terminología racialista por cierto confusa), aunque empezaba el texto admitiendo el componente convencional en la apreciación de la belleza, no ahorra términos despectivos para describir los rasgos característicos de las mujeres de “razas indostánicas mezcladas con las mahometanas”, que el artículo exhibía como “ejemplares” en cuatro fotografías de mujeres retratadas de frente, sin sonreír (Fig. 16). Solo las javanesas, a quienes adjudicaba la “natural coquetería de la mujer”, recibían su aprobación por realizar “el ideal del tipo aristocrático dentro de las razas amarillas, por la finura de sus rasgos fisonómicos, la gracia de sus movimientos, el encanto de sus actitudes y la seducción de su gesto”. No es para nada infrecuente encontrar valoraciones de este tipo en las revistas

prensa, en un contexto signado a la vez por la inmigración y por las campañas de sometimiento de las poblaciones indígenas. Véase Baldasarre, *op. cit.*, pp. 26-34.

⁵⁰ Sobre el concepto de feminidad como un concepto de clase cuya definición excluye a las mujeres de sectores populares, véase Griselda Pollock, “Modernidad y espacios de la feminidad”, *Visión y diferencia. Feminismo, feminidad e historias del arte*, Buenos Aires, Fiordo, 2013 [1988], pp. 111-163.

ilustradas de principios de siglo.⁵¹ Lo que llama la atención, en todo caso, es su interacción constante con la valoración inversa del tipo blanco europeo. En ese mismo número de *Caras y Caretas*, por ejemplo, el lector podía encontrar otro artículo sobre las bodas en Noruega ilustrado con fotografías de mujeres sonrientes, rubias y de piel blanca, jerarquizadas por recuadros y una puesta en página dinámica, donde se afirmaba (sin miedo a la tautología) que “el bello sexo noruego se distingue por su notable belleza”.⁵²

La multiplicación de las publicaciones ilustradas que tuvo lugar en los primeros años del siglo solo aceleró la difusión del tipo blanco como expresión más refinada de la “naturaleza femenina”. Porque a pesar de que la generalización de la técnica fotográfica hizo posible una circulación ampliada de imágenes de mujeres de distintas características fenotípicas, lo cierto es que su sola presencia en las páginas de las revistas no contribuyó a relativizar el canon de belleza. Por el contrario, este es un ejemplo claro del modo como los dispositivos de representación colaboraron en la construcción del valor de lo representado. El poder de seducción de imágenes como los retratos de bellezas femeninas, o los retratos de actrices, se fundó tanto en las cualidades propias de esas imágenes (el modo como habían sido compuestas y fabricadas) como en los elementos contextuales que contribuyeron a darles una entidad distintiva respecto de otras representaciones de mujeres. La materialidad, la jerarquización gráfica y textual, la reiteración y la coincidencia de los valores representados por esos retratos con los que proponían otros mensajes como la publicidad o incluso la ficción funcionaron solidariamente para apuntalar una misma constelación de significados en torno, en este caso, del signo “mujer”. En cambio, aquellas representaciones que no coincidían con esa constelación tendieron a ser descartadas como expresiones minoritarias, poco representativas de las características primarias del “sexo” femenino en su conjunto, como es el caso de las representaciones de mujeres mestizas y criollas cuya silueta y color de piel, por más visible que estuviera en las revistas —por ejemplo, gracias a la fotografía y la pintura nativista—, no apareció como norma o como modelo de feminidad deseable sino, como analizaré en más detalle en el segundo capítulo, como un resto del pasado argentino o como manifestación del territorio. Esto implica, desde ya, una tensión entre las representaciones locales y globales de mujeres, pero no significa que estas últimas gravitaran menos por extranjeras sino, según se constata en el relevamiento, más bien al contrario, y eso gracias a la diferencia que establecían los dispositivos de visualización entre las imágenes que reproducían las revistas.

⁵¹ Las revistas recuperaban a su vez el léxico racialista de las publicaciones científicas del siglo XIX. Kathy Peiss, *Hope in a Jar. The Making of America's Beauty Culture*, Nueva York, Metropolitan Books, 1998, pp. 31-32. Véase también, la descripción de la fotografía de una mujer blanca como una “cara de facciones perfectas (...) cuyo contraste con los rostros negros [en la misma página] deja en plena evidencia el triunfo de la mujer de origen caucásico”. “Diferentes conceptos de belleza”, *Atlántida*, año 13, n° 589, 25 de julio de 1929.

⁵² “La mujer en la Exposición de París” y “Las bodas en Noruega”, *Caras y Caretas*, año 3, n° 106, 13 de octubre de 1900.

Beatriz Sarlo ha mencionado con razón la complementariedad entre los avisos publicitarios y los ideales de belleza sugeridos por folletines publicados en revistas como *La Novela Semanal*, señalando que en ambos, cuando se habla de la piel, “sus cualidades más deseables se vinculan al blanco”.⁵³ Las imágenes visibilizan este ideal con eficacia inigualable: al igual que los retratos de “bellezas femeninas”, las mujeres de las ilustraciones de ficción y de las publicidades ilustradas eran en su enorme mayoría mujeres de piel blanca. A esta preferencia concurría una razón puramente técnica que es preciso señalar, ya que aunque la incorporación de fotograbados de medio tono había habilitado, desde fines del siglo anterior, la transmisión de valores tonales mediante una matriz de puntos más o menos grandes, todavía en la segunda y tercera década del siglo una proporción importante de las ilustraciones que se reproducían en las páginas de las revistas ilustradas eran dibujos lineales, es decir, en los que las luces y sombras se resolvían mediante líneas cruzadas, más o menos juntas o directamente ausentes. Este tipo de ilustraciones, por lo general sintéticas y económicas en su utilización de los recursos plásticos, privilegiaban el uso de las líneas para expresar volúmenes o contrastes de luz y sombra y para diferenciar partes del cuerpo. La tonalización adicional de la piel en grados de oscuridad o blancura exigía una pericia técnica y un grado de detalle mayor al que cabía esperar en los clichés lineales producidos a contrarreloj por los talleres locales o los gastados (y muchas veces antiguos) clichés importados de las publicaciones extranjeras.⁵⁴ Por este motivo, aunque no estaba del todo ausente —en ocasiones el mismo sentido de la ilustración lo requería—, ese grado de detalle no era usual, con la consecuente homogeneización del color de la piel humana o su reducción a negro o blanco en un número variable, pero no menor, de las imágenes que circulaban en la prensa ilustrada.

Con todo, es claro que las razones técnicas no explican lo suficiente la sobrerrepresentación de la piel blanca; como se ha dicho, el fotograbado de medio tono, que sí permitía expresar valores tonales, estaba ampliamente disponible ya para fines de siglo, y se utilizaba de hecho regularmente en la reproducción de fotografías, de pinturas, y en otra gran cantidad de ilustraciones. Pero aun en este tipo de imágenes la proporción de mujeres de piel oscura es mucho menor que la de las de piel blanca, y cuando aparece conlleva por lo general toda otra serie de significaciones ligadas, como hemos visto, ya a la anomalía, ya al exotismo.

⁵³ “Los lectores: una vez más ese enigma”, *El imperio de los sentimientos. Narraciones de circulación periódica en la Argentina, 1917-1927*, Buenos Aires, Norma, 2000 [1985], p. 66.

⁵⁴ Las revistas *Atlántida* y *Fray Mocho*, por ejemplo, reproducían todavía en los años veinte ilustraciones lineales de, entre otros, Charles Dana Gibson (como *El Hogar*, *El Plata Ilustrada*, *La Vida Moderna* y otras hacia el Centenario), aunque según Carolyn Kitch, en Estados Unidos la celebridad de su “Gibson Girl”, una idealización de la joven norteamericana, de piel blanca y rasgos afinados, no perduró más allá de fines de la primera década del siglo. Hacia 1918, Gibson compró y tomó la dirección de la revista *Life*, que tuvo una edición local, *Vida Ilustrada*, fundada también en 1918, que posiblemente actuara como agencia para sus ilustraciones en el ámbito local. Sobre Gibson y la Gibson Girl, Kitch, “The American Girl”, *The Girl on the Magazine Cover. The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*, Chapel Hill y Londres, The University of North Carolina Press, 2001, pp. 37-55.

En este sentido, las imágenes cristalizan un deseo con alta aceptabilidad social; le dan cuerpo a la creencia en que “No hay cara hermosa sin cutis blanco y fino”, tal como resume la publicidad de Lait de Beauté, un producto que se promueve como “insuperable para blanquear y aterciopelar el cutis”.⁵⁵ Desde luego, blanquear la piel no significa solamente pasar de moreno a blanco, sino también quitar las manchas y los accidentes que le quitan pureza a los rasgos faciales. Pero la intensísima aparición del deseo de blancura y de rasgos caucásicos en las cartas de lectoras, en las descripciones de las heroínas de las ficciones,⁵⁶ en las ubicuas secciones de consejos y secretos de belleza⁵⁷ y, por supuesto, en los avisos publicitarios,⁵⁸ indica, en efecto, que la blancura de la piel condensa algo más que la voluntad de tener una piel sana y sin manchas. ¿Contra qué lucha tanto este deseo de blanqueamiento?

Porque, de hecho, en el Buenos Aires de 1910 hay una proporción visible de mujeres de piel más o menos oscura. Aunque aparecen menos frecuentemente, las imágenes de las revistas no ocultan esta evidencia; no lo hacen las secciones de belleza, que proveen una y otra vez fórmulas para blanquear la piel y responden a las consultas de las lectoras sobre ese tema;⁵⁹ ni

⁵⁵ PBT, año 7, n° 267, 1 de enero de 1910.

⁵⁶ La blancura y los rasgos afinados aparecen ligados, en general, a la belleza. En “Torbellino”, de Carlota Prosperí, la bella esposa traicionada que a su vez ha tomado un amante se describe como “rubísima, rosada, risueña, aniñada”, *El Suplemento*, año 7, n° 143, 3 de marzo de 1926. En “Nostalgia del pasado”, de Pablo Matthiex, un anciano rememora con emoción “aquel hermoso cuerpo, blanco como un mármol, suave como una seda” de su amor de juventud (*Iris*, año 1, n° 1, 5 de marzo de 1920). En el poema “Historieta”, de Ángel Menchaca, una mujer con muchos pretendientes se describe con “La tez blanca, sonrosada / pequeñas las orejas, / de fina curva las cejas / y la frente despejada”, en *Caras y Caretas*, año 8, n° 359, 19 de agosto de 1905. La dimensión de clase de la blancura es patente en la descripción de mujeres no burguesas: en “La sirvienta”, de Ada Negri, una empleada doméstica es caracterizada como “toza de cuerpo y grosera de rostro, con ojos oblicuos de japonés (...) en una máscara que parecía esbozada en la piedra a hachazos”, con una “trenza color de herrumbre” y un rostro “martillado brutalmente en el granito rojizo”, *Iris*, año 1, n° 4, 26 de marzo de 1920. Inversamente, una criolla “agraciada, blanca, ojos negros (...) era demasiada mujer para vivir en el desierto”, *Caras y Caretas*, año 7, n° 303, 23 de julio de 1904.

⁵⁷ Entre otras miles de valoraciones de la blancura, en la sección “Nuestra belleza, señora” se afirma que “Una piel es realmente bella cuando es fina, lisa, fresca y discretamente coloreada”, *Femenil*, año 2, n° 55, 27 de septiembre de 1926, p. 81. Del mismo modo, la autora de la sección “Mis secretos” de *La Mujer y la Casa* se lamenta de la propensión a las pecas de “Los cutis tan hermosos de las rubias y de las castañas de una blancura nacarada”, año 5, n° 50, noviembre de 1923, p. 29. Pero al mismo tiempo que prescriben la blancura, las secciones de belleza advierten contra la artificialidad de la blancura: “Muchas mujeres creen que esclarecen su tez, eligiendo unos polvos blancos o de un matiz demasiado claro”, condena por ejemplo Madame Marie en “El saber empolvarse”, *Femenil*, año 2, n° 52, 6 de septiembre de 1926, p. 33.

⁵⁸ “En nuestro propio país —dice un aviso de cera mercolizada— miles de mujeres que ni lejanamente tenían ni la más mínima pretensión de ser ‘hermosas’, tras un breve tratamiento han visto sus rostros transformados. (...) El oxígeno contenido en la cera mercolizada (...) logra recuperar todas las características de la primera juventud: blancura, lozanía, tersura, verdaderos tesoros resplandecientes que toda mujer desea”, *El Suplemento*, año 7, n° 143, 3 de marzo de 1926. La paradoja pasa inadvertida en este aviso, que afirma a un solo tiempo que las mujeres del país que no podían aspirar a ser hermosas (¿por sus características fenotípicas?), han recuperado (como si ya estuviera allí) lo que a su vez desean (es decir, lo que no está allí): la blancura.

⁵⁹ La recomendación de frotar la piel con una mezcla de glicerina y limón, una receta casera para blanquear el cutis, aparece en innumerables respuestas a cartas de lectoras. Aunque discursivamente valoran la piel blanca/sonrosada, las secciones de belleza reconocen los diferentes tonos de piel. Véanse los consejos para aplicar polvos de arroz de diferentes tonalidades según el tono de la piel en “Nuestra belleza, señora”, *Femenil*, año 2, n° 48, 9 de agosto de 1926, donde se recomiendan para morochas los polvos color ocre que aparecen a su vez en los avisos de cosméticos como los de marca L.T. Piver, en *Athéna*, año 1, n° 3, 1928, cuyas tonalidades se venden por separado, o los de Le Sancy, que vienen en una sola caja tricolor, en *Aconcagua*,

siquiera lo hacen los avisos de productos cosméticos, que examinados de cerca sí ofrecen polvos y cremas para mujeres de piel morena.⁶⁰ ¿Por qué, entonces, esta insistencia en la blancura? ¿Qué beneficios promete la piel blanca que la piel negra niega? Hasta cierto punto, la respuesta a esta pregunta (que ha tenido, por cierto, muy diversas respuestas) es que a principios del siglo XX, la blancura funciona como uno de los significantes de la feminidad. Y la feminidad, según hemos visto, es la forma legítima de aparecer como mujer en sociedad. La blancura es más aún, en algunos discursos, la forma *moderna* de la feminidad. Véase si no el poema que acompaña la icónica fotografía de Man Ray producida en 1926 para *Vogue*, que la edición local de la revista reprodujo apenas un mes después que la edición francesa, en la que bajo el título “Visage de nacre et masque d'ébène” se contraponen el rostro blanco de una mujer a una máscara africana de color oscuro (Fig. 17). El enigmático poema contraponen, también, una “naturaleza primitiva” a la “blanca criatura evolucionada” que guiará a la especie humana hacia el progreso, y que presuntamente es la mujer de la fotografía. Blancura, feminidad y modernidad no son, pues, términos vinculados al azar.⁶¹

La blancura y tersura de la piel se vinculan por otro lado con la exigencia más general de “prestigio” y “distinción”, cualidad que se asume todas las mujeres comparten por lo menos como aspiración. Hasta una publicidad pequeña, en una revista rústica, barata y mal impresa como *La Vida Moderna* repite el adagio “Señora: ¿quiere conservar su prestigio y ser el encanto del hogar? Sí... Pues conserve su belleza y para ello consulte a la Doctora Bulnes”. Lo acompaña el rostro de una mujer blanca emergiendo de una rosa también blanca con la mirada confiada en el futuro.⁶² La asociación es tan convencional como efectiva, no solo porque la mujer se mimetiza con la rosa, una flor distinguida que puede marchitarse en solo un día, sino

año 1, nº 1, enero de 1930. Tómese nota de que la mezcla de colores y la adopción de un color más oscuro y “exótico” fue una práctica considerada moderna y cosmopolita en algunos momentos de los años veinte en diferentes geografías. Cfr. “Fantasies of Universality? *Neue Frauen*, race and nation”, en AA.VV., *The Modern Girl Around the World. Consumption, Modernity and Globalization*, Durham y Londres, Duke University Press, 2008, pp. 317-344.

⁶⁰ Cecilia Tossounian interpreta esta oferta local de cosméticos para distintos tonos de piel como una forma de señalar el carácter mixto de la sociedad argentina y el peso de la inmigración, aun cuando las mujeres representadas fueran siempre blancas. Véase “Forging a beautiful nation: beauty culture, physical culture and women”, *The Body Beautiful and the Beauty of Nation: Representing Gender and Modernity (Buenos Aires 1918-1939)*, tesis de doctorado, European University Institute, 2010, pp. 172-174.

⁶¹ La foto, luego conocida como *Blanche et noire*, fue reproducida en el número de mayo de 1926 de la edición francesa de *Vogue*, y aquí en junio del mismo año (año 11, nº 66), con el mismo título y puesta en página. Sobre la importancia de la contraposición entre blancura moderna y negrura primitiva en la definición de una feminidad moderna, y la noción de que la instancia del consumo (sobre todo de cosméticos y vestuario) otorgaba control sobre la apariencia racializada, en un momento de especial visibilidad de la otredad en un contexto internacionalizado, ver Alys Eve Weinbaum, “Racial masquerade. Consumption and contestation of American modernity”, en AA.VV., *The Modern Girl Around the World. Consumption, Modernity and Globalization*, *op. cit.*, pp. 120-146. Sobre la asociación de las mujeres afroamericanas con el pasado, véase el capítulo 2.

⁶² Aviso de Instituto Dermatológico Bulnes, *La Vida Moderna*, año 4, nº 146, 26 de enero de 1910.

porque su color se asocia tradicionalmente a la pureza, aquello que el producto promete ayudar a conservar.⁶³

La publicidad, que en estos años se globaliza obedeciendo a la circulación abaratada de mercancías y a las políticas de importación flexibles,⁶⁴ es el discurso que con más frecuencia pone en palabras este ideal de blancura, presentado al mismo tiempo como naturaleza y como deseo. Eso es lo que sugiere la sofisticada teoría del color del rostro que ocupa media página de un aviso de Agua Nupcial (las nupcias, a las que las mujeres llegan en teoría “sin mancha”, remiten por supuesto a la blancura):

Una combinación de colores blanco y rosado, combinados de suerte que el blanco parezca dominar, constituye el más hermoso color del cutis. (...) Lejos de ser igual en todas partes, el colorido debe tener sus matices y gradaciones: el vivo encarnado de las mejillas debe irse apagando y terminar en blanco en la parte inferior del rostro. La blancura de la frente es donde debe brillar con mayor intensidad (...); debe aparecer ligeramente teñida de azul al acercarse a las sienes. (...) El carmín de los labios debe ser del color del capullo que se abre en su cultivado rosal; y el contorno de la boca conviene que tenga la blancura del alabastro. (...).

Para la mujer a quien la naturaleza no le ha brindado todas esas perfecciones, existe la incomparable Agua Nupcial, que suple lo que natura no dió.⁶⁵

Pero el discurso publicitario, aun siendo aspiracional, convencional y globalizado, no es un discurso autista que funciona en una realidad paralela, ajeno a toda la dinámica social. Por el contrario, es un discurso que extrae su fuerza interpelativa de la confrontación de las mujeres reales con una imagen ideal que es también una definición prescriptiva de la feminidad, es decir un conjunto de rasgos a los que deben conformarse las personas de sexo femenino para funcionar como mujeres dentro de una sociedad. La eficacia de la publicidad en la incitación de prácticas de consumo anida de hecho en la brecha que separa a las mujeres reales de esa definición, que se refuerza igualmente en la interacción con los retratos de bellezas femeninas, con los figurines de las páginas de moda y con las heroínas románticas de los fotogramas de cine y de las ilustraciones de ficción. Las representaciones de mujeres que aparecen en la prensa funcionan en este aspecto como un verdadero sistema, un conjunto de elementos solidarios enlazados entre sí. No sorprende, por este motivo, encontrar en el correo de lectores de *El Hogar* a esa misma Agua Nupcial recomendada a una lectora autodenominada “Iris de

⁶³ De todas las flores, la rosa es símbolo tanto de la Virgen (“rosa sin espinas”, virgen) como de Venus, por su belleza y fragancia. La rosa blanca es específicamente símbolo de pureza. James Hall, *Dictionary of Signs and Symbols*, Londres, John Murray, 1989 [1974], p. 268. En otro aviso, el mismo producto promete “específicos vegetales que dan blancura”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 166, 15 de junio de 1910.

⁶⁴ Sobre la globalización de la publicidad de cosméticos entre 1920 y 1930, y el rol central que la joven moderna que blanquea su rostro cumple en esas publicidades, véase AA.VV., “The modern girl around the world. Cosmetics advertising and the politics of race and style”, en *The Modern Girl...*, *op. cit.*, pp. 25-54.

⁶⁵ *PBT*, año 7, n° 291, 25 de junio de 1910.

Florencia”, y nuevamente, unas líneas más abajo, a “Una suscriptora de Santiago del Estero” y a “Las morochas de Floresta”.⁶⁶

1.5 *Manos, pelo, piel: formas y texturas distinguidas, y su opuesto*

Por otra parte, aunque la cara era el lugar del cuerpo femenino que condensaba las mayores exigencias sociales, la blancura se requería asimismo en otras partes del cuerpo, especialmente las manos y el cuello. En estas partes, la blancura de hecho funcionaba como índice de distinción ya que negaba la explotación del cuerpo en tareas que pudieran afectar la pureza de sus cualidades naturales.⁶⁷ Como veremos más adelante, esto no solo excluía de la representación de feminidad a las mujeres de cuerpos deformados a causa del trabajo, sino que consolidaba a una feminidad ociosa, burguesa o “aristocrática”, como norma natural. De ese modo, la asociación de la posición social con ciertas características del cuerpo las validaba y prescribía su reproducción.

La idea de *reproducción* de la naturaleza era precisamente la que sostenía, por ejemplo, un aviso de jabón que al tiempo que afirmaba la transmisión hereditaria (es decir natural) no ya solo de los genes sino de la “distinción”, invitaba a las consumidoras a conseguir con el uso metódico del producto las mismas características de la piel de una mujer “aristocrática”: “Muchas generaciones de rancia aristocracia dan a las manos la misma distinción, el mismo matiz marfileño, la misma suavidad de piel que el jabón Heno de Pravia usado con constancia en el cuidado diario”, aseguraba el aviso, ilustrado con una mano femenina apoyada sobre un blasón heráldico de fondo oscuro contra el que destacaban cinco dedos blancos y largos

⁶⁶ “Nuestro buzón”, *El Hogar*, año 7, n° 152, 15 de mayo de 1910.

⁶⁷ Anulando la existencia del trabajo manual femenino, la revista *Elegancias* informa que “El proverbio que dice ‘*las manos negras hacen comer pan blanco*’, puede ser excelente para el artesano o para el obrero, pero no para las damas. (...) La mano debe conservarse blanca, con una epidermis suave y sin manchas”, en “El cuidado de las manos”, año 3, n° 31, mayo de 1913, p. 20; en otro número, la redactora dice “Recomiendo no hacer ningún trabajo de la casa (...) sin protegerse las manos con guantes”, “El tocador de la parisiense. Las manos”, *Elegancias*, año 3, n° 34, suplemento práctico n° 6, enero de 1914, p. 2. Del mismo modo, en una revista más barata como *Fray Mocho* se afirma que “Una mano delicada, con los dedos afilados y las uñas rosadas, demuestran la condición social”, “Entre nosotras”, año 5, n° 197, 4 de febrero de 1916, y la revista *Femenil* se pregunta “¿Pueden ser hermosas las manos que trabajan?”, en “El cuidado de las manos”, año 2, n° 54, 20 de septiembre de 1926.

Una valoración inversa de la blancura de las manos sostuvieron algunos periódicos anarquistas, como *Nuestra Tribuna*. En su n° 3, del 15 de septiembre de 1922, Herminia Brumana publicó un breve texto que contraponía “unas manos blancas, tan blancas que parecían sin vida” que “nunca han plantado un árbol, ni empuñado herramientas de labor”, a las que “nadie las mojó con lágrimas” porque habían sido “ociosas, inútiles”, a unas manos “rugosas, ásperas, encallecidas [que] habían empuñado muchas veces el instrumento de labor”. Al morir, “Tantas lágrimas, tantas flores había sobre ellas que parecían unas blancas y suaves manos (...) porque fueron útiles y buenas”. Es preciso notar que aunque el texto valora la deformación de las manos a causa del trabajo, confirma como “naturaleza” la blancura ya que la propone como estado primario que el trabajo modifica, y que simbólicamente las manos encallecidas recuperan al morir gracias a su utilidad.

rozando con las yemas una pastilla de jabón (Fig. 18).⁶⁸ El “tocamiento ritualizado” del producto, característico según Goffman de la ritualización de la feminidad, contribuía gráficamente a vincular a esta última con el uso del jabón.⁶⁹ El aviso demostraba además que a la blancura se agregaban como requerimientos la fineza de las extremidades y la suavidad de las superficies de la piel,⁷⁰ de allí que en las secciones de moda y belleza abundaran las indicaciones para otorgar a las manos, al igual que a las piernas y el cuello, una apariencia cercana al ideal.⁷¹

Pero es interesante notar, por otro lado, que este ideal, por su larga vigencia, se hallaba compenetrado en el imaginario social con la noción misma de mujer, tal como demuestra su presencia en los textos y las representaciones visuales de un espectro muy amplio de revistas. Tal era su grado de naturalización que una revista declaradamente feminista como *Unión y Labor* podía informar en tono aprobatorio, sin que ello entrase en contradicción, por caso, con la defensa de las mujeres trabajadoras, que “algunas señoras ya han adoptado el guante lustrado interiormente para conservar la suavidad de la epidermis y modelar los dedos, que por groseros que sean adquieren con el cuidado un aspecto bastante aceptable”.⁷² Y esta afirmación habría encontrado un eco en la figura femenina asomada a un palco de teatro que ilustraba una publicidad de guantes aparecida casi contemporáneamente en *Elegancias*, cuyas manos y antebrazos enfundados en unos guantes blancos captaban desde el centro de la página la fantasía del lector.⁷³ Tal vez, incluso, el mismo lector que más tarde describiría a la mujer de sus sueños como “una joven de unos veinte abriles, de mirada soñadora, alta, delgada, cutis alabastrino, ojos de turquesa, cabellos sedosos, de un rubio de oro, labios de rubí, que al sonreír

⁶⁸ *La Nación Magazine*, año 1, n° 4, 28 de julio de 1929, p. 22. La transmisión genética de la aristocracia aparecía ya como idea en el segundo artículo de *Elegancias* citado arriba, donde se la se adjudicaba al duque de Montpensier, según quien para tener manos aristocráticas se necesitaban al menos “tres siglos de absoluta holganza en la familia”.

⁶⁹ Erving Goffman, *Gender Advertisements*, Nueva York, Harper & Row, 1979 [1976], p. 29.

⁷⁰ A las múltiples representaciones visuales de los dedos alargados se sumaban también las celebraciones poéticas de esos rasgos. En un poema titulado “El guante” se describe esa prenda, extraviada, del siguiente modo: “en la gracia perlada / de su forma, la huella / de una mano alargada... / (...) ¿A qué mano de ensueño / pertenece este guante / perfumado y pequeño?”, etc., *Femenil*, n° 17, 4 de enero de 1926, p. 16.

⁷¹ Entre muchos otros, recetas para blanquear, suavizar y afinar las manos con cera, esperma de ballena, aceite, agua de Colonia y esencia de rosa en “Informes útiles”, *PBT*, año 7, n° 288, 4 de junio de 1910; con polvo de castañas, avena, benjuí y azúcar, en “Secretos de la belleza femenina”, *El Hogar*, año 7, n° 290, 23 de abril de 1915; con benjuí, limón, aceite y grano de almendra, en “La edad y las manos”, *Femenil*, año 2, n° 19, 18 de enero de 1926; con limón, glicerina, agua de rosas y benjuí en “¿Quiere tener las manos suaves y blancas?”, *Almanaque de la Mujer*, año 2, n° 2, 1930, p. 255. Las recetas demuestran que entre 1910 y 1930 no cambiaron ni los ingredientes ni los métodos (por ejemplo, dormir con guantes después de aplicar las mezclas, masajear, subir las manos).

⁷² “Para el hogar”, *Unión y Labor*, año 4, n° 43, 21 de abril de 1913, p. 26.

⁷³ Aviso de Gant Perrin, *Elegancias*, año 3, n° 31, mayo de 1913, p. vii. Griselda Pollock ha señalado que la figura de la mujer en el palco que desvía su mirada y se exhibe para ser mirada (exactamente como en este aviso) fue uno de los motivos recurrentes con los que la imaginería (pintura e ilustraciones) del siglo XIX representó la posición social de las mujeres como objetos y no sujetos de la mirada. “Modernidad y espacios de la feminidad”, *Visión y diferencia*, op. cit., pp. 141-144. También Tamar Garb, “Género y representación”, en AA.VV., *La modernidad y lo moderno. Pintura francesa en el siglo XIX*, Madrid, Akal, 1998, pp. 227-234.

dejan traslucir dos hileras de perlas purísimas ¡y sus manos! ¡Ah, sus manos! Finas y blancas pero muy poco se le ven, su dueña las lleva casi siempre enguantadas”.⁷⁴

El convencionalismo de esta última descripción, una de las tantas contribuciones de los lectores de la rústica revista *Vida Porteña* a su sección “Confidencias, siluetas, encuestas y flirts”, demuestra el grado de penetración de algunas imágenes literarias y visuales en la fantasía popular, así como la importancia de partes específicas del cuerpo femenino en la idea misma de feminidad. La fascinación ejercida por la calidad del pelo, por ejemplo, por momentos cercana al fetichismo, tenía su correlato en muchas de las publicidades de productos para el cabello, en los que no es difícil reencontrar a la ninfa de la Antigüedad clásica, que haría las delicias de Aby Warburg, perdida dentro de matas de pelo ondulante, abundante y sedoso. Su presencia en muchas de las figuras femeninas que ilustran esas publicidades, pero también otro tipo de ilustraciones, aun en los años veinte, cuando la melena corta ya se había convertido en norma, habla elocuentemente de la larga persistencia de algunos tópicos a la hora de representar la feminidad (Fig. 19 a-d).⁷⁵

Respecto del color del pelo, el tipo blanco europeo admitía coloraciones diversas, pero era el pelo rubio el que despertaba un tipo de aprobación no pocas veces vinculada a cierta suavidad de carácter y, nuevamente, a la idea de distinción, en un ejemplo claro del modo como

⁷⁴ “Confidencias, siluetas, encuestas y flirts”, *Vida Porteña*, año 5, n° 182, 8 de mayo de 1917.

⁷⁵ La ninfa, “fórmula emotiva” originaria de la Antigüedad clásica, cuya supervivencia en el arte del Renacimiento obsesionó a Warburg, y que él identificó como “una figura femenina que exhibe de nuevo un intenso e injustificado movimiento en la vestimenta y el cabello”, “cuyos cabellos ondean a ambos lados”, se revela también, según Kurt W. Forster, como “una fantasía masculina tardo-victoriana: la perfecta encarnación de un deseo erótico. (...) No necesariamente viene representada ella misma ‘en movimiento’, pero provoca los sentidos del observador con sus ‘formas accesorias en movimiento’”, entre ellas especialmente su cabello. Forster sigue aquí a Gombrich, para quien el interés de Warburg en la ninfa era notablemente contextual, vinculado a un ámbito histórico-artístico en el que “los semanarios de entretenimiento podían todavía considerar una muchacha en bicicleta o una joven que jugaba al tenis como un argumento agradablemente *risqué*”, y en el que “Pronto, las audaces exhibiciones de Isadora Duncan en hábitos sinuosos y pies descalzos se impondrían como el manifiesto de un nuevo código de comportamiento”. Aunque Warburg no logró explicar el problema de la irrupción de estas figuras ajenas en períodos y culturas distantes, sí apuntó que la aparición de este motivo de tan extensa trayectoria —que él mismo identificó incluso en los semanarios casi contemporáneos a los aquí analizados (véase por ejemplo el panel 77 de su *Atlas Mnemosyne*)— habría funcionado como forma de representar no solo la “belleza consciente” y “el tipo característico de la mujer joven de la Antigüedad clásica” sino también “específicas condiciones de acción y de excitación psicológica” (la frase es de Foster) en un contexto cultural en profunda transformación: el Renacimiento, pero también el propio inicio del siglo XX durante el cual Warburg desarrolló sus investigaciones. En una addenda, Warburg especificó además las fuentes antiguas y renacentistas que indicaban que el uso del pelo suelto era signo de virginidad y soltería, y la reaparición de figuras peinadas *alla ninfa* en las procesiones y las representaciones dramáticas de tema mitológico durante el Renacimiento fue condenada por Savonarola como símbolo de lujuria mundana. La conclusión es que la ninfa representó belleza, juventud, quizás fecundidad y sexualidad manifiesta. El tema ofrece perspectivas fascinantes: ¿puede vincularse la reaparición en la imaginería popular de esa figura, y especialmente de su cabello, al estatus cambiante de la feminidad en este contexto? Las definiciones de Warburg provienen de su estudio “El Nacimiento de *Venus* y la *Primavera* de Sandro Botticelli. Una investigación sobre las representaciones de la Antigüedad en el primer Renacimiento italiano” [1893], en *El renacimiento del paganismo. Aportaciones a la historia cultural del Renacimiento europeo*, Madrid, Alianza, 2005, citas en pp. 95-96, 128, 315. La cita de Forster, en su introducción al mismo volumen, p. 23, donde cita la opinión de Gombrich vertida en *Aby Warburg. An Intellectual Biography*, Londres, The Warburg Institute, 1970.

la “naturaleza” asumía un significado cultural.⁷⁶ En este punto, el color del cabello simbolizaba con frecuencia anodina la polarización sumamente convencional de las representaciones de mujeres en buenas o malas, dóciles o bravas, inocentes o atrevidas,⁷⁷ aun cuando en términos visuales la representación del cabello claro planteaba mayores dificultades técnicas que la del pelo oscuro, sobre todo en las ilustraciones lineales en blanco y negro. En estos casos, sin embargo, las imágenes se apoyaban fuertemente en los textos para reproducir nociones convencionales sobre estas dos supuestas variantes dicotómicas de la feminidad.

En 1926, por ejemplo, un artículo de *Femenil* de dos páginas exhibía en grandes dimensiones dos rostros femeninos con mínimas diferencias entre sí flanqueando la pregunta “¿Son más interesantes las rubias o las morochas?”.⁷⁸ En el texto que seguía, un articulista ficcionalizaba el encuentro de un grupo de hombres con dos mujeres de cuyos rasgos físicos se derivaban asimismo variantes de actitud. La morocha, decía el articulista, “se desembozó de golpe, gallardeando ante el espejo, como una yegua joven, de mucha sangre. Menuda y vivaracha, compuso ante el cristal toda una sinfonía de mohines; ya era el liviano arquear de su cabecita, ya el mostrarnos su lengüecilla entre un morder de labios, ya una sonrisa de través, intencionada y alevosa”. En cambio la mujer rubia, aquella que los hombres del texto declaraban preferir de forma unánime, “Mirábase al espejo con un deleite melancólico, contemplando su cuello, carnoso y firme, y sus hombros, blancos e ilustres, como los de Diana de Poitiers. Tenía las mejillas combas y la nariz acaballada, en rasgos patricios; y sus ojos, azules y desmayados, eran pregonos de renunciación”. La dicotomía era clara en este texto, que oponía un tipo físico moreno representativo de una naturaleza asalvajada, cercana a la animalidad y excesiva en sus gestos, miradas y demostraciones, a una feminidad caracterizada por su blancura, refinada al punto de parecer la pintura de una mujer célebre precisamente por su cabellera, en la que se combinaban docilidad (melancolía, renunciación, desmayo) y un tipo de distinción física otorgada por la clase social (hombros ilustres, rasgos patricios).

Esto no significa, desde luego, que las revistas ilustradas no visibilizaran tipos físicos divergentes del canon blanco europeo. Lo que llama la atención, en todo caso, es la utilización de los rasgos físicos para legitimar un tipo restrictivo de feminidad. A la interacción entre publicidades, ilustraciones de ficción y retratos fotográficos de debutantes y actrices se

⁷⁶ En este y otros puntos, como veremos en la segunda sección, la “naturaleza” podía verse modificada por intervenciones sobre el cuerpo, pero esto no disminuye la fuerza significativa que algunas características corporales tuvieron sobre la definición de la “naturaleza femenina”. Sobre la conveniencia de teñir o decolorar los cabellos, véase Bijou, “El artificio y la elegancia”, *El Hogar*, año 13, n° 812, 8 de mayo de 1925.

⁷⁷ Griselda Pollock ha hecho referencia a esta polarización cultural de la feminidad que a través de los tropos de la *dark lady* o mujer oscura y la *white lady* o mujer blanca contraponen una feminidad domesticada a otra peligrosa. Según Pollock, a partir del Renacimiento esta polaridad, que ya existía en la tradición judeocristiana entre vírgenes y magdalenas, se relocalizó en la diferencia racial. “A tale of three women: Seeing in the dark, seeing double, at least, with Manet”, *Differencing the Canon. Feminist Desire and the Writing of Art's Histories*, Londres y Nueva York, Routledge, 1999, p. 249.

⁷⁸ *Femenil*, año 2, n° 19, 18 de enero de 1926, pp. 12-13.

sumaban, en esta operación, las reproducciones de obras de arte. Muchas de las revistas ilustradas que circularon entre 1910 y 1930 incluían este tipo de imágenes, por lo general distinguidas de otras secciones por su ubicación (a veces la portada), su orientación (en ocasiones perpendicular a la dirección natural de la mirada) y su materialidad. Pero esta aparente descontextualización solo contribuía a jerarquizar la representación reproduciendo ficcionalmente la unicidad (y con ella el aura) perdida en la multiplicación de la imagen impresa. Los epígrafes, por otra parte, cumplían la función de señalar el carácter artístico, y por eso notable, de la obra objeto de la reproducción, con enorme frecuencia una figura de mujer. Entre las revistas femeninas, *Para Ti* fue una de las que demostró mayor constancia en la reproducción de obras del patrimonio artístico europeo no ya solo para refinar la sensibilidad estética de sus lectoras sino, principalmente, para otorgar espesor histórico a los modelos de belleza propuestos en otras partes de la publicación. Pinturas neoclásicas de mujeres blanquísimas y lejanas, como el retrato de Mary Bloxam por Thomas Laurence (c. 1824, Fig. 20), o el de Margaret Macdonald, de Henry Raeburn (1814) (titulado Juliette en la portada de *Para Ti*), encontraban su continuación en el interior de la revista en las secciones de “Obras de arte”, impresas sobre papel ilustración y organizadas en una puesta en página muy similar a la que se otorgaba, por ejemplo, a las secciones de bellezas femeninas, donde las retratadas reproducían los gestos de las figuras pintadas: la mano sobre el pecho, los dedos extendidos, la cabeza de lado o la mirada perdida.

Las relaciones compositivas podían llegar a interesantes extremos, como en la serie de fotografías modeladas sobre célebres retratos femeninos que se hizo tomar un conjunto de señoritas distinguidas durante una fiesta de beneficencia. En la serie, que la revista *Femenil* reprodujo entre enero y febrero de 1929 (y una de cuyas fotos apareció también en el *Almanaque de la Mujer*), las mujeres recreaban los modelos pictóricos en vestimenta, pose y escenario, con el efecto singular de que al “reflejar con rara exactitud”, “dar vida nuevamente a la famosa tela”, prestarse “admirablemente para reproducir (...) la hermosa tela” y realizar “fielmente el famoso cuadro”,⁷⁹ las mujeres se proponían como encarnaciones visibles y contemporáneas de los valores de belleza y feminidad representados por esas obras notables (Fig. 21 a-c). Aunque nunca con tal grado de identificación, relaciones similares aparecían en

⁷⁹ Cito los textos que acompañaron cada uno de los retratos, reproducidos a página completa. En orden corresponden al de Lía Elena de Elizalde (sobre *En los toros*, de Zuloaga, en el n° 178, 18 de febrero de 1929), Emilia Frías Ayerza (sobre la *Sibila de Cumas*, de Domenichino, n° 179, 25 de febrero de 1929), Marta Rodríguez Alcorta (sobre el *Autorretrato* de 1790 de Elisabeth Vigée-Lebrun, n° 176, 3 de febrero de 1929), Matilde y Susana Frías Ayerza (sobre el *Autorretrato con su hija*, de 1789, también de Vigée-Lebrun, n° 174, 21 de enero de 1929). Este último apareció también reproducido en *El Hogar*, n° 1002, 28 de diciembre de 1928, y de nuevo en el *Almanaque de la Mujer* de 1929, y es de señalar que la obra original formaba parte de la cultura visual local ya que ya en la década del diez había sido reproducida en *El Hogar* entre los “grabados artísticos” que la revista ofrecía gratuitamente a cambio de un cupón. La obra era caracterizada, más aún, como “una de las obras más populares y encantadoras del arte pictórico”, y como uno de los asuntos “tiernos e inspiradores” en los que la pintora era “maestra”.

Mundial, *Plus Ultra*, *Myriam* o *El Hogar*, pero también en revistas presuntamente menos orientadas a un público femenino, como la estudiantil *El Plata*, lo que indica que las revistas ilustradas funcionaban en conjunto para normalizar, entre otras cosas, las expectativas de ambos sexos respecto de la feminidad.

En sentido inverso, las pinturas de gitanas, vampiresas, *femmes fatales* y otras *dark ladies* representaban una expresión por lo general velada (pero presente) de la naturaleza femenina: la sexualidad. En este sentido, objetivaban ansiedades respecto de una feminidad heterodoxa en una serie de rasgos físicos que podían ir juntos o separados, como la piel oscura, los ojos negros de mirada intensa, el pelo negro y largo, en ocasiones suelto, y la silueta contoneante y curva. Estos acentos en la representación del cuerpo diferenciaban a esas figuras de las señoritas recatadas y modestas, como resulta patente en la doble página que azarosamente confronta, por un lado, a una de esas señoritas recreando *La lechera*, de Greuze (perteneciente a la serie fotográfica mencionada arriba) con la figura de una mujer que baila en éxtasis, con parte del cuerpo descubierto, el peinado de las bailaoras y el brazo agitando castañuelas que aparece en una publicidad de colonia (Fig. 21c).⁸⁰ Aunque comparado con otras imágenes contemporáneas su erotismo era más sugerido que visible, las ansiedades producidas por ese tipo femenino eran reflejadas en distintos textos, sobre todo las ficciones por entregas y los poemas. En ellos podían leerse escenas como la siguiente, tomada de un folletín titulado “La dama de negro”, en el que la dama en cuestión, arrojada “de lleno en los brazos del vicio”, enfrentaba a su último amante revelándole antes de matarlo su turbio pasado. La narración la presentaba antes de tomar la palabra: “Y a medida que hablaba, se erguía amenazadora, gigante y fatal, como una mole pronta a desplomarse”. Y luego ella decía: “¡Y entonces fui Ninon! (...) Acaso Ninon era una belleza. Lo era más que Salomé y tan deseada como ella... Sus caprichosas danzas enloquecían... sus bellos ojos negros dominaban... ¡la escultura de su cuerpo era un polén (sic) de pasiones insaciables!”.⁸¹

La figura femenina que ilustraba precisamente esta escena de uno de los tantos folletines de *Vida Porteña* (Fig. 22) recreaba en sus contorsiones y brazos levantados las características de las mujeres danzantes de la pintura orientalista o de las bailaoras andaluzas, que a su vez las revistas reproducían en versiones contemporáneas o antiguas (Fig. 23). Sus curvas enfatizadas por la vestimenta, la piel oscura y la mirada directa que representaban las imágenes eran leídas en los textos como índices de una sexualidad franca y un carácter indómito, atractivo pero amenazante, en cualquier caso distinto de la feminidad burguesa. Los ojos negros, más que ninguna otra parte del cuerpo, como veremos en el próximo apartado, cifraban esta amenaza

⁸⁰ *Femenil*, año 4, n° 177, 11 de febrero de 1929. El texto de *La lechera*, retrato de Marta Bosch Alvear, señala cómo el retrato capta la “gracia y la candorosa ingenuidad de la belleza femenina”, mientras la publicidad con la bailarina alude al “éxtasis de la fiesta” en que “el ambiente embriaga”. Son, de nuevo, dos polos.

⁸¹ “La dama de negro”, *Vida Porteña*, año 5, n° 183, 15 de mayo de 1917.

latente, aunque también era común encontrarlos mencionados como señales de vitalidad o picardía, nociones menos intimidantes pero de todos modos sugestivas.

1.6 *Los ojos y la mirada*

Las representaciones de los ojos y de la mirada articulaban, como cabía esperar en un contexto de visualidad expandida como el cambio de siglo, muchas de las exigencias impuestas a la representación de la feminidad. El color de los ojos podía variar, pero en cualquier coloración se los usaba como clave de la naturaleza femenina, como punto de contacto⁸² entre ese interior regido por caprichos psicofisiológicos aún misteriosos en alguna medida para el cuerpo médico y un exterior que constituía a las mujeres como tales a través de la mirada, propia y ajena. Sobre este tráfico de miradas como constitutivo de la feminidad se ha escrito largamente;⁸³ quisiera en todo caso detenerme en la representación visual de la mirada de las mujeres como un índice de su “naturaleza”.

Beatriz Sarlo afirma que en las narraciones semanales, aunque “de los ojos se puede hablar con mayor libertad moral que de otras partes del cuerpo (...) están directamente relacionados con las zonas más ocultas (espirituales o eróticas) de la mujer”.⁸⁴ Las representaciones visuales de mujeres comparten este mismo principio, y esta es una de las razones por las cuales la representación de la mirada femenina es uno de los puntos focales en la representación de la feminidad. De los ojos, y especialmente de su dirección y su potencia, parecieran poder extraerse conclusiones de orden moral que son también, hasta cierto punto, fundadoras de normas y funciones sociales. En este sentido, la mirada desviada o negada al espectador de las representaciones de bellezas femeninas, de los figurines de moda (a quienes, incluso, a veces ni se les representan ojos)⁸⁵ y de las portadas ilustradas no es un dato aleatorio sino una exteriorización convencional del pudor y el decoro esperable en una mujer femenina, que el rubor sobre la piel blanca, tal como indica también Sarlo, está asimismo encargado de codificar. Desviar los ojos, se ha señalado muchas veces, es en sí una invitación a ser mirada, contemplada, inspeccionada en ausencia, en definitiva poseída; la mirada desviada es un tipo de mirada inofensiva, subordinada, pasiva y por eso compatible con un rol subalterno en la

⁸² Sobre los ojos como expresión del alma en la narrativa semanal, véase Beatriz Sarlo, “Los ojos que hablan: códigos del cuerpo y la mirada”, *El imperio de los sentimientos*, *op. cit.*, pp. 177-197. Pero la creencia en que los ojos cifran la individualidad trasciende el imaginario literario, como demuestran por ejemplo las fotos de pacientes reproducidas en *La Semana Médica*, que los muestran retocados, con los ojos borrados.

⁸³ John Berger lo señaló tempranamente en *Ways of Seeing*, Londres, Penguin/BBC, 1972.

⁸⁴ Sarlo, *El imperio de los sentimientos...*, *op. cit.*, p. 188.

⁸⁵ Una viñeta en *Fray Mocho* tematiza esta tendencia: frente a una mujer a la moda, con sombrero, un niño dice “Es lo que yo te decía, Porota, la pobre ha perdido los ojos”, en año 9, n° 413, 23 de marzo de 1920. Pero la pérdida de la mirada es culturalmente más problemática; en primer lugar, implica una pérdida de control de la propia imagen. La moda, con sus imposiciones y su promesa de identidad, ubica a las mujeres en esa paradoja.

dinámica social. Pero la polarización de la feminidad, o en todo caso el reconocimiento de que en la naturaleza femenina hay siempre un excedente del molde de la feminidad, admite también otro sesgo en la mirada femenina:⁸⁶ la mirada directa y la mirada de soslayo, que pueden tanto invitar como atemorizar/paralizar. De su potencia y su combinación con la sintaxis corporal dependerá el efecto de esas miradas, que son por otra parte uno de los únicos sitios que habilitan la expresión visual del deseo femenino en términos físicos, corporales.

La antiquísima iconografía de la mujer ante el espejo fue precisamente a la que recurrieron las revistas ilustradas para tematizar ese deseo y esas cualidades morales difíciles de codificar por otros medios. En las revistas, es una fórmula repetida en imágenes muy diversas: publicidades, caricaturas e incluso fotografías que muestran a mujeres concentradas en su autorrepresentación y ajenas a lo que sucede a su alrededor, o bien dirigiendo una mirada invitante hacia el espectador. El esquema se repite con espejos de mano, frente a tocadores o espejos de pie, pero en todos los casos el espejo colabora en la definición de la figura femenina *como* mujer (inversamente, son muy contados los casos en que se representan hombres en esta misma situación) (Fig. 24 a-c).⁸⁷

El espejo es, después de todo, uno de los atributos clásicos de Venus, la diosa del amor y la fertilidad. Es también un indicador tradicional de lujuria, vicio asociado en ocasiones a la misma Venus. Las representaciones de la diosa con este atributo se encuentran ya en la cerámica griega y más tarde en espejos etruscos y mosaicos romanos;⁸⁸ a veces lo sostiene ella y otras Cupido enfrente de ella, en cuyo caso el tema se reconoce tradicionalmente como la *toilette* de Venus, la fórmula más visitada por la pintura, a partir del Renacimiento, para representar a la multifacética diosa, que por transición sintetiza tanto la asociación de lo femenino con la vanidad, la falsedad, la soberbia y la lujuria, como con la verdad, la virtud y la prudencia.⁸⁹

En la pintura del Renacimiento, y sobre todo a partir del siglo XVII, el tema de la mujer ante el espejo adquirió una fuerte connotación moral cuando se lo usó para referir al carácter efímero de la belleza terrenal (en la representación de una *vanitas*, por ejemplo, el espejo funcionaba como un *memento mori*). Pero lo que interesa acentuar es que esta connotación moral quedó vinculada a la representación de la belleza corporal: la conveniencia de la castidad y la

⁸⁶ Véase el artículo “El lenguaje de los ojos. Expresión de la mirada femenina”, *Caras y Caretas*, año 5, n° 209, 4 de octubre de 1902, reproducido en Szir, “Discursos de la mirada y despliegue visual en Caras y Caretas y en la cultura porteña del 1900”, *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas, op. cit.*, p. 116.

⁸⁷ Una pastilla en *Tit-Bits* (año 4, n° 206, 14 de junio de 1913) informa los resultados de un estudio hecho para averiguar la cantidad de tiempo pasado por las mujeres frente al espejo. Ante los resultados, el autor se pregunta: “(...) ¿por qué nos quejamos? ¿No es acaso para ser más seductoras y para gustarnos más que las mujeres pasan tanto tiempo delante del espejo?”. Nótese no solo que el estudio se interesaba por el tiempo *de las mujeres* ante el espejo, sino que esa actividad era caracterizada como lo que diferenciaba, y complementaba, a los sexos.

⁸⁸ Rabun Taylor, *The Moral Mirror of Roman Art*, Cambridge, Cambridge University Press, 2008, pp. 32-47.

⁸⁹ James Hall, *Subjects and Symbols in Art, op. cit.*, pp. 210-211. El origen de esta relación residiría en el hecho de que los espejos se hacían en bronce, una aleación de cobre —el metal de Venus— y un metal más pobre.

sobriedad, así como la idea de la fugacidad del encanto del cuerpo, se ligaron iconográficamente a la representación de la sensualidad femenina.⁹⁰

Sería erróneo pensar que esta compleja cadena de asociaciones, forjadas a lo largo de la historia, en imágenes transmitidas a lo largo de los siglos, nada tenían que ver con la insistente representación del cuerpo y la mirada femeninos en las revistas ilustradas, y esta a su vez con los cambios en la noción de feminidad que la modernidad traía consigo. La doble dimensión sensual y moralizante del motivo de la mujer semidesnuda ante al espejo, en sí misma clásica, debía ser inteligible, por ejemplo, para el público popular que leía “La Venus del arrabal” en *La Novela Semanal*, una de cuyas primeras escenas retrataba a la protagonista tomando la decisión de no caer en una vida amoral, pero menos sufrida y más fácil, precisamente en el acto de mirarse al espejo:

Comprendía que estaba construida para otro ambiente, por dentro y por fuera; y el dilema era para ella simple y brutal: o se adaptaba o rompía el cerco (...). Había optado por lo primero. Y aun tuvo un capricho (...) verse a sí misma en la plena magnificencia de su juventud virginal (...) ...Y fue entonces que ocurrió aquello. Una a una fueron cayendo las prendas de sobre el cuerpo estatuario [sic]. Amontonadas a sus pies, ella parecía ir surgiendo de una ola blanca; y cuando las líneas milagrosas aparecieron en la integridad de sus trazos soberanos; cuando la camisa rodó sobre el alabastro tibio de los hombros y la Venus del arrabal se irguió en el esplendor de sus encantos, a solas consigo misma, en la intimidad del dormitorio lleno de sol, frente al espejo donde temblaba la explosión de las carnes rosadas, ella tuvo la certidumbre de que se había despedido para siempre de sus ensueños de mujer y de sus derechos al amor: era como si se hubiese alejado definitivamente de sí misma (...).⁹¹

Por otro lado, en la cultura decimonónica el tema de la mujer y el espejo había adquirido una nueva connotación que, sin dejar de lado esa doble dimensión sensual-moral, señalaba a la naturaleza femenina como autosuficiente. En el extremo de esta representación, el tema objetivaba el temor a un tipo de fascinación patológica, autoerótica y perversa de las mujeres consigo mismas, una asociación que explica la utilización cada vez más frecuente, a partir del siglo XIX, del adjetivo “narcisista” para definir la naturaleza femenina, en obvia referencia al mito de Narciso, enamorado de su reflejo.⁹² Es un temor que en las revistas de que nos ocupamos aparece ocasionalmente en la figura del espejo como mal confidente.⁹³ Pero el

⁹⁰ Esta asociación seguía vigente en el cambio de siglo, como demuestra por ejemplo un grabado de Edward J. Sullivan, hoy en el British Museum (1952, 1201.18), que ilustra con la figura de una bella mujer ante el espejo los versos de Keats de su *Oda a la melancolía*: “Con la belleza habita, belleza que es mortal”.

⁹¹ Belisario Roldán, “La Venus del arrabal”, *La Novela Semanal*, año 4, n° 112, 5 de enero de 1920. Por ese entonces *La Novela Semanal* no incluía ilustraciones de sus ficciones.

⁹² Bram Dijkstra, *Ídolos de perversidad. La imagen de la mujer en la cultura de fin de siglo*, Barcelona, Debate, 1994, pp. 132-137. Dijkstra señala, más aún, la migración de este motivo, con ese sentido, a la publicidad gráfica, p. 141.

⁹³ El espejo adulator aparece en *La Ilustración Sud-Americana*, año 9, n° 195, 15 de febrero 1901, p. 50, o en la publicidad de Dubarry en *El Suplemento*, año 7, n° 144, 10 de marzo de 1926; el espejo que prescribe cambios incomprensibles en la moda y las técnicas de la apariencia, en “Nosotras no necesitamos glándulas de monas.

espejo funcionó también, en sentido contrario, como índice de autoconocimiento y como metáfora del proceso de construcción de la identidad femenina, tematizada de modo sintomático a través de la mirada, que no dejaba de ser una mirada desde afuera y en ese sentido, aunque propia, era una mirada supervisora, que hacía compatible el acto de mirarse con la mirada y el deseo masculino.

Esta tensión entre otorgamiento y contención es de hecho muy recurrente en las representaciones de mujeres ante el espejo, en las que pareciera no solo acentuarse la fascinación narcisista sino también el poder de atracción que la belleza en proceso de fabricación es capaz de provocar en el espectador. Hay siempre un componente de voyeurismo en estas representaciones, un componente de intromisión y de sensualidad descubierta que potencia aquella tensión, típica por otro lado del proceso de redefinición de las identidades de género socialmente admitidas en el contexto de las primeras décadas del siglo.

En otro orden, la mirada directa de las *femmes fatales* de las ilustraciones, de algunas actrices de cine y teatro y hasta de algunos retratos fotográficos parecieran recrear esta mirada fascinada aunque dirigiéndola, en vez de a un espejo, hacia el espectador. Este es un uso de los ojos que implica directamente a quien mira, y no es por ello casual que muchas publicaciones recurrieran a portadas ilustradas con mujeres dirigiendo este tipo de miradas hacia los potenciales lectores. No se trata siempre de miradas lejanas y frías; los ojos, como deícticos mudos, tienen en esta función una gran cantidad de variantes que invitan a un aquí y ahora o arrojan hacia un más allá (Fig. 25 a y b).

Este tipo de mirada, que implica al espectador pero remite, a su vez, a la mirada fascinada de autoconocimiento ante el espejo, fue sagazmente utilizada por la publicidad. Debemos pensar aquí en un espectador entrenado en la decodificación del deseo a través de la mirada, y en la triangulación de ese deseo que supone una mirada femenina dirigida al espectador y del espectador al producto publicitado, que por transición se convierte en un producto deseado. Estrategias como las de las publicidades que al asociar el producto a una figura que a su vez proyecta su mirada sobre el espectador reúne el deseo por el producto con el deseo por la figura representada, son características de la publicidad gráfica redefinida en estos años (Fig. 26). Aun en su aparente obviedad, para hacer efectivo su mensaje se nutren de una economía visual largamente cimentada en la pintura y más tarde en el cine (mudo por esos años, y típicamente dependiente de la mirada), pero también y sobre todo en las imágenes de las revistas ilustradas, así como en lo que ellas construyen, con énfasis cambiantes, como partes del cuerpo femenino especialmente deseables.⁹⁴

¿Para qué?”, *Páginas de Columba*, año 3, n° 28, 27 de agosto de 1924, p. 7; el espejo que revela la pérdida de juventud, en *Iris*, año 2, n° 83, 7 de octubre de 1921. En todas las variantes, el espejo “habla”.

⁹⁴ La interrelación del deseo y la mirada es un tema que ha concitado la atención de las teóricas feministas del cine, especialmente desde que Laura Mulvey sugiriera que el cine narrativo “construye el modo en que [la

2. La transformación de la naturaleza: los dispositivos de intervención sobre el cuerpo

Sin embargo, todas estas partes que hemos singularizado como representativas del cuerpo femenino —pechos, cintura, piel, manos, pelo y ojos—, aunque son las partes sobrerrepresentadas y, usando la expresión de Beatriz Sarlo, hipersignificativas del cuerpo femenino, no lo definen como siempre igual, como “carácter y cualidades esenciales” de las mujeres. Por el contrario, son las partes más sujetas a los cambios de la moda, a las nociones de belleza, de salud y enfermedad, a las diferencias étnicas, raciales y de clase y, por eso mismo, las que más intervenciones reciben y las más convencionales en su representación, por otra parte siempre fragmentaria y, en ese aspecto, ciertamente poco orgánica.⁹⁵ Pero frente a estos cambios incesantes, en todo un conjunto de discursos sociales que las revistas ilustradas glosan y también contribuyen a definir, lo que no cambia entre el Centenario y fines de la década del veinte es la certeza de que las mujeres están condicionadas por la naturaleza a hacer todo lo que esté en su poder para conservar e incluso para potenciar sus encantos “naturales”. En estos discursos, la naturaleza de las mujeres no está localizada en alguna parte del cuerpo sino que se expresa, en todo caso, en la intervención *sobre* el cuerpo para conformarlo a un ideal; en su espectacularización.

A esta exigencia contribuye sin duda la mayor visibilidad que adquiere el cuerpo femenino entre una década y otra; una visibilidad permitida por el abaratamiento de las técnicas de reproducción de imágenes, como ya hemos dicho, pero también por los corrimientos que se ejercen a nivel de las prácticas, que habilitan un uso del cuerpo femenino más flexible que lo vuelve, a su vez, más visible.⁹⁶ Una superficie corporal más visible debe cumplir mayores requisitos para ser socialmente aceptable, de ahí que entre 1910 y 1920 verdaderamente estalle la industria cosmética y su promesa de perfeccionamiento, impulsada a su vez por la

mujer] es mirada” (voyeurista y fetichistamente) y que “los códigos cinemáticos crean una mirada, un mundo y un objeto, produciendo por ello una ilusión confeccionada a la medida del deseo” (“El placer visual y el cine narrativo” [1975], en Karen Cordero Reiman e Inda Sáenz (comp.), *Crítica feminista en la teoría e historia del arte*, México D.F., Universidad Iberoamericana/Universidad Nacional Autónoma de México, 2007, p. 92). La publicidad de los años veinte, crecientemente modelada sobre el cine (con breves escenas narrativas y recortes y montajes de tiempo y espacio), también apuntó a producir una ilusión “cortada a la medida del deseo”. Aun cuando la experiencia del espectador de revistas difiere de la del espectador de cine en que no se halla en la oscuridad, ni en una situación de percepción que favorezca la ilusión, la publicidad recrea las predisposiciones afectivas hacia la imagen femenina para las que el cine lo ha preparado. La publicidad, al igual que el cine clásico, trabaja con el deseo, lo proyecta en imagen, en especial mediante representaciones femeninas.

⁹⁵ Beetham sostiene que la representación fragmentaria del cuerpo en las publicidades de las revistas ilustradas funcionó, en su contraste con las láminas de moda de cuerpo entero, como incentivo del consumo, ya que proponía la adquisición de mercancías que acercasen a ese ideal a cada parte del cuerpo, despertando un deseo de completitud deshecho número tras número. “Advancing into commodity culture”, *op. cit.*, p. 147.

⁹⁶ Traversa ha hecho referencia a estos cambios en *Cuerpos de papel*, *op. cit.*, p. 222. Una aproximación teórica más densa al problema de la creciente espectacularización de las mujeres en el espacio público en Liz Conor, *The Spectacular Modern Woman. Feminine Visibility in the 1920s*, Bloomington, Indiana University Press, 2004.

importación cada vez más intensa de productos extranjeros y por la globalización de los modelos de belleza gracias al cine y a las publicaciones ilustradas.⁹⁷

Las técnicas de embellecimiento se conceptualizan de diferentes modos: como obsesión, como deber o como talento; pero siempre, casi sin variaciones, como algo intrínsecamente femenino, propio de las mujeres. Si en 1912 *Mundo Argentino* afirma que “al hablar de coquetería parece que se trata siempre de la mujer, y mientras unos le censuran esta cualidad, otros encuentran en ella el mayor encanto de su sexo”,⁹⁸ en 1928 todo sigue igual: un artículo de *El Sol* subtítulo “El deseo de ser bella es universal” comienza asegurando que “El encanto y la fascinación que da la belleza es ambicionada por todas las jóvenes”.⁹⁹ Hasta una revista de izquierda como *Los Pensadores* se siente obligada a preguntar, ante la reproducción de dos pinturas de mujeres que exhiben su cuerpo desnudo haciéndose la *toilette*: “¿Esta es la ocupación preferida del noventa por ciento de las mujeres de esta época?”.¹⁰⁰

Las prácticas de embellecimiento, pero también aquellas de corrección del cuerpo, llevan implícito el modelo corporal que se ha construido en los discursos como socialmente aceptable. Aunque esos modelos desde luego cambian, y dependen de los paradigmas médicos y hasta filosóficos acerca del cuerpo, se proponen siempre, cada vez, como naturales.¹⁰¹ Es esa noción de naturaleza ligada al cuerpo lo que fuerza a su corrección y, por extensión, a su embellecimiento. Esas prácticas tienden, asimismo, a fortalecer la clasificación binaria de los sexos, sin puntos intermedios que pudieran poner en suspenso la evolución del saber médico. Pero es precisamente la modificación del cuerpo lo que desestabiliza la noción de naturaleza; al volverse perfeccionable, el cuerpo es también una entidad maleable que debe enfatizar artificialmente un ideal natural que no le ha sido dado como tal. Esta tensión entre naturaleza y prácticas de la apariencia es constitutiva de la noción de feminidad,¹⁰² de ahí también que el embellecimiento y la corrección del cuerpo se conceptualicen como prácticas esencialmente femeninas, que aunque modifican lo que las mujeres son, hacen que las mujeres sean lo que son. Esa es la dinámica de la que habla en 1914 un aviso publicitario de jabón:

⁹⁷ Sobre esta globalización, AA.VV., “The modern girl around the world. Cosmetics advertising and the politics of race and style”, en *The Modern Girl...*, *op. cit.*

⁹⁸ “La coquetería”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 58, 14 de febrero de 1912.

⁹⁹ Elvira Ortega Cuellar, “La mujer y el arte de ser bella. El deseo de ser bella es universal”, *El Sol*, año 1, n° 2, 29 de septiembre de 1928.

¹⁰⁰ *Los Pensadores*, año 3, n° 103, 13 de enero de 1925.

¹⁰¹ Los cambios en los modelos de comprensión del funcionamiento del cuerpo, origen de cambiantes tácticas para corregir su morfología, revelan en palabras de Georges Vigarello que “la normalidad supone (...) una norma sin duda cambiante”. La “naturalidad” de ciertas partes y formas, entonces, no es caprichosa sino dependiente de marcos conceptuales que, de todos modos, cambian. *Corregir el cuerpo*, *op. cit.*, p. 10.

¹⁰² El diagnóstico de Beetham para el caso inglés es aplicable aquí: “Las representaciones del cuerpo femenino al mismo tiempo produjeron y dependieron de un discurso contradictorio sobre ‘lo natural’. La belleza femenina fue simultáneamente garantizada como natural y —al igual que la salud— siempre amenazada y dependiente de un trabajo constante de construcción y artificio”, “Advancing...”, *op. cit.*, p. 147.

Exaltada la belleza femenina por el mejoramiento de las razas, por efectos indiscutibles de la moderna cultura, por los mismos asombrosos descubrimientos de la ciencia, del arte, de la industria, puestas al servicio del embellecimiento de esta hermosa creación de la naturaleza, la mujer actual, parece haber llegado al sumum de la perfección que toca los límites del ideal.¹⁰³

El ideal, admite esta publicidad, es una exaltación, un perfeccionamiento de la naturaleza. A él contribuyen la ciencia, el arte, la industria, la moderna cultura. ¿Cuál es el objetivo de estas intervenciones? Lejos de percibir la intervención sobre el cuerpo como una manipulación que lo aleja de sus formas naturales, un estrato más o menos estable de discursos que aparecen en la prensa ilustrada apuntan, en cambio, en sentido contrario: embellecer es exaltar aquello que *ya* se concibe como una “hermosa creación de la naturaleza”.¹⁰⁴ Ya que “no hay mujeres feas, sino mujeres descuidadas” y “en toda mujer existe el brillo de los encantos; pero es necesario descubrirlo, manifestarlo, hacerlo valer”.¹⁰⁵ Este es, pues, el marco conceptual bajo el cual medran, con visibilidad creciente, los dispositivos de intervención sobre el cuerpo.

2.1 *La naturaleza revelada. La cosmética*

Habiendo ya identificado las características que los discursos visuales y textuales señalan como más “femeninas”, detengámonos ahora en las prácticas y los discursos que gobiernan la naturalización y visibilización de esas características. La publicidad de maquillajes y otros cosméticos faciales es, por supuesto, el discurso que más claramente señala la necesidad de intervenir el rostro para normalizar el tono y la superficie que ha de tener la piel para lucir, paradójicamente, “natural”. Pero aquí se abren dos perspectivas: existen por un lado los “afeites” (maquillaje es una palabra novedosa) que ofrecen cubrir, disimular y corregir por medios ópticos (luz y color) los defectos faciales; por el otro, los productos que apuntan a extraer y depurar esos defectos. A mediados de los años veinte, estos cursos de acción están todavía bien diferenciados, y aunque la publicidad se encuentra a la avanzada en la conceptualización de ambas prácticas como complementarias, las secciones de belleza

¹⁰³ Aviso de Jabón Reuter, *Caras y Caretas*, año 17, n° 809, 4 de abril de 1914.

¹⁰⁴ Esta comprensión de la intervención sobre el cuerpo como una forma de exteriorizar el verdadero ser, trascendiendo el conflicto artificio-naturaleza, es esencialmente moderna. Kathy Peiss ha señalado que en relación con los cosméticos, en el caso norteamericano, no puede trasladarse mucho más atrás de fines del siglo XVIII o principios del siglo XIX, cuando a una comprensión (de tipo fisiognómica) de la belleza como expresión de bondad interior se sumó la comprensión del embellecimiento como deber y disposición “natural” de las mujeres, desplazando sin eliminar la concepción simultánea del embellecimiento como forma de engaño. El ideal de una belleza natural empujó entonces, paradójicamente, a adoptar estrategias de embellecimiento que acercaran la apariencia a ese ideal, redirigiendo la atención de las mujeres hacia su performance pública, en un mundo cada vez más espectacularizado. A este diagnóstico Liz Conor agrega, siguiendo a Foucault, que las intervenciones sobre el cuerpo realizaron, más aún, el ideal moderno de autocontrol y maestría sobre sí mismo. Véase Kathy Peiss, *Hope in a Jar*, *op. cit.*, pp. 24-36, 39, y Liz Conor, *The Spectacular Modern Woman*, *op. cit.*, pp. 148-152.

¹⁰⁵ “La belleza”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 64, 27 de marzo de 1912.

recomiendan prudencia y sentido común a la hora de recurrir a las pinturas,¹⁰⁶ aún equívocas en su significado social (por su vinculación a la vida bohemia y nocturna) y difíciles de aplicar correctamente, lo que las destierra del terreno de la naturaleza y las estigmatiza como adornos artificiales de gusto dudoso.¹⁰⁷ En cambio, la aplicación de productos y recetas caseras para limpiar la piel y darle visibilidad a su mejor textura se representan tanto en la publicidad como en las secciones de belleza como prácticas acordes con el registro de lo natural, no sin el soporte del imaginario higienista, que aporta a estos discursos varios términos, protocolos y fundamentaciones científicas o pseudocientíficas.¹⁰⁸

De la interacción entre las secciones de belleza y las marcas que compran espacios publicitarios dentro de las revistas descende un tipo específico de aviso bastante común hacia mediados de los años diez, que apunta a confundirse con otros contenidos, a pasar desapercibido en cuanto publicidad. Este tipo de aviso es elocuente respecto de la estrecha relación que mantienen ya por esos años las revistas con sus anunciantes, y sobre todo de la importancia capital que los anunciantes tienen para la supervivencia de las revistas.¹⁰⁹ El tono didáctico y prescriptivo, teñido de terminología pseudocientífica de las secciones de belleza se reproduce en estas publicidades hechas de largos textos, poco ilustradas, que solo delatan sus verdaderas intenciones cuando por fin revelan la solución a los problemas metafísicos que se derivan de los poros, las pecas, los granos, las arrugas y en general cualquier tipo de manchas o accidentes de la piel.¹¹⁰

¹⁰⁶ “Hay que ser muy discreta en el uso del maquillaje (sic)”, se advierte en una sección de *Fray Mocho* que de todos modos transcribe numerosas recetas para polvos, sombras y colorete, no sin señalar que los preparados comerciales son muchas veces tóxicos, “Entre nosotras”, *Fray Mocho*, año 5, n° 199, 18 de febrero de 1916. Años después las secciones continúan el mismo tono: “Se sabe que los labios necesitan color, pero tendrá que ir puesto con sumo cuidado”, se advierte en *Femenil*, año 2, n° 48, 9 de agosto de 1926, p. 74; “Os ruego la mayor discreción y que eludáis el empleo del lápiz”, *Femenil*, año 2, n° 52, 6 de septiembre de 1926, p. 33, etc.

¹⁰⁷ Carmen Peers de Perkins, en sus recuerdos sobre su temporada europea hacia 1914, señala que “solo se ‘pintaban’, es decir usaban maquillaje, las artistas o las mujeres de mal vivir. Esto era como un uniforme, que además las colocaba en un lugar preciso en la escala social”, en *Éramos jóvenes... seguimos andando. El siglo y yo*, Buenos Aires, Letras de Buenos Aires, 1983, p. 55. Diez años más tarde, la sección de belleza de la revista ilustrada *Mundial. La revista para todos* opina que pintar los labios con carmín es una “costumbre censurable que acusa mal gusto y que da siempre un aspecto equívoco que conviene evitar”, año 2, n° 2, 22 de octubre de 1924.

¹⁰⁸ “El *Valazze* obra sobre la piel en virtud de sus propiedades penetrantes que ejercen una acción estimulante verdaderamente maravillosa y antiséptica”, se afirma en una publicidad de Helena Rubinstein que, más adelante, incluso explicita que la relación del producto con la naturaleza es de potenciación y corrección: “La Naturaleza no ofrece el infalible remedio a la tez estropeada: el *Valazze* lo pone a su disposición”, en *Mundial*, año 2, n° 24, abril de 1913, p. xxiii.

¹⁰⁹ Muchas revistas publicaron esporádicamente sus tiradas porque “para el anunciador, la circulación de un impreso es lo esencial y el precio del anuncio se rige por la tirada”, en palabras de *Mundo Argentino* (que informaba 36.500 ejemplares en su edición del 10 de enero de 1912, y 55.000 en la del 3 de abril del mismo año), y porque la tirada “es el mejor vehículo de propaganda que puede desearse”, en las de *Aconcagua* en su primer número, de enero de 1930 (donde declaraba 100.000 ejemplares). Véase también *Tit-Bits*, 29 de enero de 1910 (cerca de 100.000 ejemplares); *El Hogar*, 24 de abril de 1925 (un promedio de 130.000 ejemplares por número) y hasta *Nueva Era*, que si bien no declaraba la tirada, informaba en su número 6 (22 de julio de 1914) que, luego de cerrar un contrato con la agencia de publicidad Johnson, que “constituye una garantía para los anunciantes”, la tirada se aumentaría para bajar el precio y que fuera menos onerosa para los trabajadores.

¹¹⁰ La diagramación y el tono de estos artículos era tan mimética que muchos investigadores han pasado por alto que se trata de publicidades. Cfr. Tania Diz, *Alfonsina periodista. Ironía y sexualidad en la prensa argentina*

Están por otro lado las publicidades que apuestan en cambio a destacarse y hacen de la revelación visual del aspecto que adoptan los problemas cosméticos femeninos un emblema. Junto con las caricaturas, estos avisos son el único sitio, en las revistas ilustradas, donde se admite el señalamiento y la visibilización de la fealdad femenina, encarnada en granos, lunares peludos, arrugas profundas, bigotes, y cuya representación se nutre no pocas veces (sin ser caricaturas) del amor por lo monstruoso de la caricatura,¹¹¹ como en el caso de la mujer barbuda en un aviso de un depilatorio que violenta, con sus bigotes y su vello pectoral, la representación de un rostro femenino convencional en todos los demás detalles (Fig. 27).¹¹² En este tipo de representaciones, se obtura de hecho el efecto cómico para suscitar en cambio la reflexión;¹¹³ es una fealdad repelente, que mueve al rechazo e impele a la acción. Pero es siempre una fealdad superficial, una máscara que puede quitarse y revelar la belleza natural oculta, como indica un aviso de Lavol, “el más poderoso extirpador de las enfermedades cutáneas jamás descubierto”, que muestra a una joven quitándose literalmente una máscara facial llena de granos, y descubriendo un rostro liso, blanco y sonriente (Fig. 28).¹¹⁴ La demostración de las diferencias entre el antes y después de esas intervenciones químicas o mecánicas rige visualmente también otros avisos, que insisten además en poder mejorar aquello que a las señoras “tanto desfigura y afea”,¹¹⁵ y nótese que la definición de “desfigurar” es precisamente “impedir que se perciba la forma y figura de algo”. No hay mejor lugar que estos

(1915-1925), Buenos Aires, Libros del Rojas, 2006, pp. 32-36. Muchos de ellos eran firmados por Charlotte Rouvier (un nombre de fantasía usado por la firma Dearborn Ltd. de Londres y Sydney, que publicaba folletos de belleza), otros por la actriz Alice Delysia. Estas colaboraciones aparecieron en *El Hogar*, *Caras y Caretas*, *Plus Ultra*, etc., y promocionaban productos como el tammalite, el stallax, el porlac, el stymol, nombres comerciales que, escritos en minúscula, pasaban como componentes básicos de recetas caseras, aunque su etimología delatara un origen importado. Los artículos, escritos en imperativo (“Échese una tableta de stymol (que se vende en las droguerías) en un vaso lleno de agua caliente”) o en oraciones impersonales en tiempo presente (“Se echa en un vaso de agua una tableta de stymol (...) se baña el rostro con el agua ‘estimulizada’”, etc.), reproducen exactamente el tono de las secciones de belleza y las instrucciones a las cartas de lectoras sobre temas de belleza.

¹¹¹ En el Renacimiento, las investigaciones de Leonardo acerca del modo como el tiempo afecta la apariencia de la piel del rostro derivaron en una serie de dibujos grotescos y humorísticos que inauguraron ese género conocido más tarde como caricatura, dibujos “cargados” por su exageración y deformación de algunos rasgos con la intención de provocar la risa. Expresiones posteriores de este género, que no tardó en interesar a grandes artistas, subrayaron en ocasiones la dimensión moral de este tipo de sátira y su intención reformista, que es la que pienso se mantiene en la utilización del detalle monstruoso en las publicidades. Véase José Emilio Burucúa y Nicolás Kwiatkowski, “Estudio introductorio”, en Francis Grose, *Principios de la caricatura. Seguidos de un ensayo sobre la pintura cómica*, Madrid, Katz, 2011, pp. 11-71.

¹¹² Suplemento de moda de *La Ilustración Sud-Americana* [1910].

¹¹³ “Los pintores de caricaturas deben evitar exagerar los rasgos característicos de sus sujetos, si no desean transformarlos en horribles en lugar de cómicos, y en lugar de hacer reír, excitar el horror y el disgusto”, afirma por ejemplo Francis Grose en sus *Principios de la caricatura, op. cit.*, p. 77. Excitar el horror y el disgusto es exactamente lo que hacen las publicidades.

¹¹⁴ *Fray Mocho*, año 9, n° 408, 17 de febrero de 1920. Traversa ha señalado, sobre esta misma serie de avisos, que “las rayas y puntos negros, producto del recurso a la ilustración, estampados sobre un rostro esquemático, operan como señales de lo que *no debe ser*”, en *Cuerpos de papel, op. cit.*, pp. 107-108.

¹¹⁵ Aviso de Capillus, *La Vida Moderna*, año 4, n° 150, 23 de febrero de 1910, p. 9. El aviso indica que el producto se remite “en forma perfectamente disimulada”, señalando la necesaria invisibilización de este tipo de intervenciones que alteran los datos naturales.

avisos para identificar, en negativo, cuáles son las características físicas estables que definen entre 1910 y 1930 la feminidad y cuáles son sus implícitos raciales y de clase.

2.2 *La naturaleza regulada desde afuera. Los dispositivos modeladores y el léxico técnico-científico*

A las rutinas de cuidado facial y al uso de cosméticos, cada vez más especializados en sus funciones,¹¹⁶ se agregan por fin otro tipo de tratamientos en los que intervienen artefactos más o menos tecnológicos, pero crecientemente sofisticados en su ambición de rediseño del cuerpo, lo que demuestra que el grado de intromisión de los dispositivos de regulación corporal se intensificó mucho antes del “backlash” que denunciaron las teóricas feministas de los años ochenta.¹¹⁷ Ya en 1900 *Caras y Caretas* reproducía la noticia de que “desde hace algún tiempo funcionan en diversas naciones europeas, y especialmente en los Estados Unidos, establecimientos de ‘cirugía estética’ donde se hacen Venus de todos los colores”.¹¹⁸ Y agregaba: “Las damas elegantes pueden ahora, por consiguiente, usar la nariz que gusten”. No sorprende entonces que para 1912, *Mundo Argentino* asegurase en su sección femenina que “Todas las mujeres están dispuestas a sufrir con tal de parecer hermosas”.¹¹⁹ La persistencia de algunos métodos de corrección del cuerpo pareciera darle la razón. Una lectora que hojease *Elegancias* en 1913, por ejemplo, podía encontrar publicitado entre los dispositivos de Mme. E. Adair, “recomendada por el cuerpo médico”, una *mentonnière* patentada que “mantiene la boca cerrada durante el sueño, corrige la depresión de los carrillos, e impide la barbilla”,¹²⁰ tal como demostraba el rostro del aviso, una mujer de pelo largo y suelto soportando estoicamente la presión de dos fuertes vendas que sostenían la frente y el mentón (Fig. 29). Trece años más

¹¹⁶ Sobre todo luego de que el departamento femenino de J. Walter Thompson inventara la utilización complementaria de tratamientos faciales para vender cada vez más productos. Véase Jennifer Scanlon, “‘Every woman is interested in this’. Advertising in the *Ladies’ Home Journal*”, *Inarticulate Longings. The Ladies’ Home Journal, Gender, and the Promises of Consumer Culture*, Londres y Nueva York, Routledge, 1995, pp. 197-234. El dato aplica también a nuestro contexto, ya que algunas de esas estrategias publicitarias se importaron, y más tarde J. Walter Thompson tuvo una filial en Buenos Aires. Véase Russell Pierce, *Gringo-Gaicho. An Advertising Odyssey*, Ashland, Southern Cross, 1991.

¹¹⁷ En los años ochenta, Sandra Bartky identificó el efecto opresivo del concepto de belleza sobre las mujeres —forzadas desde su propia constitución subjetiva a intervenir sus cuerpos para acomodarlos a la idea de feminidad— como un efecto nuevo de la “modernización del poder”, cada vez más anónimo y disperso en vez de concentrado en las instituciones e individuos. Pero aunque Bartky, al igual que otras investigadoras, tendieron a localizar la profundización de estas presiones entre mediados y fines del siglo XX, vinculada a un relajamiento aparente de la vigilancia sobre el comportamiento femenino y a la apertura de posibilidades laborales, espaciales, etc., en realidad ella puede retrotraerse varias décadas, ya que es visible mucho antes, durante la también aparente desregulación del cuerpo de los años veinte. Véase Bartky, “Foucault, femininity, and the modernization of patriarchal power” [1988], en Rose Weitz (ed.), *The Politics of Women’s Bodies*, Nueva York, Oxford University Press, 1998, pp. 25-45; otras versiones de este argumento, con las mismas coordenadas temporales, en Susan Faludi, “Beauty and the backlash”, *Backlash*, Nueva York, Three Rivers, 2006 [1991], pp. 211-237; Naomi Wolf, *The Beauty Myth*, Nueva York, Harper Collins, 2002 [1991].

¹¹⁸ “Fábricas de belleza”, *Caras y Caretas*, año 3, n° 115, 15 de diciembre de 1900.

¹¹⁹ “La jornada de una belleza”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 60, 28 de febrero de 1912.

¹²⁰ Aviso de Mme. Adair, *Elegancias*, año 3, n° 31, mayo de 1913, p. viii. El aviso se repitió en otros números de 1913, con otras modelos.

tarde, en 1926, cuando seguramente su barbilla ya fuera incorregible, la misma lectora encontraría en *Vogue* exactamente el mismo dispositivo para la misma función.¹²¹ La melena corta del segundo aviso era la única diferencia importante en la ilustración de ambas publicidades, manifiestos elocuentes del fuerte arraigo de algunas características físicas en la definición misma de la idea de belleza femenina, que debemos distinguir de los cambios en la moda.

La fuerza de ese arraigo es evidente en el hecho de que en *Vogue* aparecieran, más aún, otras publicidades por el estilo, como los aparatos de “caucho radioactivo” (certificados por el Dr. Monteil, un farmacéutico-especialista de la “Facultad de París”) que prometían la belleza y juventud eterna mediante la corrección de los mofletes, las arrugas, las patas de gallo, las manchas, los enrojecimientos y nuevamente la “doble papada”, esta última corregida a través de otra mentonera, con o sin cuello, cuyo uso una figura femenina ilustraba, frente a un espejo, también en el aviso (Fig. 30).¹²² Pero esta publicidad no demuestra solo la fuerza de algunas características físicas en la definición de la belleza femenina, sino también su globalización definitiva en los años veinte. *Vogue* era, a fin de cuentas, una revista internacional que en su edición local, asumida por el diario *La Nación* en arreglo con Condé Nast, reproducía contenidos y publicidades extranjeros, entre ellos el de la mentonera radioactiva del Dr. Monteil.

Por sus características materiales —era enorme y pesada, compuesta en una tipografía pequeñísima que imponía como requisito para la lectura buenas condiciones lumínicas, comodidad y tiempo—, su precio y el hecho de que incluía notas en francés e inglés además de español, *Vogue* no era una revista femenina de circulación popular. No obstante, no podemos concluir de ello que los patrones corporales que la revista promovía como deseables fuesen exclusivos de una clase social. Por el contrario, como he tratado ya de señalar, las características físicas asociadas a la feminidad se habían homogeneizado fuertemente en los primeros años del siglo y permeaban las representaciones de un corte muy diverso de revistas. Ya en 1915 una publicación para lectores de clase media como *El Hogar* había promocionado, por ejemplo, dispositivos similares en su sección “Secretos de la belleza femenina”. Uno de ellos reflexionaba:

En la belleza femenina, la nariz tiene capital importancia, y cuando ella es defectuosa o poco agraciada por su forma algo gruesa, con el aparato reformador y el masaje se consigue corregir y darle una bonita forma a la nariz. No hay nadie feo si se tiene arte para arreglarse y se sabe cuidar debidamente. El sencillo aparatito que demuestra la ilustración viene en varios tamaños y formas. Para pedirlo, se debe explicar más o menos la forma de la nariz.¹²³

¹²¹ Aviso de Mme. Adair, *Vogue*, vol. 11, n° 61, enero de 1926, p. 82.

¹²² Aviso de aparatos de belleza del Dr. Monteil, *Vogue*, vol. 11, n° 62, febrero de 1926, p. 62.

¹²³ *El Hogar*, año 12, n° 289, 16 de abril de 1915.

Unos números más tarde, la misma sección proporcionaba casi una página entera de fórmulas esotéricas para combatir las arrugas de la cara,¹²⁴ y finalmente apuntaba: “Además del masaje manual se adopta con buen resultado el masaje vibratorio, siempre que se hagan aplicar el masaje en la casa donde adquieran el aparatito y se emplee con cuidado”.¹²⁵ La precaución era razonable: según mostraba la ilustración correspondiente, el aparatito en cuestión era eléctrico y consistía en una ventosa que se aplicaba con una sola mano sobre la cara. El éxito de este tipo de aparatos (que existen en nuevas versiones al día de hoy) fue innegable. Para 1926, las lectoras de *El Suplemento* (que la misma publicación reconocía por momentos como trabajadoras) se encontraban con avisos como el del Radiostat, un “aparato de alta frecuencia con rayos ultravioletas para todas corrientes, con 5 electrodos diferentes” que se usaba para quitar las arrugas (tal como indicaba el titular destacado en una tipografía gruesa y visible) así como para “la regeneración de todos los órganos, a precios baratos” (Fig. 31).¹²⁶ En la misma revista, otro aviso que se presentaba como un artículo más (era el texto confesional de una actriz) se revelaba, en la lectura, como una publicidad del “Aparato para Corregir Narices Defectuosas ‘TRADOS’, modelo 25, patentado en Estados Unidos, con seis reguladores ajustables de presión, fabricado de metal liviano pulido” que, más aún, “corrige todas formas de narices defectuosas sin operación, rápida, segura, cómoda y permanentemente”.¹²⁷ Tal como señala una anotación manuscrita junto a un recorte de otro aviso del mismo dispositivo ilustrado con una figura femenina usando el aparato, pegado en uno de los álbumes de la

¹²⁴ En una misma página de una sola sección en un solo ejemplar de una sola revista se incluyen recetas de cremas para masajes (con agua de rosas, cera, jugo de bulbo de lis, benjuí, ácido bórico y sulfato de alúmina, para piel grasa; y aceite de almendras, agua de rosas, blanco de ballena, tintura de benjuí y alumbre en polvo para piel seca); de lociones para hacerse compresas (agua de rosas, leche espesa de almendras, sulfato de alúmina); de baños faciales para las arrugas (para pieles secas: agua de infusión de amapolas, agua de azahar, tintura de benjuí, tintura de mirra; para pieles grasas: infusión de romero, alcohol de 90°, tintura de benjuí, alumbre en polvo); de curativos para las arrugas (infusión de saúco, infusión de flores de rosas moradas, tintura de mirra, ácido bórico, alumbre); de polvos “Duquesa du Barry” (blanco) (almidón de arroz, talco de Venecia, óxido de zinc, esencia de muguet); de polvos “Rachel” (crema) (almidón de trigo, óxido de zinc, polvos de iris, esencia de violeta, clavos de olor pulverizados, flores de acacia pulverizadas); de depilatorios (sulfuro de calcio y vaselina). Cada uno de estos ítems deben aplicarse “con toda constancia, siendo pacientes y perseverantes en el tratamiento”, y algunos son además complementarios (crema, loción y baño facial, que repiten ingredientes pero en distintas proporciones). Se indica que debe asimismo evitarse el estreñimiento así como el “planchado” de la cara, que la responsable de la columna juzga como un procedimiento contraproducente. Todas las revistas femeninas y las de interés general tienen secciones de este tipo.

¹²⁵ “Secretos de la belleza femenina”, *El Hogar*, año 12, n° 291, 30 de abril de 1915. He visto este aparato publicitado también en *Caras y Caretas*, año 17, n° 802, 14 de febrero de 1914 (Vibrador White, “el método más natural y científico para aumentar la circulación de la sangre en los vasos capilares” que además “proporciona un cuerpo perfecto”); *El Suplemento*, año 7, n° 150, 21 de abril de 1926 (Aparato electrogalvánico Energo) y revistas extranjeras (Cf. *Hope in a Jar*, *op. cit.*, p. 74). Para las lectoras sin tantos recursos y problemas de arrugas y zonas del rostro “deprimidas”, la sección “Entre nosotras” de *Fray Mocho* recomienda masajes muy sofisticados y la utilización de un molde de algodón y lana sobre rellenos de lanolina, que debe usarse “de preferencia toda la noche” o al menos una hora al día (año 3, n° 117, 24 de julio de 1914).

¹²⁶ Aviso de Radiostat, *El Suplemento*, año 7, n° 144, 10 de marzo de 1926.

¹²⁷ Aviso de Trados modelo 25, *El Suplemento*, año 7, n° 144, 10 de marzo de 1926.

fotógrafa amateur Josefina Oliver,¹²⁸ los avisos de este tipo eran “muy corrientes por el año 1925-1926” pues, en palabras del texto recortado, “en la época actual, el dedicar atención a su apariencia es una necesidad absoluta” ya que “la humanidad en general le juzgará grandemente, si no de un todo, por su fisonomía”. Recordar que apenas una década más tarde en Europa se promulgarían leyes de “pureza racial” que avalaban una persecución de los ciudadanos por su fisonomía pone sin duda estas palabras en perspectiva.

La importación de estos dispositivos (como el Zello-Punkt para la nariz, de resonancias alemanas, que se promocionaba en 1928 en *El Hogar*, Fig. 32) implicaba no solo la globalización de determinados modelos corporales sino también la legitimación de la tecnología moderna como una aliada de la feminidad. La mentonera de caucho era “radioactiva”,¹²⁹ el Radiostat tenía “5 electrodos diferentes”, el Trados era “de metal pulido liviano”, pero la utilización de ninguno de estos aparatos aparecía construida discursivamente como antinatural; por el contrario, se enfatizaba que se trataba de tratamientos simples y naturales que podían llevarse a cabo en la propia casa y que servían para *conservar* o a lo sumo realzar aquello que ya se poseía, la belleza natural. Con solo un mes de diferencia el Radiostat se definía en *El Suplemento* como “un remedio infalible y natural”, y en *Femenil* como “el método científico para rejuvenecer el cutis”; un aviso de Helena Rubinstein en *Elegancias* caracterizaba al masaje como un “remedio natural” para luego introducir al Aparato Valaze para Masaje como “una invención nueva”.¹³⁰ Es frecuente encontrar este pivoteo entre técnica y naturaleza en muchos otros productos de belleza. Más aún, en los textos de estas publicidades el énfasis en la naturalidad se combinaba singularmente con una retórica pseudocientífica con el objetivo manifiesto de otorgarles a la vez cercanía y legitimidad.

El léxico de la campaña de Elizabeth Arden en *Vogue* es un ejemplo patente de esta articulación de elementos de resonancia técnica y biológica: número tras número, los avisos de

¹²⁸ Josefina Oliver (1875-1956) fue una fotógrafa amateur argentina. Sus fotografías y fotomontajes se encuentran recopilados en una serie de álbumes junto a papeles y recortes de diarios y revistas. Coloreadas e intervenidas, estas piezas redescubiertas hace apenas unos años por su sobrina nieta, Patricia Viaña, ofrecen material valioso para evaluar algunas de las apropiaciones de los rituales de la feminidad, la domesticidad y la familia puestas en acto por las mujeres de principios de siglo. El Palais de Glace le dedicó una exposición en 2014 que puede consultarse en www.palaisdeglace.gob.ar/exposiciones/2014/01/josefina/josefina.htm

¹²⁹ El uso de radio en cosméticos y dispositivos de corrección del cuerpo fue intenso entre los años diez y treinta, hasta que se conocieron sus efectos adversos, aun cuando las cantidades usadas eran mínimas debido a su alto costo. Hasta entonces, la radioactividad era considerada uno de los mayores descubrimientos científicos modernos y, en palabras de un aviso, “la vida y la energía natural más poderosa conocida”. En Argentina, además de la mentonera, que se promocionaba en revistas nacionales y extranjeras, he encontrado publicidades de Crema Activa (para mejorar todo tipo de condiciones cutáneas, en *Elegancias*, año 3, n° 40, febrero de 1914); Crème Radiacée Ramey para las arrugas (*Femenil*, año 2, n° 55, 27 de septiembre de 1926); Toriodofosfol (“jarabe yodotánico”, “combinación altamente científica” para escrofulosos, raquíticos, cloroanémicos); Torifosfitos (“jarabe de hipofosfitos”, “reconstituyente integral de la célula”, para casos de surmenage, desnutrición, melancolía, histeria, depresión moral y otros), en *El Suplemento*, año 7, n° 144, 10 de marzo de 1926; Seínosa, un producto a base de radio para dar firmeza a los senos (*Femenil*, año 2, n° 52, 6 de septiembre de 1926). Véase www.laradioactivite.com/fr/site/pages/radiofolies.htm (consultado por última vez el 10-10-2017). Todos los avisos señalaban el carácter moderno pero aun así natural del componente.

¹³⁰ *El Suplemento*, año 7, n° 144, 10 de marzo de 1926; *Femenil*, año 2, n° 32, 19 de abril de 1926, p. 90; *Elegancias*, año 3, n° 33, julio de 1913.

esta marca de cosméticos proporcionaban explicaciones plagadas de términos tomados de las ciencias naturales que revelaban el funcionamiento celular de la piel, para la que se proponía no una transformación ni una técnica de disimulo sino una rutina de cuidado “científico” que ayudase a su buen comportamiento:

Científicamente, una piel bonita se compone de un espesor de tejidos en plena actividad que eliminan ciertos residuos por los poros. Estos tejidos deben ser enriquecidos, o se vuelven demasiado flojos o demasiado pobres para funcionar normalmente. *Deben conservar su actividad*, de otro modo los residuos se acumulan y obstruyen los poros causando enrojecimientos, pieles rugosas o deslucidas. Los cuidados inteligentes de la piel se resumen en conservar las células en plena actividad.¹³¹

Para enfatizar la dimensión técnica del tratamiento, las imágenes que ilustraban estos avisos, cuidadosamente compuestos y diseñados, presentaban variaciones sobre el motivo del rostro femenino intervenido, ya por las manos de la mujer representada, por otras manos, por un vendaje, un instrumento circular o todo al mismo tiempo, siempre sobre un fondo abstracto, iluminado desde atrás, que otorgaba a la escena un carácter quirúrgico pero a la vez expresionista reforzado además por la vestimenta de la mujer, que lucía una bata blanca y se veía entregada al tratamiento, a veces recostada, con el rostro en blanco, ausente, tan esquemático como las viñetas que ilustraban los usos de la mentonera o del Radiostat (Fig. 33). Estas representaciones de la intervención convocaban, además, las imágenes más estrictamente médicas que podían verse de tanto en tanto en las revistas de interés general y en especial en las revistas médicas,¹³² en las que con los mismos recursos (fondos abstractos, expresiones neutras, encuadre de frente sin escorzo) se priorizaba la representación del caso objeto de estudio antes que el de la individualidad de la figura representada.

Esta misma estética se conservaba, por otro lado, en algunas publicidades de pastas dentífricas que para comunicar la eficacia y conveniencia higiénica de los productos a los fines de obtener “un arco dentario que sea siempre un atributo de belleza fisonómica”¹³³ recurrían, ellas también, al léxico científico y la focalización en la parte del cuerpo afectada o mejorada por el tratamiento (Fig. 34). En todos los casos, el carácter sintético, estrictamente controlado de estas imágenes contribuía a representar la intervención no como una operación ajena al cuerpo sino como algo que era parte, propio del cuerpo.

Con algunas variaciones (cuadros más amplios, figuras más individualizadas, Fig. 35), era una estética cercana a la que unos años más tarde trataban de reproducir las fotografías que acompañaban un artículo de *Plus Ultra* sobre “La lucha de la mujer contra la vejez”, que

¹³¹ Aviso de Elizabeth Arden, *Vogue*, vol. 11, n° 63, marzo de 1926. Original en francés. El énfasis es del original.

¹³² Es el caso de las distintas ilustraciones de *La Semana Médica* en esos mismos años.

¹³³ Aviso de dentífrico Dubarry, *El Suplemento*, año 7, n° 143, 3 de marzo de 1926.

consistía en una serie de imágenes de mujeres sometándose al tratamiento con distintos aparatos como el “electrotermo” (sobre un brazo), la “faja vibratoria” para la cintura, el secador de pelo “modernísimo que la moda fisioterápica emplea”, el “aparato preventivo contra el cáncer” (sobre la cara), el “aparato que mediante la luz embellece el cutis”, las “tenacillas onduladoras automáticas y de seguridad”, la “máquina eléctrica reductora del tejido adiposo” y el aparato de “ondulado permanente”.¹³⁴ La existencia de este tipo de artículos en las páginas de una revista de interés general, que presentaba a los tratamientos como novedosos por su tecnología pero no por sus propósitos —a fin de cuentas, reproducían exactamente los mismos presupuestos de 1915 o 1926 acerca de las partes del cuerpo que debían ser intervenidas— es una indicación de la amplia circulación de estas ideas de corrección del cuerpo en el ámbito nacional.

El artículo recuerda además que la tecnología de corrección no se aplicaba únicamente a la cara, aun siendo este su sitio de intervención privilegiado. En efecto, el mismo importador del Radiostat anunciaba en *Femenil* que “la joven simpática se trata el cuero cabelludo con radiaciones de alta frecuencia para quitar la caspa y para evitar la pérdida de los cabellos”, que rodeaban a la joven como una medusa.¹³⁵ Pero además de conservarse y limpiarse de caspa, el pelo, “uno de los atributos de la hermosura femenina que con mayor atención y preferencia debe cuidar una dama elegante”,¹³⁶ debía teñirse para ocultar las canas,¹³⁷ ondularse,¹³⁸ revigorizarse,¹³⁹ incluso reemplazarse por “transformaciones” (postizos) “invisibles (...) con raya que parece natural”.¹⁴⁰ Debía por otro lado eliminarse de todas las zonas que no fueran la

¹³⁴ “La lucha de la mujer contra la vejez”, *Plus Ultra*, año 15, n° 168, abril de 1930.

¹³⁵ Aviso de Radiostat, *Femenil*, año 2, n° 32, 19 de abril de 1926, p. 90.

¹³⁶ “La belleza y los encantos juveniles”, aviso de la casa G. Moussion, *El Hogar*, año 7, n° 148, 15 de marzo de 1910.

¹³⁷ También aquí aparece el imaginario técnico en relación con la “naturalidad”: un aviso de Agua Vegetal Marquis, una tintura “inofensiva”, indica que se cuenta con “Salones especiales provistos de los más modernos aparatos para hacer aplicaciones y decoloraciones, para las que se emplea personal idóneo y competente”, *La Mujer y la Casa*, año 5, n° 49, octubre de 1923, p. 28. Por otro lado, a lo largo de todo el período las canas aparecen como sinónimo de vejez y decadencia en muchas secciones de belleza y publicidades que ofrecen soluciones al respecto. La revista *Olympia*, una revista ilustrada de gran formato, las conceptúa como una “desastrosa evolución de la vejez” proveniente, entre otras cosas, de “Los sufrimientos, los trabajos intelectuales, las emociones demasiado violentas”, es decir todas rupturas respecto del curso normal de los acontecimientos, lo que señala su carácter antinatural. “La belleza femenina y sus cuidados”, *Olympia*, año 3, n° 35, 6 de marzo de 1929, p. 48. Y una publicidad de tintura recuerda que “no están de moda las canas”, *Para Ti*, año 1, n° 27, 14 de noviembre de 1922, p. 6.

¹³⁸ La “ondulación Marcel”, que ya se usaba en la década del diez, se lograba calentando el cabello con fierros. La “ondulación permanente” era el peinado de moda en los años veinte y, según indican los avisos, se vendían aparatos para lograrla “sin electricidad”, así como otros eléctricos. Era, a diferencia de la ondulación Marcel, una intervención costosa que podía hacerse sobre toda o parte de la cabellera.

¹³⁹ *El Hogar*, año 7, n° 147, 28 de febrero de 1910, reproduce por ejemplo un aviso de un producto llamado “Melanina” que se promueve como “gran restaurador del cabello” y que “mata los microbios que hacen caer el pelo”, entre otras virtudes. Muchos de los productos contra la caspa se ofrecen como revigorizantes. Por otro lado, existen también aparatos como el “cepillo y rodillo masajista” que “genera su propia electricidad” y conserva el vigor y lustre del cabello, *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 1, 15 de octubre de 1924.

¹⁴⁰ *Vogue*, vol. 2, n° 11, noviembre de 1921. En 1910, un aviso de Moussion, la peluquería más famosa de la época, indica que el uso de postizos se ha generalizado (una información que validan otros avisos). Reiterando el tópico de la ayuda a la naturaleza, se afirma más aún que “Sin su empleo, es muy difícil dar a la natural hermosura toda la magnificencia de su gracia”, en *El Hogar*, año 7, n° 150, 30 de abril de 1910. En

cabeza: los bigotes, el cuello, los brazos, las piernas; porque el vello es eso, recordemos, “que tanto desfigura y afea”, algo que mortifica.¹⁴¹ Para ello hay preparaciones “eminente científicas”,¹⁴² “depilación radical del vello por la electricidad con resultado garantido”,¹⁴³ y otros preparados que “sin ser depilatorio ni eléctrico, ni daña ni ataca la epidermis”.¹⁴⁴

También las manos reciben tratamientos específicos. Como “los quehaceres domésticos hacen que las señoras estropeen y endurezcan sus manos en vez de conservarlas suaves y blancas”,¹⁴⁵ además de blanquearlas, como hemos visto, se recomienda dormir con guantes viejos, frotar los dedos hacia abajo con una buena pomada para el cutis o renovar su circulación “llevándolas a los hombros y dejándolas caer como si fueran pesas (...) al tiempo de hacerlas girar sobre las muñecas”.¹⁴⁶ También es útil y “no cuesta nada acostumbrarse a darse masaje a la mano y a cada dedo en especial, tratando de afinar las extremidades de los dedos, hasta la muñeca”. Pero “si no se poseen dedos afilados en sus extremidades, se consiguen darles elegante forma con la ‘pince’ para la conformación de los dedos”, un sacrificio que vale la pena porque “una mano bien cuidada es seductora, es algo así como ofrecer un bouquet de rosas el dar una manita blanca de dedos afilados”.¹⁴⁷ La “pince”, según ilustra el grabado, consiste en una serie de dedos postizos con una tuerca para ejercer presión.

No menos atención reciben las piernas y en especial los tobillos, que es preciso reducir a proporciones “aristocráticas”¹⁴⁸ aplicando pomadas o cremas reductoras que prometen, como sugiere la ilustración (y el nombre) del aviso de Pallas Athené, estilizar la figura de la usuaria hasta reducirla a los contornos del dibujo lineal de una cerámica griega.¹⁴⁹ Desde ya, la exigencia de perfección de las piernas aumenta a medida que estas ganan visibilidad y estalla sobre todo en los años veinte, aunque ya a mediados de los años diez empiezan a circular representaciones de esta zona del cuerpo como magnéticas para los ojos masculinos (Fig. 36 a y b).¹⁵⁰ La media de seda es el accesorio (importado) que en estos años se vuelve indispensable,

1913, otro aviso celebra que la raya “Eclipse” en los postizos es “una imitación tan perfecta de la naturaleza que la vista más experta no logra descubrir el artificio”, en *Elegancias*, año 3, n° 33, julio de 1913. Para 1921, *Vogue* afirma que “no anda lejos el día en que las mujeres no usen su propio pelo más que para dormir”, “Transformaciones al alcance de todas”, vol. 2, n° 8, agosto de 1921, p. 25. Pero los postizos parecen haber declinado hacia mediados de la década, en consonancia con la aparición de la moda de la melena corta.

¹⁴¹ Aviso de folleto contra el pelo superfluo, Suplemento de moda de *La Ilustración Sud-Americana* [1910], *cit.*

¹⁴² Aviso de Capillus, *Fray Mocho*, año 5, n° 193, 7 de enero de 1916.

¹⁴³ Aviso de Instituto Dermatológico Bulnes, *La Vida Moderna*, año 4, n° 146, 26 de enero de 1910.

¹⁴⁴ Aviso de Compuesto Vegetal Costafort, *La Vida Moderna*, año 4, n° 160, 4 de mayo de 1910, p. 34; también *PBT*, año 7, n° 270, 22 de enero de 1910.

¹⁴⁵ Aviso de Vasenol, *Para Ti*, año 8, n° 377, 30 de julio de 1929, p. 26.

¹⁴⁶ “La edad y las manos”, *Femenil*, año 2, n° 19, 18 de enero de 1926, p. 23.

¹⁴⁷ “Secretos de la belleza femenina”, *El Hogar*, año 12, n° 290, 23 de abril de 1915. También en *Elegancias* se mencionan unos dispositivos similares, de marfil.

¹⁴⁸ *Para Ti*, año 8, n° 373, 2 de julio de 1929, p. 42.

¹⁴⁹ Aviso de Pallas Athené, *Femenil*, año 2, n° 19, 18 de enero de 1926, p. 60.

¹⁵⁰ Ya en 1910 (año 4, n° 147, 2 de febrero) *La Vida Moderna* reproduce una fotografía, en cierta forma novedosa para un contexto en que las piernas femeninas están en general ocultas, de “las piernas más bonitas de Londres”, según la revista *The Sketch*, y a medida que la moda impone faldas más cortas, las piernas ganan

y abundan en este sentido los discursos que vinculan su uso, convencionalmente, a una elegancia intrínseca al sexo femenino (una viñeta de Columba señala, por ejemplo, que “En Buenos Aires, no llevar medias de seda significa estar en la última miseria”).¹⁵¹ Un aviso de medias Holeproof que recorrió el mundo¹⁵² asegura por su lado que “entre sus méritos tan estimables (...) tienen el de realzar la gracia y belleza de sus tobillos obligando a la admiración”.¹⁵³ Pero estas partes del cuerpo no renuncian a los tratamientos científicos: hay también medias “recomendadas por el cuerpo médico” que “se encuentran en la sección de higiene de las grandes tiendas”.¹⁵⁴

Similares recomendaciones médicas ameritan otros dispositivos como los corpiños, las fajas y el corsé, el instrumento de corrección del cuerpo femenino más extendido y antiguo. Se han estudiado en profundidad los vaivenes de su utilización a lo largo del tiempo, pautados por argumentos médicos, estéticos e incluso morales.¹⁵⁵ Kaczan ha señalado, por ejemplo, que en el siglo XIX su adopción para controlar la rectitud de la silueta femenina, que derivó en la relativa inmovilidad de las mujeres burguesas, se vinculó por extensión a su rectitud moral, puesta en duda entre mujeres trabajadoras en quienes el uso del dispositivo era concebido como incompatible.¹⁵⁶ El corsé como “un recurso más de enclasmiento” apuntala, desde este punto de vista, la misma idea de feminidad restrictiva sobre la que hemos venido reflexionando, si bien por otro lado se usó también para realzar los caracteres sexuales femeninos e incluso fue, en gran medida, una vía de expresión de la sexualidad femenina, lo que lo convierte en un dispositivo ambiguo y controversial.¹⁵⁷ Diego Armus ha recuperado, en su historia cultural de la tuberculosis, las múltiples valoraciones que se hicieron de este dispositivo en Argentina en

rápidamente atracción, como demuestra por ejemplo una viñeta en *Vida Porteña* titulada “Adonde van los ojos”, que muestra a un hombre dirigiendo su mirada a las gruesas pantorrillas de una mujer con medias (año 5, n° 179, 17 de abril de 1917). En los años veinte, las *Páginas de Columba* hacen todo un caso, número tras número, de “la segunda pierna”, aquella que queda expuesta al subir al auto o al tranvía, y que según sus viñetas infarta a los transeúntes y genera más de un desorden en el espacio público, un placer que “deja de existir como callejera emoción”, como también sugiere la revista, a medida que las faldas se acortan y las piernas se vuelven visibles en todos los ámbitos. Véase *Páginas de Columba*, 1926, *passim*.

¹⁵¹ “El lenguaje de las piernas”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 34, 31 de diciembre de 1924, p. 21.

¹⁵² Este aviso ilustrado por Coles Phillips fue célebre y aparece en los años 1924 a 1926 en múltiples revistas y versiones, a tal punto que fue plagiado, en 1927, por un ilustrador local para una publicidad de calzados, como señala Herminio Héctor Rondano en *Plástica*, n° 9, septiembre de 1936.

¹⁵³ *Para Ti*, año 3, n° 122, 9 de septiembre de 1924.

¹⁵⁴ Aviso de medias Occulta, *Vogue*, vol. 11, n° 67, julio de 1926, p. 67.

¹⁵⁵ Véase Valerie Steele, *The Corset. A Cultural History*, New Haven y Londres, Yale University Press, 2001.

¹⁵⁶ Kaczan, “Mar del Plata: escenario para la exhibición corporal”, en *Representaciones...*, *op. cit.*, p. 100. Es una afirmación de Bryan Turner, “Government of the body”, *The Body and Society*, *op. cit.*, pp. 167-169. Sin embargo, Steele rechaza esta diferenciación y afirma que el uso de corsé se extendió en el siglo XIX a mujeres de todas clases sociales, sin impedirles trabajar. Esta afirmación es válida para el período que nos ocupa, sobre todo por la aparición de corsés más flexibles y cómodos. De todos modos, la vigencia de la relación entre el corsé y la rectitud moral se confirme por ejemplo en un diálogo reproducido en *Mundo Argentino* que dice: “En una clase de niñas. La maestra. —Vamos a ver. ¿Qué es lo que nos sujeta, y nos hace mejor de lo que somos por naturaleza? Las niñas a coro. —¡El corsé!” “La conciencia y el corsé”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 62, 13 de marzo de 1912.

¹⁵⁷ David Kunzle, *Fashion and Fetishism. Corsets, Tight-lacing, and other Forms of Body-Sculpture*, Stroud, Sutton, 2004 [1982].

relación con la salud y con la enfermedad, y ha apuntado que así como se lo identificó como una moda frívola y dañina que podía facilitar el contagio de la tuberculosis, también se lo recomendó por su capacidad de mantener el cuerpo erguido y, veladamente, se lo consideró un instrumento efectivo de erotización.¹⁵⁸

Lo cierto es que el corsé, al igual que las fajas y los corpiños, cumplieron una función primaria en la modelación del cuerpo de acuerdo a los cánones cambiantes de feminidad. El corsé rígido e inhabilitante de principios de siglo fue sustituido en Argentina hacia los años diez por otro más flexible, sin ballenas, o directamente por la faja. La evidencia de los avisos y artículos parece indicar, con todo, que el corsé emballenado se siguió utilizando largamente, e incluso en los años veinte, cuando la silueta privilegiada como femenina exigía menos énfasis en las curvas, el uso de fajas, corpiños y corsés era indispensable precisamente para disciplinarlas.¹⁵⁹ Por ello es interesante, aunque paradójico, que de los nuevos corsés, de los que había por otra parte muchos modelos distintos, se dijera que “conservan la línea natural y esbelta”,¹⁶⁰ una idea que la expresión misma de “ligne normale”, tal como se conoció a la silueta de 1912 en adelante, sintetiza con claridad.¹⁶¹

En 1913, por ejemplo, un largo aviso en forma de artículo, aparecido en *Elegancias*, explicaba las características de esta nueva silueta, “una evolución importante” en virtud de la cual el vientre “antes comprimido y deformado por el corsé, recobra su forma natural y queda libre bajo las ropas, prestando de tal modo a la escultura de la mujer una naturalidad, que recuerda los lejanos tiempos de la Grecia clásica”. El artículo repetía varias veces que la nueva moda respetaba “la curva natural del vientre”, que “su dibujo natural está de moda”, que la nueva curva se aplica a “la línea natural del cuerpo” y que este “recobra su centro de gravedad natural”. No obstante, este énfasis en la naturalidad se detenía en “el caso de las mujeres defectuosas, o de aquellas que por la maternidad o por un excesivo desarrollo han sufrido una alteración más o menos grande de sus formas primitivas”, porque para ellas “no podrá regir la misma ley. En estas últimas circunstancias, el corsé ha de construirse en condiciones de que preste a la figura la apariencia de un abdomen normal”.¹⁶² La normalidad y la naturalidad, como vemos, no eran un dato de la realidad sino un ideal al que debían acomodarse las “mujeres defectuosas”. Más aún, eran un ideal cambiante, tal como sugieren las críticas posteriores de la

¹⁵⁸ Diego Armus, “Corsés, cinturas de avispa, erotismo y respiración enfermiza”, *La ciudad impura. Salud, tuberculosis y cultura en Buenos Aires 1870-1950*, Buenos Aires, Edhasa, 2007, pp. 235-247.

¹⁵⁹ Armus, *op. cit.*, p. 238. El autor verifica, de hecho, la persistencia de la preocupación médica por el corsé por lo menos hasta los años cuarenta, incluso después de la introducción de modelos más flexibles.

¹⁶⁰ Aviso de corsés C.P. à la Sirène, *Elegancias*, año 3, n° 38, diciembre de 1913, p. v.

¹⁶¹ Sobre esta transición véase Traversa, “De la ‘cintura de avispa’ a la ‘ligne normale’: acerca de un cambio en la presencia del cuerpo en los medios”, *Cuerpos de papel, op. cit.*, pp. 231-246. Traversa ubica la aparición de la *ligne normale* en la prensa argentina hacia 1909, yo la he encontrado recién hacia 1912-1913.

¹⁶² Aviso de Farcy & Oppenheim, *Elegancias*, año 3, n° 32, junio de 1913, p. xviii.

revista *El Gráfico*, analizadas por Armus, de estos nuevos modelos de corsés, a los que se acusaba de artificialidad y de ir en contra, justamente, de la belleza natural.¹⁶³

Es preciso tener en cuenta estos matices, entonces, antes de apresurarse a declarar que la silueta femenina tendió a liberarse, emanciparse de las constricciones del pasado. Cambiaron, en todo caso, sus formas de contención, pero la mayor movilidad y la flexibilidad que los nuevos corsés y las fajas habilitaron al cuerpo femenino solo indican que se había desplazado el eje de significación de la feminidad hacia otras partes y otras prácticas. No significan, entonces, que las mujeres hubieran por fin comenzado el tránsito hacia su emancipación física, aun cuando los discursos contemporáneos a la flexibilización de los corsés la presentaran como una conquista, usando incluso cierta retórica militante y hasta el nombre de una reconocida feminista como Julieta Lanteri como inspiración de su diseño.¹⁶⁴

La presión se volvió, si acaso, más exhaustiva. La nueva primacía de la “naturalidad” del cuerpo lo obligó a adaptarse a nuevos rendimientos físicos, que los dispositivos solo ayudaban a facilitar, cumplían en estimular. O al menos esto es lo que indican los acentos médicos, y sobre todo higienistas, en los discursos en torno del corsé hacia la década del diez. El corsé es aquí un instrumento de preservación de la salud y la postura, no un simple accesorio de coquetería. Se vuelve indispensable no solo para el embellecimiento sino para el bienestar físico de las mujeres:

La inmensa y distinguida clientela de Buenos Aires y los innumerables pedidos que diariamente se reciben de las provincias evidencian las grandes ventajas de los corsés Petrel, los cuales no solamente embellecen el cuerpo de las señoras y señoritas de buen gusto, sino que se hacen indispensables, para la comodidad y salud, y por sus excelentes condiciones científicas.¹⁶⁵

Tal es la afirmación de la Maison Petrel, recomendada por el Honorable Consejo de Higiene, que fabrica corsés “patentados por el Departamento Nacional de Higiene” y cuyo aviso ostenta las medallas recibidas en el Congreso Médico-Latino y la Exposición Nacional de Higiene de Francia. Y la ilustración de un torso femenino fragmentado, sin cabeza, que expone las virtudes del modelo sin detenerse a otorgar a la figura mayor encanto es ciertamente deudora de la tradición de la imagen científica, objetiva. Es el mismo principio que subyace a los esquemas del Establecimiento Farcy & Oppenheim, que sintetizan a través de una serie de

¹⁶³ Armus, *op. cit.*, p. 239.

¹⁶⁴ Efectivamente, la Maison Petrel publicitaba una faja ortopédica “dedicada a la Doctora Lanteri”, quien se había opuesto al uso del corsé. En *Caras y Caretas*, año 10, n° 453, 8 de junio de 1907. Por otro lado, otra publicidad de corsés en *Elegancias* reunía la opinión de varios referentes de la moda y el escenario a propósito del nuevo corsé, a lo que una actriz respondía: “¿Si voto por el corsé línea normal? ¿Cómo es posible que no sea ardientemente partidaria de su adopción?”. Los términos votar, ser partidaria, estaban en clara deuda con la retórica feminista contemporánea, “La ligne normale. Leur avis”, *Elegancias*, año 3, n° 41, marzo de 1914.

¹⁶⁵ Aviso de Maison Petrel, *PBT*, año 7, n° 287, 28 de mayo de 1910.

perfiles de la estructura ósea y del contorno de un cuerpo femenino la evolución del dispositivo demostrando la adecuación del último modelo a “las formas normales”: “Seguir los contornos de la mujer, obedecer a las formas naturales, protegiéndolas, esta es la finalidad que, como buen higienista, se ha impuesto en la construcción y corte del corsé el fabricante de esta prenda femenina” (Fig. 37).¹⁶⁶

No todas las figuras que acompañan los avisos de corsés siguen estas reglas; muchas de ellas recurren a gestos y miradas convencionales para transmitir, precisamente, el encanto que el dispositivo otorgará a la usuaria, de acuerdo con una iconografía cimentada en el siglo XIX que vincula la lencería, y en especial el corsé, al erotismo.¹⁶⁷ Pero no es infrecuente que este recurso se mezcle, en ocasiones, con la retórica higienista, que se mantiene estable también durante los años veinte. En esta década, como en la del diez, el corsé convive con las fajas, los sostenes de espalda¹⁶⁸ y los corpiños o portasenos. A todas estas piezas se les exige ahora, además de salubridad, comodidad, practicidad, flexibilidad. Los figurines de los avisos adquieren, a veces, movimiento, demuestran las nuevas posturas admitidas para el cuerpo femenino, al que se hace levantar las piernas, saltar, sentarse, todos gestos imposibles de realizar con el corsé tradicional (Fig. 38). No obstante, el movimiento exige a su vez una figura delgada, un pecho firme, un vientre en su lugar. Los corpiños, la faja y el corsé modelan el cuerpo a estos fines; sus materiales (caucho, plástico, goma) aseguran su durabilidad y su modernidad.

2.3 *La naturaleza asistida desde adentro. Medicina y deporte*

Allí donde los dispositivos modeladores no son suficientes, la pseudomedicina ofrece otras soluciones. Estas no se conceptualizan como agentes externos que transforman el funcionamiento del cuerpo sino como auxiliares de sus funciones orgánicas normales; como ayudas a la naturaleza.

Un tal profesor Müller publicita su descubrimiento científico e higiénico para “criar senos sobre un pecho liso en tres semanas”; nótese que el verbo *criar* refiere no a la adquisición artificial de una de las características físicas más emblemáticas del cuerpo femenino sino a su desarrollo a partir del cuerpo mismo y “donde ellas son necesarias y deseadas”.¹⁶⁹ Ya que

¹⁶⁶ Aviso de Farcy & Oppenheim, “La mujer y el corsé”, *Elegancias*, año 3, n° 42, abril de 1914, p. 217.

¹⁶⁷ Véase Steele, *The Corset. A Cultural History*, *op. cit.*, pp. 113-141. Comentarios a propósito de estas estrategias en las publicidades locales de corsés en Armus, *op. cit.*, p. 241.

¹⁶⁸ Como el “Respira-bien”, una suerte de tensor que “Se amolda sobre los hombros y alrededor de la espalda, obligando al pecho a levantarse”, que de todos modos no es exclusivamente femenino. Véase *La Vida Moderna*, año 4, n° 149, 16 de febrero de 1910.

¹⁶⁹ Aviso de Cría Senos, *Mundial*, año 2, n° 20, diciembre de 1912.

aunque por los mismos años las revistas indican que “la moda actual exige poco pecho”,¹⁷⁰ la posesión de un busto “redondo, duro y de hermoso aspecto” es en los años diez —y continuará siéndolo en los veinte— un índice de salud y de belleza, o eso sugieren al menos las ilustraciones del aviso, que contraponen a una mujer excesivamente delgada y entristecida, frente a una joven de formas redondeadas en actitud triunfal. Una particular comprensión del triunfo es, de hecho, también la clave de otro aviso que en tres viñetas resume el sacrificio que aguarda a las mujeres sin “el mayor de los encantos femeninos” frente al éxito de aquellas “más favorecidas por la naturaleza”: a las primeras, una vida de trabajo y miseria, encarnadas en una mujer que plancha encorvada; a las segundas, la admiración masculina, la posibilidad de formar una familia y la riqueza (Fig. 39).¹⁷¹ A lo largo de todo el período, las Píldoras Orientales, “benéficas para la salud” y “aprobadas por las celebridades médicas”, prometen desarrollar, reconstituir y fortificar el “hermoso pecho”.¹⁷² La popularidad de estas mismas píldoras justifica en los años veinte un tipo de aviso publicitario que al mismo tiempo que retoma la contraposición de figuras mal formadas y figuras esbeltas, reproduce la fórmula de las viñetas humorísticas, a las que para entonces, y a fuerza de lectura de revistas ilustradas, ya se ha habituado el público local. En una de esas publicidades, en la revista de humor *Páginas de Columba*, dos hombres comparan el atractivo de dos mujeres y alaban a la que ostenta el pecho más firme rematando, sin mayores explicaciones, que “se ve a la legua que toma Píldoras Orientales”.¹⁷³ En otra variante, los hombres intercambian el siguiente diálogo mientras miran de lejos a dos mujeres en traje de baño: “—¡Cómo se ve que la de gorrita *jockey* toma Píldoras Orientales! —Se ve a la legua. En cambio, a la otra... ¡qué falta le hacen!”.¹⁷⁴

También en los años veinte, la Lotion Étoile se promociona para los mismos fines con ligeras diferencias entre publicaciones con distinto público: a las lectoras de *Atlántida*¹⁷⁵ se les ofrece acentuando el vocabulario médico (“es absorbida fácilmente por la piel”, “hace contraer los músculos a su posición normal”), y las invita a identificarse con una mujer carnosa pero vestida, que levanta libremente sus brazos.¹⁷⁶ La publicidad de *Vogue* tiene más niveles, lo que sugiere una lectora con más tiempo y, quizás, más ansiedades respecto de lo que sus características físicas delatan acerca de su posición social (Fig. 40 a y b). El aviso asume a una lectora que veranea (“con los calores y la ropa liviana la silueta femenina se luce con mayor frecuencia”, comienza) y afirma que la loción, “usada por la aristocracia de todas las grandes capitales”, ayuda a conseguir “senos hermosos, turgentes, vigorizados, ebúrneos y de piel

¹⁷⁰ Aviso de banda reductora Junon, *ibidem*.

¹⁷¹ Aviso de Hélène Duroy, *La Vida Moderna*, año 9, n° 195, 17 de enero de 1912.

¹⁷² Aviso de Píldoras Orientales, *PBT*, año 7, n° 287, 28 de mayo de 1910.

¹⁷³ *Páginas de Columba*, año 2, n° 28, 27 de agosto de 1924.

¹⁷⁴ *Páginas de Columba*, año 2, n° 34, 31 de diciembre de 1924.

¹⁷⁵ Un perfil completo de *Atlántida*, en los veinte una revista para lectores de sectores medios, en Bontempo, *Editorial Atlántida. Un continente de publicaciones, 1918-1936*, Universidad de San Andrés, 2012.

¹⁷⁶ *Atlántida*, año 7, n° 351, 1 de enero de 1925.

nívea”, en un estilo deudor de un imaginario poético modernista que se condice con la figura femenina del aviso, una silueta blanca, desnuda, de extremidades largas, sosteniendo el equilibrio en una posición sofisticada, alargando su brazo hacia el cielo.¹⁷⁷ Aunque el fin del aviso es el mismo, y en consecuencia son las mismas características físicas las que se promueven como femeninas, cada variante articula el valor de esas características de acuerdo a lo que presume como convocante para su consumidora potencial. Lo que todas las variantes destacan, en cualquier caso, es la vigilancia reforzada que la mirada masculina ejerce sobre el cuerpo femenino a medida que sus partes se vuelven, con la moda, más escrutables.

Entre los años diez y los años veinte crecen visiblemente, también, las presiones en torno a la delgadez, para la que existen no solo las fajas y los corsés de reducción sino cada vez más píldoras, tónicos y tés. Los baños de sales de Clarks, basándose en “el principio de Arquímedes”, permiten perder “el sobrante de su peso racional”;¹⁷⁸ el Instituto Vogue invita a probar un “método científico para adelgazar total o parcialmente”.¹⁷⁹ Las secciones de moda insisten en la elección del vestido de acuerdo a las condiciones de cada cuerpo,¹⁸⁰ pero al cuerpo excedido de peso se le niegan beneficios de todo tipo, empezando por el atractivo físico. Las crueles viñetas del dibujante Ramón Columba en su revista manifiestan la vigencia de este principio en el ámbito local: “¡Ciento veinte! Dios mío, o bajo de peso o me tiro a la Dársena. Este es el único camino que le queda a una porteña ‘pesada’”, suspira en una de ellas una mujer obesa subida a una balanza y dándole la espalda a una joven delgada, sonriente, celebrando su aspecto frente al espejo.¹⁸¹ La revista *Atlántida*, por otro lado, incluye en una sección gráfica denominada “Gente rara” a una “superabundante damita que pesa 247 kilos” y que ofrece una dote abundante a quien se case con ella, aunque según informa la revista con bastante sorna, junto a las fotos y una caricatura de la mujer, “hasta ahora no ha dado un paso al frente el hombre corajudo que cargue con el pesado fardo del matrimonio”.¹⁸² En otra viñeta, en *El Hogar*, un modisto (“el rey de la moda”) se aleja con asco y rechaza la petición de una mujer obesa, bajo la mirada despreciativa de sus congéneres, todas delgadas (Fig. 41).¹⁸³

La redondez de formas y cierta generosidad de carnes, apreciadas en el pasado como expresión de capacidad procreativa,¹⁸⁴ quedan crecientemente fuera del registro de la

¹⁷⁷ *Vogue*, vol. 11, n° 61, enero de 1926.

¹⁷⁸ *Elegancias*, año 3, n° 38, diciembre de 1913.

¹⁷⁹ *Vogue*, vol. 11, n° 61, enero de 1926.

¹⁸⁰ En “El tino en el vestir. Cómo una mujer gruesa puede parecer delgada”, se desaconsejan los modelos de vestidos que “no ocultan la desproporción de las mujeres gruesas”, *Femenil*, año 2, n° 25, 1 de marzo de 1926, p. 61.

¹⁸¹ *Páginas de Columba*, año 2, n° 22, 23 de abril de 1924, p. 30.

¹⁸² *Atlántida*, año 7, n° 358, 19 de enero de 1925.

¹⁸³ *El Hogar*, año 21, n° 819, 26 de junio de 1925.

¹⁸⁴ Kaczan, “Dosificación de los cuerpos emancipados. Licencias y reservas hacia la década del 20”, *Representaciones...*, *op. cit.*, p. 216.

feminidad. Ya que “el triunfo de la mujer consiste en su perfección física”,¹⁸⁵ y el triunfo de la mujer es, desde luego, conseguir atraer al sexo opuesto: “En todas las edades la creación se ha sentido orgullosa de ser dominada por ellos y embellecida por ellas —dice un aviso de pastillas para la disfunción eréctil—. El vigor del hombre es correspondido y estimulado por la belleza y seducción de la mujer”.¹⁸⁶ No es otro que Cupido el que mide la cintura de una figura femenina en un aviso de un tónico adelgazante que alerta sobre uno de los peores males que aquejan no a la humanidad sino específicamente a las mujeres: “¡Cuidado, señora! Usted empieza a engordar y engordar es envejecer”.¹⁸⁷ Las afirmaciones de este tipo no son inofensivas; implican todo un conjunto de nociones acerca de la función del género femenino y se vinculan en última instancia con la reproducción y la eugenesia.¹⁸⁸ La presión creciente que se ejerce sobre el cuerpo, contemporánea a muchos otros discursos sobre la emancipación del cuerpo, es una forma novedosa, renovada, sofisticada de opresión sexual.

Si la delgadez, aunque artificial, debe encomiarse, la gordura en cambio, al igual que la vejez, deben “curarse”; enemigas de la hermosura, afectan el correcto desempeño de la función primaria de las mujeres: atraer. Gran parte del estallido de los deportes y las rutinas corporales entre una década y otra se vincula precisamente con este presupuesto, y aunque un tono celebratorio recubre los artículos que se refieren a estas nuevas prácticas, debemos ponerlos en serie con la atención exhaustiva que empieza a recibir el cuerpo femenino por esos años, menos emancipatoria de lo que parece. El ubicuo concepto de “cultura física”, del que se apropian con rapidez todo tipo de revistas ilustradas que incorporan consejos sobre salud y bienestar físico, y cuya penetración en la vida femenina las publicaciones aplauden y señalan como gesto moderno, vela la importancia tradicional y la persistencia de la idea de atractivo físico para la definición de la feminidad;¹⁸⁹ el hecho de que la naturaleza del cuerpo femenino es la clave sobre la que se funda el rol social de las mujeres.

En 1924, por ejemplo, la revista popular *Mundial* (que debemos distinguir de su homónima francesa de la década del diez), presenta la práctica femenina de deportes como un progreso: “destruido el viejo concepto, considerada la mujer más que como una sometida una

¹⁸⁵ Aviso de Pallas Athené, *El Suplemento*, año 7, n° 144, 10 de marzo de 1926.

¹⁸⁶ Aviso de Píldoras de Hércules, *El Suplemento*, año 7, n° 148, 7 de abril de 1926.

¹⁸⁷ Aviso de Thyroidine Bouty, *Elegancias*, año 3, n° 31, mayo de 1913.

¹⁸⁸ La eugenesia como ciencia práctica destinada a mejorar la especie humana a través de políticas preventivas, positivas (tendientes a favorecer la reproducción de elementos “superiores”) y negativas (tendientes a bloquear la reproducción de elementos “inferiores”) se volvió gravitante en el ámbito local precisamente a lo largo de este período (aunque en las ciencias médicas en el mundo estuviera perdiendo validez), tal como ha estudiado Marcela Nari en *Políticas de maternidad y maternalismo político*, Buenos Aires, Biblos, 2004, pp. 34-55. Un estudio amplio sobre la eugenesia en América Latina es el de Nancy Leys Stepan, *The Hour of Eugenics. Race, Gender and Nation in Latin America*, Ithaca, Cornell University Press, 1991.

¹⁸⁹ Sobre los discursos acerca del deporte y las mujeres, y la centralidad del atractivo físico, véase Patricia Anderson, “*Mens sana in corpore sano*. Debating female deportismo in Argentina, 1900-1946”, mimeo; también Paula Bontempo, “El cuerpo saludable”, *Para Ti: el cuerpo de la mujer moderna (1922-1928)*, op. cit., pp. 65-89; Cecilia Tossounian, “Forging a beautiful nation: beauty culture, physical culture and women”, *The Body Beautiful and the Beauty of Nation: Representing Gender and Modernity (Buenos Aires 1918-1939)*, op. cit., pp. 165-200.

compañera de orden superior, su actividad había de extenderse aun hasta los lugares en los cuales parecía limitarse su actividad”, aplaude el artículo, que además denuncia que “Los hombres de nuestro país transan con las sportswomen pero no aceptan a las sufragistas”. Pero la celebración se desplaza rápidamente hacia el cuerpo: “Y hoy vemos conjuntos armoniosos, hermosas caras, cuerpos elegantes, practicar diversos sports con la misma audacia que los hombres, pero poniendo en todos ellos la distinción y el buen gusto innato en la mujer”.¹⁹⁰ Las fotografías insisten sobre el mismo ángulo: la nadadora y las patinadoras son “hermosas”; sus siluetas, se aclara, compensan la mala impresión que su postura afectada ante la cámara puede producir.

Un desplazamiento similar ocurre, visiblemente, en *Sport Ilustrado*, una revista de pocas páginas dedicada al deporte que incluye notas sobre deportistas mujeres siempre desde un ángulo en apariencia progresista:

Para los propagandistas de las actividades físicas en la mujer [la primera manifestación deportiva femenina al aire libre] ha sido un gran triunfo. No es esta la oportunidad de detenerse en disquisiciones de orden moral o sociológico, con el objeto de convencer a los recalcitrantes sobre las bondades de la vida al aire libre, para la mujer. (...) el tema fue discutido y no creemos que existan aún espíritus estrechos o tan extremadamente conservadores que pretendan reservar a las mujeres, solamente, los deberes de una buena ama de casa.¹⁹¹

Pero el mismo artículo avanza reseñando el encuentro deportivo y concluye que los ejercicios

no solo satisficieron (sic) la curiosidad explicable sino que también, realizados con una precisión insuperable y provistos de una elegancia artística indiscutible, produjeron para el espíritu una impresión de belleza, demostrando así que el ejercicio en la mujer, lejos de quitarle a esta los atributos de delicadeza característica, los aumentan.

A los pocos números de su primera aparición, la revista incorpora la sección “Bellas cultoras del sport”, que confirma con sus fotografías de chicas sonrientes exhibiendo sus piernas, sin realizar deporte alguno, el mismo presupuesto: aun bajo un discurso que exalta el carácter saludable del deporte, lo que prima en la celebración del “deportismo” femenino es que disciplina el cuerpo, lo hace bello y, más aún, proporciona razones para exhibirlo (Fig. 42). A Herminia Brumana no se le escapa este dato, y así denuncia en el periódico anarquista *Nuestra Tribuna* a “las criollas deportistas en público” que “se levantan a las diez de la mañana”:

¹⁹⁰ “La mujer y el sport”, *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 6, 19 de noviembre de 1924, p. 74.

¹⁹¹ “Una gran manifestación deportiva femenina”, *Sport Ilustrado*, año 1, n° 18, 8 de diciembre de 1922.

“¿Deportistas por higiene? Por higiene se madruga y se hace ejercicio físico metódicamente sin esperar a hacerlo delante del público o de la barra. ¡Coqueteo nada más!”.¹⁹²

Aunque contrario al uso exhibitorio del deporte, el comentario de Brumana confirma, precisamente, que en los años veinte este ya es comprendido como una práctica vinculada no solo a la salud sino también al embellecimiento.¹⁹³ Deporte, salud y belleza, de hecho, están asociados en esa tendencia que busca asistir al cuerpo desde el cuerpo para regular la reproducción de la diferencia sexual. De allí que los discursos acerca del deporte pivoteen entre la celebración del atractivo físico que el deporte fomenta y la condena de las prácticas deportivas que borronan los caracteres sexuales secundarios. Como se afirma en *Femenil*, “El deporte al aire libre, siempre que sea hecho con miras a favorecer la gracia y agilidad sin desarrollar los músculos, de manera que resulten anormales, es muy beneficioso. La belleza es la forma superior de la buena salud y sus formas pueden conseguirse sin el uso o más bien el abuso de cosméticos”.¹⁹⁴

2.4 *Las prácticas de embellecimiento y las mujeres como naturaleza peligrosa*

Entre una década y otra, el embellecimiento se conceptualiza definitivamente como un deber de *todas* las mujeres que tiene repercusiones serias sobre la posibilidad de encontrar pareja, casarse y reproducirse. Las revistas ilustradas difunden tanto los modelos corporales a seguir como los medios a través de los cuales es posible acercarse a esos modelos: la moda, la cosmética, la medicina, la ciencia, el deporte. No faltan en la prensa los discursos que hacen foco en la artificialidad de los métodos de embellecimiento, pero aun esos discursos proponen como legítimo el esfuerzo porque el fin último de esas prácticas es atraer a los sexos, acercar —y no alejar— a las mujeres a su naturaleza.

En 1912, por ejemplo, un artículo en *Mundo Argentino* ironiza sobre los complicados procedimientos que deben seguirse para ser una de esas bellezas que las vidrieras de los negocios al mismo tiempo celebran e invitan a reproducir. El texto, titulado “La belleza dolorosa”, pone en palabras de una mucama la explicación de los múltiples artificios utilizados por su patrona para domesticar sus características físicas: largas horas de ejercicios dolorosos para desarrollar y afirmar los senos; movimientos pendulares para mantener la flexibilidad del “talle de avispa”; masajes para conservar la tersura de las manos, cuya blancura se debe a que la señora permanece largo rato con los brazos levantados; utilización de un resorte para adherir al

¹⁹² “Concursos atléticos”, *Nuestra Tribuna*, año 1, n° 9, 15 de mayo de 1923.

¹⁹³ Kaczan ha analizado los argumentos médicos y psicológicos esgrimidos en favor del deporte femenino, pero también menciona que el deporte se alienta porque contribuye a resaltar las virtudes femeninas y porque se asocia rápidamente a la distinción. “Dosificación...”, *op. cit.*, pp. 235-246.

¹⁹⁴ “Los deportes femeninos y la mujer moderna”, *Femenil*, año 2, n° 48, 9 de agosto de 1926, p. 40.

cráneo las orejas saltonas, que además adquieren una mejor forma haciendo colgar del lóbulo un buen peso; modificación de la nariz a través de una faja que suaviza su aspecto ganchudo y de una esponja que iguala los tamaños de las fosas nasales; superación de una “palidez enfermiza” mediante el uso de cuellos postizos muy ceñidos y almidonados que congestionan el rostro, etc. Y aunque se insinúa cierto humorismo en la descripción de cada procedimiento, su testimonio concluye: “Todos estos vendajes, todos esos instrumentos que le levantan la nariz, aplastan sus orejas, dan tersura a su frente y oprimen su cuello, constituyen para ella un verdadero martirio”, a lo que sigue un remate que no forma parte ya de sus “memorias”: “Sí, un martirio. A veces, es necesario sufrir para ser bonita. ¿Pero acaso esto no recompensa largamente todo lo demás?”.¹⁹⁵

“Martirios voluntarios” es de hecho el título de una ilustración algunos años posterior, reproducida en *Plus Ultra*, que representa a un modisto ajustando las tuercas de un complejo sistema de morsas que corrigen el cuerpo de una mujer, quien a su vez se mira, sonriente, ante un espejo de mano.¹⁹⁶ Las morsas compactan su cráneo, caderas, pecho, manos y pies para reducir su figura, según se interpreta, a las medidas de un maniquí situado hacia un costado (Fig. 43). El modisto se esfuerza visiblemente en ajustar las tuercas; un serrucho y un hacha lo aguardan a los pies y apuntan a posibles ulteriores intervenciones. La composición, que guarda alguna relación con la iconografía de Pigmalión y Galatea, sugiere también la idea de un perfeccionamiento que hace cobrar vida a la figura femenina. Aquí, como en las memorias mencionadas arriba, es patente la idea de que las intervenciones implican una ganancia que compensa los peores sufrimientos.

La representación de las mujeres como seres que invierten instintivamente en su embellecimiento para captar la atención del sexo opuesto las equipara también, en ocasiones, a otras especies animales. Es una asociación que refuerza el vínculo de las mujeres con la naturaleza, y que aparece sugerida en algunas representaciones visuales en las que una o varias figuras femeninas adoptan características animales especialmente vistosas y atractivas, como las alas de una mariposa o las plumas de un pavo real (Fig. 44 a y b). Subyace, asimismo, en algunas representaciones de las mujeres como flores que pueden marchitarse o cuyos tallos con espinas pueden pinchar, y en las de las mujeres como sirenas, criaturas a medio camino entre lo humano y lo animal cuya peligrosidad mítica es de conocimiento popular.

Si bien en estas representaciones la animalización del cuerpo femenino funciona como metáfora sexual aún vinculada al deseo masculino —su belleza y atractivo son aún la “sede del placer visual”—,¹⁹⁷ todas coinciden en subrayar la metamorfosis como una transformación amenazante; una técnica que al revelar a las mujeres en su expresión más poderosa puede tanto

¹⁹⁵ “La belleza dolorosa”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 55, 24 de enero de 1912.

¹⁹⁶ Acquarone, “Martirios voluntarios. En casa del modisto”, *Plus Ultra*, año 3, n° 21, enero de 1918.

¹⁹⁷ Tomo la frase de Teresa de Lauretis, *Alicia ya no. Feminismo, semiótica, cine, op. cit.*, p. 64.

atrapar a los hombres como volverlas inaccesibles. (La representación inversa, que propone a las mujeres como presas de caza, también existe, aunque se hace menos énfasis, en estos casos, en los rasgos animales). Sugestivamente, estas mismas asociaciones metamórficas que interpretamos como condensaciones de temores frente a la intensificación de algunas prácticas de embellecimiento (y empoderamiento) femeninos aparecieron contemporáneamente en medios extranjeros casi con las mismas características, lo que habla de la expansión acelerada de esas prácticas, y su circulación a través de la prensa ilustrada, en un sentido propiamente global.¹⁹⁸

El exceso de coquetería, la vanidad, la atención irracional otorgada a la apariencia no fueron, entonces, siempre representadas como positivas. La frivolidad tiene un límite: es la línea que empodera a las mujeres y las vuelve indecentes, viciosas, paradójicamente cuanto más las acerca a la naturaleza. Es precisamente en este punto donde se abre una zona dudosa en la que se revelan las ambigüedades del imperativo de belleza, que tiende a coincidir pero no siempre se solapa con las prácticas femeninas que el discurso médico, psiquiátrico o moral conciben como saludables.

3. Cuerpo sano, bello, enfermo: la mirada médica y moral sobre la naturaleza femenina

3.1 El imperativo de belleza y los excesos de la naturaleza femenina

El énfasis en la irracionalidad de algunas prácticas de embellecimiento constituye un *topos* en sí mismo que se nutre de una representación de la naturaleza femenina como poco práctica o irracional en general. Pero en la Argentina de principios del siglo XX, la frivolidad y el narcisismo exacerbado podían constituir, asimismo, una enfermedad social más concreta cercana al vicio y la inmoralidad.¹⁹⁹ La ambigüedad de los discursos sociales acerca del embellecimiento es patente por ejemplo en *Búcaro Americano*, una revista heredera de los tópicos del periodismo femenino decimonónico cuyos últimos números aparecieron cuando finalizaba la primera década del siglo. *Búcaro Americano* aplaudía a las mujeres que trabajaban e insistía en las capacidades intelectuales femeninas, pero también publicaba artículos que afirmaban que “para ser amada”, la mujer “jamás debe caer en el abandono”, y que “El marido debe encontrarla siempre igual, fresca y sencilla como una flor”. Más aún, sostenía que “todo lo que

¹⁹⁸ Cf. la tapa de *Life* del 2 de febrero de 1922, que representa a una *flapper* como mariposa, y la ilustración de un poema de John Keats titulado sintomáticamente “When I have fears”, en *Plus Ultra*, año 6, n° 62, junio de 1921, que también muestra a una mujer convertida en mariposa.

¹⁹⁹ La frivolidad como un aspecto de la “naturaleza femenina” tenía larga trayectoria (es una representación muy asentada sobre las mujeres, ya presente por ejemplo en los escritos de Mary Wollstonecraft a fines del siglo XVIII) y, por ello, los discursos la presentaron como una tendencia que atravesaba a todas las clases sociales, como ha señalado por ejemplo Queirolo al trabajar la figura de la dactilógrafa en *Saberes profesionales, movilidad ocupacional e inequidad laboral: el trabajo femenino en el sector administrativo, Buenos Aires, 1910-1950*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2013. Como veremos a continuación, no fue un aspecto siempre juzgado como nocivo, y en esta distinta apreciación jugó un papel la diferencia de clase.

de ella provenga deberá encantarle: la dulzura del trato, la pureza de las líneas, el donaire, la gracia de los movimientos. Debe atender lo mismo a sus actitudes que a su tocado”. Y evidentemente tales ideas seguían vigentes varios años más tarde, ya que el mismo texto fue reproducido en *Mundo Argentino* sin modificaciones.²⁰⁰ Sin embargo, con la misma certeza, en otro artículo de *Búcaro Americano* la peruana Carolina Freyre (radicada en Buenos Aires) advertía a las mujeres contra la vanidad excesiva. En su defensa de la “virtud femenina” (tal como se titulaba el artículo), Freyre concebía la frivolidad como especialmente indeseable en la clase modesta, a la que instaba a contentarse con su suerte en vez de aspirar a escalar posiciones sociales aparentando riqueza a través del vestido y los adornos: “Este pecado que llamaremos de vanidad inconsciente —decía Freyre— (...) comienza por vagas y estrañas (sic) aspiraciones (...) y llega después a constituir una irresistible tiranía sobre el espíritu y la voluntad. Aparta entonces a la mujer (...) de sus intimidades afectuosas; le roba a sus amigas y hasta envenena las horas que fueron de inocente coquetería”.²⁰¹

La vanidad excesiva y el amor al lujo fueron tópicos recurrentes acerca de la naturaleza femenina en las primeras décadas del siglo. Expresión extrema de una actitud hacia el cuerpo considerada hasta cierto punto como deseable y aun imprescindible en las mujeres, fueron también concebidas como actitudes que allanaban el camino hacia la inmoralidad. El implícito (o a veces explícito) argumento en este sentido era que entrañaban una inversión de dinero que se representaba como alcanzable solo a través de prácticas como la prostitución o, en una versión más atenuada, a través de relaciones con el sexo opuesto corrompidas de alguna manera o en el mejor de los casos excesivamente frivolizadas por el interés.²⁰²

La vanidad y el amor al lujo, entonces, eran una forma viciosa de la feminidad, y fueron consecuentemente representadas a veces como una verdadera enfermedad. En su vertiente más suave, tales actitudes recibieron en las viñetas humorísticas una condena social más o menos explícita, como en el caso de la viñeta reproducida en *Mundo Argentino* en que una mujer de mirada soñadora le informa a su sirvienta, cuya seriedad acusa cierta conmoción, que llevará a uno de sus hijos a Palermo, y acto seguido le pregunta: “¿Cuál te parece que sentará mejor con

²⁰⁰ “Para ser amada”, *Búcaro Americano*, año 7, n° 63, 20 de noviembre de 1907, p. 976; *Mundo Argentino*, año 2, n° 56, 31 de enero de 1912.

²⁰¹ “Virtud femenina”, *Búcaro Americano*, año 6, n° 50, 1 de octubre de 1906. No era una opinión solitaria sino que hay que entenderla en el contexto de desarrollo contemporáneo de una “ciencia de la domesticidad” en la que el ahorro, el rechazo a la ostentación y la devoción a las necesidades familiares cumplían un rol primordial. Véase Marcela Nari, *Políticas de maternidad y maternalismo político*, *op. cit.*, pp. 71-78.

²⁰² Este tópico se había instalado ya en la segunda mitad del siglo XIX cuando, tal como ha estudiado Susan Hallstead, la ampliación del consumo despertó ansiedades respecto de sus efectos sobre la moralidad de las mujeres. Véase “Fashionable desires: consumption and gender in Post Caseros Argentina”, *Fashion Nation. The Politics of Dress and Gender in 19th Century Argentine Journalism (1829-1880)*, tesis de doctorado, Universidad de Pittsburgh, 2005, pp. 285-356. Aparece también, entre otros muchos lugares, en los *Apuntes sobre la higiene en la mujer* de la médica y militante feminista Elvira Rawson de Dellepiane, de 1892 (véase Armus, *op. cit.*, p. 237), lo que señala que no se trataba de un argumento proveniente solo de sectores conservadores.

mi vestido azul pálido?”.²⁰³ El efecto a la vez cómico y crítico de esta viñeta funciona sobre el supuesto de que el amor maternal es un instinto natural que la frivolidad excesiva ha corrompido. Sucede algo similar en las múltiples caracterizaciones de las jóvenes modernas como criaturas que solo se involucran con los hombres por su dinero y para satisfacer deseos de consumo, lo que desnaturaliza las relaciones con el sexo opuesto porque desliga lo sexual de lo reproductivo y, más aún, mina la autoridad masculina al someterla al capricho femenino.²⁰⁴

Las viñetas humorísticas son una forma de crítica social liviana que en ocasiones hace de eco a otros discursos sociales más virulentos. En relación con la frivolidad excesiva, por ejemplo, a lo largo de todo el período no faltaron en la prensa comentarios de tono más severo que atacaban de frente “el peligro social que entraña el lujo”, tales los términos del problema según una de las comisiones del Congreso Feminista Internacional de 1910.²⁰⁵ A tal punto era la asociación entre la prostitución y la vanidad un lugar común que en 1919, por ejemplo, un artículo en una revista feminista como *Nuestra Causa* aún podía matizar la importancia decisiva que tenían la pobreza y la violencia en la práctica de la prostitución apuntando que “Es generalmente su pésima situación económica lo que impulsa a la mujer a su caída; a veces, en el caso de una joven frívola, porque no le es posible ganarse de otra manera lo suficiente para gozar del lujo apetecido”.²⁰⁶ La anarquista *Nuestra Tribuna* reforzaba esta opinión al afirmar que “El ansia de aparentar, el lujo y el excesivo trabajo en que está sometida la mujer son más que causas suficientes para que la corrupción y el vicio arrastre en su vertiginosa carrera a todas las mujeres”.²⁰⁷ Desde luego, una gran parte del imaginario del tango de las primeras décadas del siglo se nutrió, asimismo, de este tópico.²⁰⁸ Y aunque en las revistas estos comentarios que ponían en serie la frivolidad y la inmoralidad —con sus implicaciones específicas en términos de salud y de trabajo femenino—²⁰⁹ tendieron a disminuir con el avance de las décadas, todavía

²⁰³ “Página amena”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 58, 14 de febrero de 1912.

²⁰⁴ Rita Felski señala, en efecto, que la cultura europea decimonónica asoció el deseo femenino de consumo y de dinero a una actitud sexual agresiva y desvinculada de lo reproductivo. Esa misma asociación aparece en las viñetas mencionadas (muchas posiblemente importadas), que confirman la difusión local de los temores acerca del potencial desorden acarreado por la modernización y la consecuente transformación de los roles femeninos. *The Gender of Modernity*, Cambridge y Londres, Harvard University Press, 1995, pp. 74-79.

²⁰⁵ AA.VV., *Primer Congreso Femenino. Buenos Aires 1910. Historia, actas y trabajos*, Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba, 2008 [1911], p. 280.

²⁰⁶ “La unidad de la moral”, *Nuestra Causa*, año 1, n° 5, 10 de septiembre de 1919, p. 106.

²⁰⁷ “La prostitución”, *Nuestra Tribuna*, año 2, n° 16, 31 de marzo de 1923.

²⁰⁸ Es el fundamento de la figura de la milonguita. Véase Donna Guy, *El sexo peligroso. La prostitución legal en Buenos Aires 1875-1955*, Buenos Aires, Sudamericana, 1994, pp. 186-187, y Diego Armus, *La ciudad impura, op. cit.*, pp. 121-135, así como Tossounian, “*Milonguitas and Esthervitas: Working-Class, Women, Love Stories and Consumption*”, *The Body Beautiful, op. cit.*, pp. 127-163.

²⁰⁹ Enfermedad e inmoralidad son términos recurrentemente asociados en los discursos acerca del trabajo femenino, con dos efectos principales: por un lado, la estigmatización de la trabajadora como un cuerpo explotado, enfermo; por el otro, su denostación como mujer indecente. Ambos desincentivan la emancipación económica femenina a través del trabajo. Véase Mirta Z. Lobato, “Representaciones del trabajo femenino”, *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*, Buenos Aires, Edhasa, 2007, pp. 283-320.

hacia fines de los veinte era posible encontrarlos entre otros contenidos que señalaban los extremos indeseables a que podía llevar el deseo frívolo de verse siempre bella y elegante.

A los argumentos de tipo social y moral se sumaban también consideraciones médicas, vinculadas directamente con la salud del cuerpo. En 1930, por ejemplo, el Dr. Raúl López Martínez firmaba un artículo en el *Almanaque de la Mujer*, una publicación anual para la clase acomodada, en que repasaba los riesgos de una larga serie de tratamientos e intervenciones corporales a los que se sometían las mujeres para responder a la presión de verse bellas. Apuntado por fotografías que pretendían demostrar con la objetividad propia de la imagen médica el efecto visual desagradable de tales tratamientos, el doctor prevenía en contra de técnicas como la extirpación casera de lunares velludos (que “puede generar un tumor llamado nevocarcinoma”), la depilación por electrólisis y por rayos X (capaz de inducir “radiodermatitis que dan una piel cicatricial, eritematosa (...) dando todo ello un aspecto deplorable que, del punto de vista estético, es un verdadero desastre”), el tatuaje para compensar diferencias de tono facial o disimular cicatrices (cuyo resultado es “francamente malo, peor que el defecto que pretendía corregir”), el teñido del pelo con tinturas tóxicas (que “producen trastornos variables, que van desde una simple dermatitis local, a la intoxicación y muerte del enfermo”) y las inyecciones subcutáneas de parafina para rellenar las arrugas, origen de “Tumores duros, progresivos e invasores, esparcidos al azar en el tejido celular de la cara, englobando nervios, adherentes a la piel que los cubre, que pierde toda su movilidad, creando en una palabra, verdaderos monstruos”.²¹⁰

Sin embargo, aun plagado de referencias a las consecuencias trágicas que un mal tratamiento estético podía ocasionar en el aspecto de una mujer, el artículo sugería que la motivación detrás de tales intervenciones era legítima; lo que fallaba era la precariedad de las técnicas, la falta de preparación de los médicos o el pobre juicio de las pacientes que llevaban a un extremo las intervenciones, pero no en sí el deseo de ser bella. Este mismo Dr. Martínez, de hecho, publicitaba sus servicios como cirujano plástico en el *Almanaque*, y ya en el número anterior había firmado otro artículo sobre la moderna técnica de la cirugía estética que sugestivamente apuntaba:

(...) el deseo de mejorar el aspecto físico, tan humano, tan justificable, se mantiene invariablemente y se mantendrá siempre con todo el vigor de lo que obedece a leyes naturales inmutables. La vida moderna, actual, sobre todo después de la guerra europea, ha impuesto en este concepto una modificación: las actividades femeninas se multiplican, las necesidades crecientes de la vida hacen que las mujeres ocupen puestos de trabajo en todas partes, y lo que era antes una explicable “coquetería”, es ahora una necesidad impuesta por las circunstancias. Por injusto que sea, el hecho es real: una apariencia correcta, cuando no la juventud y la belleza, es necesaria en todas partes.²¹¹

²¹⁰ “Peligros de la cosmética facial”, *Almanaque de la Mujer*, año 2, n° 2, 1930, pp. 262-264.

²¹¹ “Generalidades sobre cirugía estética”, *Almanaque de la Mujer*, año 1, n° 1, 1929, pp. 313-317.

A las “leyes naturales inmutables” que sostenían el deseo de embellecerse se sumaban, entonces, los cambios innegables en la participación de las mujeres en la esfera pública, que convertían ese deseo en un deber.²¹² La “naturaleza femenina” encontraba una nueva justificación social rápidamente explotada en las revistas comerciales por las publicidades y las secciones de moda, que celebraban abiertamente el consumo de un sinnúmero de artículos que estimulaban el deber de embellecerse y la frivolidad.²¹³ Desde este nuevo punto de vista, opuesto al anterior, el cuerpo bello no era solo un cuerpo sano en términos físicos sino en términos sociales, es decir que funcionaba saludablemente en la dinámica social, un beneficio negado, en cambio, al cuerpo débil, viejo o deteriorado, tal como demuestran por ejemplo las publicidades de fármacos o cosméticos que tematizan la inoperatividad social de las mujeres feas o poco saludables (Fig. 45).²¹⁴

Pero había todavía otra zona de argumentos en que la “natural” inclinación de las mujeres a embellecerse cobraba utilidad social y se solapaba con el concepto de salud. Eran aquellos que vinculaban, con algún eco eugenésico de fondo, el atractivo conseguido a través del cuidado del cuerpo con la salud física y, más aún, con la salud de todo el cuerpo social. Eran las mujeres bellas y sanas quienes hacían posible la transmisión y la reproducción de esas mismas características en la población;²¹⁵ al menos en este punto el cultivo de la belleza no podía ser enjuiciado como inmoral o socialmente indeseable. En este orden de ideas, el atractivo físico femenino, que hemos visto se conceptualizó como resultado de la exaltación de una belleza natural virtualmente presente en todas las mujeres, era el responsable, a fin de cuentas, de la reproducción de la especie: aquello que aseguraba el cumplimiento de la

²¹² Es necesario contemplar que entre 1914 y 1947, el porcentaje de mujeres dedicadas al servicio doméstico decreció en relación con el porcentaje de aquellas dedicadas a actividades industriales, comerciales y de servicio (el servicio doméstico decreció del 51% al 25,3% de la población femenina económicamente activa entre esos dos años; las otras actividades crecieron del 27,9% al 55,8%). La ocupación de mujeres en puestos de trabajo que implicaban el contacto diario con otras personas incidió, como sugiere la cita, en la mayor vigilancia impuesta al cuerpo femenino, un dato confirmado, por ejemplo, en los avisos clasificados que pedían vendedoras con “buena presencia”, entre otros requisitos, tal como ha señalado Graciela Queirolo en “Mujeres que venden: aproximaciones al trabajo femenino asalariado en el sector comercial (Buenos Aires, 1910-1940)”, ponencia presentada en las *Segundas jornadas nacionales de historia social*, Córdoba, 2009.

²¹³ He hecho referencia a la apropiación de este mandato por algunas periodistas mujeres en “Bellezas argentinas y *femmes de lettres*. Representaciones de la mujer en la revista ilustrada *Plus Ultra* (1916-1930)”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2009, pp. 81-106. Véase por ejemplo la reformulación del concepto de frivolidad en Lola Pita Martínez, “La moda en serio”, *Plus Ultra*, año 5, n° 54, octubre de 1920.

²¹⁴ Tania Diz ha identificado en la prensa del período tres maneras de normalizar el cuerpo femenino definiéndolo como sano, acicalado y social; yo insistiría sobre la complementariedad de estas exigencias antes que sobre su oposición, ya que como hemos visto, belleza y salud van unidas, y son las que habilitan el correcto funcionamiento social. *Alfonsina periodista, op. cit.*, pp. 31-40. Sobre la inoperatividad social del cuerpo enfermo ha comentado también Oscar Traversa, sin circunscribir el problema al género, en “Efectos en la socialidad de las perturbaciones en la boca y en los dientes”, *Cuerpos de papel, op. cit.*, pp. 37-55.

²¹⁵ Una publicidad de *PBT* afirma, por ejemplo, que “ningún hecho da una sensación más cabal y más positiva del vigor y del equilibrio armónico de una raza que la hermosura de sus mujeres”, año 7, n° 275, 26 de febrero de 1910.

verdadera naturaleza femenina, la maternidad. Solo que esta, como veremos, podía también significar no el poder sino la debilidad del cuerpo femenino.

3.2 “Pesares de las mujeres”: maternidad, debilidad, melancolía

Aunque la enorme importancia de la maternidad en los discursos acerca de las mujeres ha sido reiteradamente señalada y estudiada, y su omnipresencia en las revistas es incontestable,²¹⁶ no se ha hecho igual hincapié en aquellos que, aun sin negar esa importancia, reconocían como menos deseables algunos efectos colaterales de la realización de ese “destino natural” de las mujeres. Si bien la visibilización de los problemas específicamente físicos y psicológicos acarreados en algunos casos por la maternidad no fue común,²¹⁷ una pequeña proporción de avisos publicitarios y de artículos dedicados a las madres sí instaló, en las revistas ilustradas, un matiz en el por lo demás celebratorio mar de discursos acerca de la gozosa experiencia de la maternidad.²¹⁸ Al igual que otros procesos naturales como el envejecimiento, la deformación del cuerpo y la debilidad física que traía consigo la maternidad fueron procesos problemáticos desde el punto de vista social, y por ello objeto de alguna atención en la opinión pública.²¹⁹ Pero el hecho de que esos procesos físicos resultaran desestabilizantes solo en el caso del cuerpo femenino, jamás en el caso del cuerpo masculino,²²⁰ revela la trascendencia que había ido adquiriendo en la sociedad local el acomodamiento de las mujeres a un concepto de

²¹⁶ La expansión de la idea de que la maternidad es el destino social de todas las mujeres ha sido bien estudiada. Desde luego, esta representación es ubicua en las revistas. Para entender su génesis en el ámbito local existe el abordaje muy completo de Marcela Nari, *Políticas de maternidad y maternalismo político*, *op. cit.*

²¹⁷ Aunque en general no se la representó visualmente, en algunos discursos, por ejemplo anarquistas pero también médicos, la maternidad sí apareció como una experiencia sufrida. Es lo que llevó a los anarquistas de la década del veinte a propugnar el control de la natalidad. Véase Dora Barrancos, “De la metonimia sexual a la eugenesia renovada”, *Anarquismo, educación y costumbres en la Argentina de principios de siglo*, Buenos Aires, Contrapunto, 1990, pp. 239-264. Nari también recupera algunas referencias que aluden a la maternidad como una experiencia psíquica difícil para las mujeres; la representación de algunas madres “desnaturalizadas” como víctimas de la “locura puerperal” o la comprensión del abandono de niños, el aborto y el infanticidio como motivados por la deshonra o la necesidad de subsistencia dejan entrever esas dificultades, que son también las que estuvieron detrás del despliegue de discursos de construcción de la maternidad como un instinto natural. Véase Nari, *op. cit.*, también Donna Guy, “Niños abandonados en Buenos Aires (1880-1914) y el desarrollo del concepto de la madre”, en Lea Fletcher (comp.), *Mujeres y cultura en la Argentina del siglo XIX*, Buenos Aires, Feminaria, 1994, pp. 217-226.

²¹⁸ Discursos también visuales, que representaban el vínculo madre-hijo como dichoso. Carol Duncan ha estudiado la aparición de esta nueva representación de la maternidad en el arte francés del siglo XVIII, y señala que hasta entonces las tareas de cuidado y atención de los niños eran consideradas debilitantes. “Happy mothers and other new ideas in Eighteenth-century French art”, en Norma Broude y Mary Garrard (ed.), *Feminism and Art History: Questioning the Litany*, Nueva York, Harper & Row, 1982 [1973], pp. 200-219.

²¹⁹ Sobre el embarazo y la maternidad como un momento de invalidez, y el reflejo de esta posición en los proyectos de protección del trabajo femenino, véase por ejemplo Lobato, “Entre la protección y la exclusión: discurso maternal y protección de la mujer obrera. Argentina, 1890-1934”, en Juan Suriano (comp.), *La cuestión social en Argentina 1870-1943*, Buenos Aires, La Colmena, 2000, pp. 245-275, en especial pp. 270-271. Me detengo algo más en esta idea en el capítulo 3.

²²⁰ Los males físicos que aquejan a los hombres se representan, en general, como vinculados a la impotencia, al estrés laboral o a la incapacidad para proveer, nunca al cansancio que genera la crianza de los hijos.

feminidad largamente basado en un ideal corporal que exigía, al mismo tiempo, la perfección del cuerpo y la dedicación del cuerpo a la maternidad.

Es curioso, por ejemplo, que la prensa ilustrada no registre prácticamente representaciones de mujeres embarazadas, desde cierto punto de vista una auténtica deformación corporal que violentaba todos los supuestos acerca de la feminidad. Abundan, desde luego, las representaciones de madres con sus hijos, un tema al que concurrían como referente iconográfico siglos y siglos de arte occidental. Las embarazadas, sin embargo, están ausentes de la representación, y en cambio hay indicios de que la deformación del vientre propia del estado, y también consecuencia observable en las madres recientes, no fue hasta avanzado el siglo XX considerada un espectáculo adecuado para las revistas de interés general. Las publicidades de corsés y fajas que se promocionaban para solucionar problemas de vientre caído, desplazamientos uterinos, hernias e incluso para embarazadas refuerzan, del mismo modo, esta impresión.

Por otra parte, algunas publicidades y unos pocos artículos señalaban que las consecuencias físicas de la maternidad no solo abarcaban los malestares habituales, de todos modos debilitantes, del embarazo (“las náuseas, los vómitos, el dolor en la boca del estómago y el estreñimiento que tanto hacen sufrir a las señoras en cinta”, como resumía un anuncio de leche de magnesia ilustrado por una mujer lánguidamente sentada sobre un sillón, iconografía ya clásica del estado de debilidad femenina),²²¹ sino que la debilidad, según otra publicidad camuflada como artículo científico, podría acarrear consecuencias tan serias como que “la embarazada se vuelva tuberculosa antes de llegar al término del embarazo o después de dar a luz; que por su misma debilidad no tenga después leche o que teniendo sea su calidad o cantidad insuficiente, y, por último, que el niño alimentado a expensas de un ser débil venga al mundo en inferioridad de condiciones”.²²² Es necesario vincular estas preocupaciones, desde luego, a la percepción contemporánea del descenso de la natalidad y al pensamiento eugenésico, muy vital en ese mismo período.²²³

En efecto, las continuas referencias a la debilidad física de las madres en período de lactancia²²⁴ al mismo tiempo respondía a un temor social por el futuro de la población y se enlazaba con una representación de la naturaleza femenina como más débil o frágil en términos

²²¹ Aviso de leche de magnesia Phillips, *El Suplemento*, año 7, n° 143, 3 de marzo de 1926.

²²² “Evítese la debilidad en el embarazo”, aviso de Ovomaltina, *El Hogar*, año 21, n° 816, 5 de junio de 1925, p. 63.

²²³ Como apunta Nari, entre 1890 y 1940 la tasa de natalidad descendió más de veinticinco puntos, y la tasa de fecundidad se redujo también notablemente. Aunque este descenso tiene relación directa con prácticas extendidas de anticoncepción, fue percibido en el período como síntoma de una “degeneración de la raza”, y las causas endógenas más perseguidas que las exógenas. Nari, *op. cit.*, pp. 25, 27.

²²⁴ Esta presencia se corresponde con la importancia creciente de la lactancia en los discursos médicos, tal como ha sido identificada por Nari, no solo por las ventajas en términos de alimentación sino porque se la concibió como un momento clave en la constitución del nexo madre-hijo. Nari, *op. cit.*, pp. 118-120.

de salud en general, pero también instalaban esa especificidad procreativa femenina como una desventaja relativa en la estructura social, que ponía a las mujeres al cuidado de los hombres.²²⁵ Justificaban, de algún modo, la diferenciación y subordinación de las mujeres tanto en el ámbito doméstico como social y laboral.²²⁶ De allí que muchas otras publicidades pusieran en serie a las recientes madres junto a los convalecientes de todo tipo (los tísicos, escrofulosos, anémicos, enfermos de los riñones, etc.), sin distinguir realmente entre una condición y otra y apuntando, con gran inespecificidad, a resultados como el fortalecimiento de la sangre, la revigorización y demás.

A la fragilidad física de las mujeres madres se sumaba, como amenaza, la posible descompensación psicológica a que podía dar lugar la maternidad. La prensa de interés general no se extiende por lo común sobre este aspecto, aunque hay más de un indicio de que constituía una realidad más o menos identificada por sus síntomas, señalada con eufemismos, por ejemplo, acerca de las ansiedades que despertaban las nuevas responsabilidades maternas o acerca de la falta de entusiasmo de algunas madres con sus hijos. Por supuesto, las referencias más reiteradas al hecho de que para algunas mujeres la maternidad “no es una bendición”, que para otras constituía un sacrificio y que a muchas las dejaba en un estado de intemperie afectiva eran en la enorme mayoría de los casos circunscriptas a la baja condición social.²²⁷ Esta asociación era deudora, en algún punto, de los debates acerca de la conveniencia del trabajo femenino y del argumento clásico de que existía una contradicción fundamental entre la crianza de una familia y la necesidad de trabajar para sostenerla, la cual problematizaba —según algunos discursos sobre el tema— la experiencia de la maternidad de las mujeres trabajadoras. Pero también se dejaban entrever, en algunas secciones femeninas o cartas de lectoras, la dificultad de mujeres de clase media y alta para abrazar sin reparos el discurso que proponía a la maternidad como la mayor realización femenina, bien disimulada, por lo general, entre énfasis celebratorios de esa alta función social.²²⁸

²²⁵ “La salud y la felicidad de vuestra mujer y de vuestros hijos están en vuestras manos”, “Velad sobre la salud, sobre el reposo físico y moral, sobre la buena alimentación de vuestra mujer”, “Eres ciudadano: debes defender a la madre y el niño”, son algunos de los consejos del Dr. Aráoz Alfaro, autor de uno de los primeros manuales de puericultura, en un artículo en el *Almanaque de la Mujer* sobre cuidado de los niños que, de seis páginas, dedica cinco a los deberes de las madres y media a los deberes de los padres. “Garantizar, tonificar y abrigar la vida del niño”, n° 1, 1929, pp. 418-423.

²²⁶ Véase Mirta Lobato, *Historia de las trabajadoras en la Argentina*, op. cit., pp. 207-279.

²²⁷ La cita es de “Una visita al Hogar de Madres”, *Para Ti*, año 1, n° 27, 14 de noviembre de 1922, p. 11. En la revista familiar *Aconcagua* se habla de “las inquietudes físicas y morales del penoso trance” y de los “múltiples problemas que la maternidad trae consigo, en especial para aquella mujer a quien un destino adverso ha colocado en la indigencia, y para aquellas desventuradas que carecen de todo sostén moral y a quienes la maternidad agobia aún más”, año 1, n° 9, octubre de 1930, pp. 80-82.

²²⁸ Victoria Ocampo afirmó en sus memorias, al analizar su deseo de tener un hijo con su amante, que si bien la maternidad le parecía un privilegio, “la maternidad a la manera de las vacas (...) no me ha inspirado nunca respeto”. *Autobiografía III. La rama de Salzburgo*, Buenos Aires, Sur, 1988 [1981], p. 78. En *Aconcagua*, una articulista menciona que algunas madres, “sufren la maternidad como un castigo, rebelándose a veces, resignándose otras, hablan con lástima de sí mismas y de las demás, no viendo en ello otra cosa que sufrimiento” y que “la maternidad sin entusiasmo es la que caracteriza a esta época”, Sara Ovando,

Más allá de la maternidad, el desgano, la insatisfacción o el inconformismo aparecían en la prensa como fantasmas que afectaban tanto a hombres como a mujeres, aunque en mayor proporción a estas últimas, un hecho para el cual sería más que sencillo encontrar razones lógicas retrospectivas.²²⁹ Muchos de los avisos de tónicos reconstituyentes, suplementos de hierro y fósforo, maltas sin alcohol y productos parafarmacéuticos se dirigían directamente a mujeres debilitadas por causas inespecíficas que se vinculaban siempre, sin embargo, tautológicamente a su sexo. Así como procesos orgánicos propios del cuerpo femenino, como la menstruación y la menopausia, habían sido identificados como causantes de cambios del carácter, estados de debilidad y nerviosismo, para la ciencia médica del cambio de siglo *todos* los trastornos del cuerpo femenino se entendían como derivados del sexo, y no como reacciones a las limitaciones impuestas al sexo. Por supuesto, la teoría psicoanalítica se dirigía en ese mismo período hacia la comprensión de esos trastornos a través de causas sistémicas, sociales, culturales, familiares o sexuales antes que originariamente fisiológicas, pero en las décadas del diez y veinte, en Argentina, el conocimiento popular que difundían los artículos y las publicidades de las revistas ilustradas estaban en su mayoría todavía lejos de tales sofisticaciones (no así las discusiones en las revistas científicas).²³⁰

Desde este punto de vista, deudor del decimonónico “modelo ovárico” de comprensión del comportamiento femenino,²³¹ también en Argentina las mujeres eran propensas a la debilidad y al nerviosismo porque sus procesos físicos así lo determinaban. Tal justificación permitía contener dentro del saber médico, sus diagnósticos y sus tratamientos, las alteraciones de la conducta femenina, o eso es lo que propone sintomáticamente una publicidad de Hierro Quina aparecida en la revista *Atlántida* bajo el título “Reyertas en familia”, que muestra a dos mujeres armadas con palos que recuerdan las picas de los *enragés* amenazando desde atrás a un

“Responsabilidad materna”, *Aconcagua*, año 1, n° 1, enero de 1930, p. 76. Sobre el nuevo ideal maternal que se configuró en el entresiglo, la idea de sufrimiento que llevaba aparejada y las prácticas de control de la natalidad, Nari, “Las prácticas anticonceptivas, la disminución de la natalidad y el debate médico”, en Mirta Z. Lobato (ed.), *Política, médicos y enfermedades. Lecturas de historia de la salud en la Argentina*, Buenos Aires, Biblos/UNMDP, 1996, pp. 153-189.

²²⁹ Me refiero a la insatisfacción provocada por las numerosas restricciones de orden moral y social, que es casi un lugar común identificar como causantes de la “neurastenia” femenina. Sobre la asociación de esta causa y efecto en la prensa (norteamericana) véase Matthew Schneirov, *The Dream of a New Social Order. Popular Magazines in America 1893-1914*, Nueva York, Columbia University Press, 1994, pp. 146-152. En la prensa argentina de nuestro período este argumento tuvo menor visibilidad que las razones fisiológicas que analizo a continuación.

²³⁰ De acuerdo con Mariano Ben Plotkin, en las décadas del diez y veinte el psicoanálisis estaba recién introduciéndose en Argentina entre médicos y psiquiatras; para su institucionalización faltaban aún dos décadas. Aunque en los veinte algunas revistas de interés general incluyeron artículos sobre psicoanálisis, no puede concluirse que fuera una teoría extendida entre la población y mucho menos avalada, lo que cambiaría en los años treinta. Véase Mariano Ben Plotkin, “Psicoanálisis y política: la recepción que tuvo el psicoanálisis en Buenos Aires (1910-1943)”, *Redes*, n° 8, Buenos Aires, diciembre de 1996, pp. 163-198.

²³¹ Sobre la preponderancia de este modelo en el siglo XIX en Norteamérica, Carroll Smith Rosenberg, *Disorderly Conduct. Visions of Gender in Victorian America*, Oxford, Oxford University Press, 1986, pp. 182-216.

hombre sentado que lee el diario (Fig. 46).²³² El fármaco publicitado, un reconstituyente de la sangre, asocia el trastorno nervioso con cierto desarreglo del cuerpo femenino, pero a su vez ubica a ese desarreglo como causa de la actitud reivindicativa de las mujeres, muy asimilable a la gestualidad con que eran representadas gráficamente las manifestantes feministas. De este modo, una forma de reivindicación social como el feminismo se subsume bajo una condición física y se anula, en consecuencia, como lucha política legítima, racional. Volveremos a esto en un momento.

Una representación contraria a la que acabo de mencionar, pero mucho más extendida, fue la de la mujer convaleciente cuya debilidad o enfermedad se señalaba utilizando la iconografía clásica de la melancolía —la figura sentada, que apoya su cabeza inclinada sobre una mano, con el brazo doblado— o bien alguna variación sobre el motivo de la figura ligeramente reclinada con la mirada perdida, una representación tradicional de la enfermedad o la convalecencia que cultivaron obsesivamente los pintores del siglo XIX.²³³ Estas iconografías tienen interesantes aristas y pueden comentar el tema representado bajo un signo positivo o negativo. En ocasiones connotan más la noción de pereza, adormecimiento o excesivo goce terrenal que la de sufrimiento, y en esos casos casi se sugiere que los males que la representación pretende poner en escena son una consecuencia justificada de las acciones pasadas de la convaleciente. De todos modos, aunque esto aplica a ambos motivos (es conocida la vinculación de la iconografía de la melancolía con aquella de la pereza),²³⁴ esta connotación se extiende sobre todo a las figuras reclinadas. La cercanía de algunas de estas figuras con aquellas otras, sensuales, de las pinturas de harén —mujeres reclinadas sobre alfombras o almohadones—, no pasa desapercibida, ni tampoco la asociación entre la vanidad, la sensualidad, la pereza, la inmoralidad y la convalecencia.²³⁵ Es el caso, notablemente, de la reproducción de una pintura al óleo titulada *La consulta*, reproducida en *Plus Ultra* en 1917 a página completa y a color, en la que una mujer que con ayuda de su mucama se reclina sobre un diván extiende lánguidamente su brazo y se contorsiona, no sin sensualidad, hacia el doctor que ha de medir su pulso (Fig. 47).²³⁶ Otra

²³² Aviso de Hierro Quina, *Atlántida*, año 7, n° 353, 15 de enero de 1925.

²³³ Véase Dijkstra, *Ídolos de perversidad. La imagen de la mujer en la cultura de fin de siglo*, op. cit., pp. 25-63.

²³⁴ Raymond Klibansky, Erwin Panofsky y Fritz Saxl apuntaron que durante el Medioevo la melancolía fue condenada por la Iglesia como próxima al vicio de la *acedia*, la pereza, que proporcionó también el motivo iconográfico de la mujer sentada con la cabeza apoyada sobre el brazo doblado. La *Iconología* de Ripa representa a la pereza de este modo; la melancolía lleva en cambio los dos brazos doblados. Sin embargo, los dos motivos se mezclaron y confundieron, quizás porque el vicio asociado a la melancolía, *tristitia*, se asoció también a la pereza, vinculada en Ripa además a la ociosidad, y en otros casos al no cumplimiento del deber; ambos válidos para el caso que nos ocupa. Véase *Saturn and Melancholy. Studies in the History of Natural Philosophy, Religion and Art*, Nendeln y Liechtenstein, Kraus Reprint, 1979 [1964], pp. 78, 300-302.

²³⁵ Esta asociación era, claro, un tópico que sirvió de matriz interpretativa de las enfermedades de las mujeres, como en el caso de la tuberculosis, vinculada no solo a la extenuación por el trabajo sino también a los excesos mundanos y a una sensualidad excesiva. Véase Armus, *La ciudad impura*, op. cit., pp. 107-135. Sobre esta idea en la pintura del cambio de siglo, Dijkstra, *Ídolos de perversidad*, op. cit., pp. 64-82.

²³⁶ La obra era de Hubert-Denis Etcheverry (1867-1950), que se dedicó a la pintura de temas mundanos, con algún acento erotizante, varios de mujeres reclinadas. *Plus Ultra*, año 2, n° 13, mayo de 1917.

variante, menos sensual, utiliza la figura recostada y carente de voluntad para sugerir un malestar más inespecífico pero limitado a las mujeres, ya que no es frecuente la representación de hombres en ese mismo estado de carencia completa de energía, aun cuando formalmente el motivo se vincula a algunas iconografías de lamentación sobre el cuerpo de Cristo muerto y, en ese sentido, abona la asociación de la convalecencia con el sacrificio, una virtud “femenina” muy solicitada en los discursos acerca de la naturaleza de las mujeres (Fig. 48).

Interesante es notar, también, la filiación de este motivo con una de las formas convencionales de representación de las mujeres mendigantes o aquejadas por dolencias incurables o desconocidas. Por ejemplo, un grabado de Rembrandt basado en un capítulo del evangelio según Mateo que reproduce, entre otros episodios, la curación de la mujer con “problemas de flujo de sangre”, recurre al motivo de la figura semirrecostada que extiende su brazo hacia Cristo; su gesto es similar al de la mujer de la pintura mencionada arriba, solo que en este caso la fe es depositada en Cristo en vez de en la ciencia médica (Fig. 49). Desde luego, como sucede con la iconografía, las relaciones son mucho menos directas que a simple vista, pero que algunas publicidades de las primeras décadas del siglo utilizaran precisamente este motivo para promocionar productos reconstituyentes de la sangre o para solucionar desarreglos del ciclo menstrual es en cualquier caso sugestivo. Independientemente de su origen y su trayectoria, la recurrencia del motivo abona la asociación entre las particularidades fisiológicas femeninas y la debilidad general de las mujeres, física o moral.

Como fue mencionado arriba, otra recurrencia fue la iconografía clásica de la melancolía, asociada a su vez a la representación de la hipocondría desde que en el siglo XVII se definiera como “melancolía hipocondríaca” una condición psiquiátrica caracterizada por síntomas como la tristeza, la ansiedad y cierta susceptibilidad de espíritu sin causa biológica aparente.²³⁷ Si bien las representaciones de la melancolía no se encarnaron exclusivamente en cuerpos femeninos, y de hecho son numerosas las representaciones visuales de hombres célebres en actitudes melancólicas,²³⁸ a principios del siglo XX la iconografía de la melancolía encontró una utilización específica en la representación de mujeres enfermas o afectadas por “un temor indeterminado” (en palabras de una publicidad de un tónico estomacal) o “una sensación de desgano” (Fig. 50 a-d).²³⁹ Dada su relación con la hipocondría, es posible que fuera precisamente la indeterminación de los males que podían aquejar a las mujeres lo que contribuyó a que la iconografía de la melancolía encontrara esa validez en las revistas,

²³⁷ Véase la portada de la tercera edición de la *Anatomía de la melancolía*, de Robert Burton, 1628.

²³⁸ Como han estudiado bien Margot y Rudolf Wittkower, la melancolía se convirtió en el Renacimiento en una caracterización privilegiada del artista, de allí la presencia de esa iconografía, por ejemplo, en el retrato de Miguel Ángel en la *Escuela de Atenas* de Rafael, pero también en retratos de escritores, pensadores, etc. (*Nati sotto Saturno. La figura dell'artista dall'Antichità alla Rivoluzione Francese*, Turín, Einaudi, 1996 [1963], pp. 112-123).

²³⁹ Según el título de una nota en *Para Ti* que habla de una “misteriosa sensación de malestar”, un “malestar al que ni sabríamos dar un nombre definido”, y contra el cual se recomienda reposo absoluto, año 8, n° 373, 2 de julio de 1929.

cimentada —además de en siglos de creencia en la particular susceptibilidad espiritual y física de las mujeres— en el relativo desconocimiento médico del cuerpo femenino.²⁴⁰

Aunque el espacio ocupado por representaciones visuales de mujeres melancólicas o acechadas por males físicos traducidos en melancolía sea quizás proporcionalmente menor al ocupado por otro tipo de representaciones femeninas, su recurrencia no es en absoluto desdeñable e implica toda una concepción de la “naturaleza femenina” con la que las mujeres argentinas eran convocadas a confrontarse de una manera u otra en las revistas. Ya que la interpretación clásica de la melancolía como consecuencia de la desmesurada secreción por los riñones de un humor “malo”, la “bilis negra”,²⁴¹ parece haberse ido restringiendo y asociando, a juzgar por los avisos publicitarios, los poemas y las fotografías que circulaban en las revistas ilustradas de principios de siglo, a los cambios de carácter “propios” de las mujeres, y a su vez a la inclinación “natural” de las mujeres al amor, con su derivado sufrimiento (y sus resonancias sexuales), como si una y otra cosa estuvieran vinculadas estrechamente por la biología.

En 1910, por ejemplo, una página par de la revista *El Hogar* atraía la mirada de los lectores con un aviso que bajo un gran titular que rezaba “Pesares de las mujeres” explicaba, no sin énfasis en la fatalidad, que “muchos de los achaques de las mujeres son debidos a enfermedad de los riñones, pero con frecuencia la paciente no lo descubre en tiempo”.²⁴² En otra versión del mismo aviso, se afirmaba que “millares de mujeres de todas edades y condiciones sucumben y son víctimas de un penoso estado de postración debido a que tienen afectados los riñones y no lo saben. Se destruye la vitalidad, se consumen los nervios y se hacen imposibles el descanso, sueño y desempeño de los quehaceres domésticos”.²⁴³ A estos síntomas se sumaban como características de este mal la irritabilidad, el abatimiento, los dolores de espalda, de cabeza, la fatiga, los desvanecimientos y otro tipo de molestias, que ambas

²⁴⁰ Aunque por la importancia de la reproducción, el sistema reproductivo femenino ha sido mejor estudiado que el masculino, históricamente la investigación médica consideró el cuerpo masculino como norma y la mayoría de los estudios realizados sobre las enfermedades con mayor mortandad han tomado como estudios de caso a los hombres, un sesgo que al día de hoy dista de haber sido corregido. Véase Yut-Lin Wong, “Integrating the gender perspective in medical and health education and research”, ponencia presentada en el encuentro organizado por la ONU *Mainstreaming the Gender Perspective into the Health Sector*, octubre de 1998 (www.un.org/womenwatch/daw/csw/integrate.htm, consultado por última vez el 7 de marzo de 2015).

²⁴¹ Esta interpretación clásica, que data de los textos de Hipócrates, seguía vigente en algunos discursos publicitarios del cambio de siglo aun cuando la teoría de los humores no gozaba ya de legitimidad científica. Véase el aviso de Píldoras de Reuter, indicadas para la “biliosidad”, que afirma: “Las personas que están casi siempre mal humoradas no se dan cuenta de que padecen alguna enfermedad. (...) Los malos humores son los venenos que los riñones, las glándulas cutáneas y salivales y todos los emuntorios eliminan, y que el hígado no ha podido detener. Es indudable que cuando estos humores no han sido destruidos en el organismo, y la eliminación es defectuosa, la sangre se envenena y se origina una serie de trastornos que concluyen por volver hipocondríaco al paciente”, *Atlántida*, año 7, n° 351, 1 de enero de 1925.

²⁴² Aviso de Píldoras de Foster, *El Hogar*, año 7, n° 145, 30 de enero de 1910.

²⁴³ Aviso de Píldoras de Foster, *El Hogar*, año 7, n° 152, 15 de mayo de 1910. Debo apuntar otra vez a la relación entre incumplimiento del deber y melancolía, exacta también en la ilustración de un aviso de Hormotone, un “reconstituyente para combatir la depresión nerviosa” que representa a una mujer en la pose mencionada, rodeada de signos del deber incumplido: un hijo cabizbajo, el bebé desatendido, los cuadros de la sala torcidos y desorden. El texto del aviso destaca estos descuidos, *Vida Porteña*, año 5, n° 197, 21 de agosto de 1917.

publicidades ilustraban significativamente con la figura de una mujer melancólica: cabeza apoyada sobre la mano del brazo doblado, el otro brazo sobre la cintura, el cuerpo ladeado, apenas encorvado, y la mirada perdida en la lejanía. En la página impar que se oponía a uno de ellos, una figura formalmente similar, de una mujer echada con desgano contra el respaldo de un sillón, el cuerpo ligeramente ladeado y las manos recogidas, ilustraba una pieza de teatro en un acto titulada “El sacrificio de Estela”, que relataba, básicamente, el sufrimiento por amor de la joven protagonista, derivado de la promesa hecha a su madre de no casarse para no abandonarla (Fig. 51). Una y otra figura, aunque muy diferentes en su factura, recurrían al mismo motivo iconográfico para significar el padecimiento femenino, ya espiritual, ya físico. Estas coincidencias no eran infrecuentes; la misma revista *El Hogar*, unos meses más tarde, acompañaba una página de retratos fotográficos de novias con un soneto de Delmira Agustini que celebraba, precisamente, la desaparición de la melancolía tras el hallazgo del amor: “Hoy partió hacia la noche, triste, fría / rotas las alas, mi melancolía”, decía Agustini, y la fotografía que se había elegido para acompañar el flanco del poema representaba a una reciente novia, de todas las poses posibles, con la cabeza ladeada, apoyada sobre una mano, mientras la otra descansaba sobre el pecho.²⁴⁴

Ambas interpretaciones de la melancolía, como derivada de un mal físico indeterminado o de un pesar espiritual conectado en algún punto con el deseo sexual insatisfecho, pero siempre característicos de la “naturaleza femenina”, seguían ampliamente vigentes hacia el final del período que consideramos. En julio de 1929, mientras el autor de la sección “El enigma de la mujer” publicada en *La Novela Semanal* comentaba bajo el título “Mujeres melancólicas” que “la melancolía es una enfermedad del espíritu” vinculada a un “exceso de amor”, en la página opuesta la figura de una mujer anciana y en actitud melancólica, con la cabeza ladeada y tomándose una de las muñecas con la mano contraria, ejemplificaba el estado físico de las mujeres atacadas por dolores. “Con la vejez —decía el aviso de Linimento de Sloan— vienen achaques y dolores que hacen de la vida un martirio”.²⁴⁵ En una u otra versión, las representaciones ofrecidas a las mujeres para entenderse y cuidarse a sí mismas insistían sobre la idea de que el sufrimiento pautaba, en gran medida, las distintas edades de la vida femenina.²⁴⁶

Pero esta misma creencia en la capacidad de sufrimiento ponía en perspectiva la caracterización de las mujeres como débiles. Y, de hecho, contemporáneamente aparecieron no pocas representaciones que enjuiciaban abiertamente aquello del “sexo débil”, ya demostrando visualmente la fuerza y tolerancia física de las mujeres, ya razonando acerca de las virtudes

²⁴⁴ “Explosión”, *El Hogar*, año 7, n° 158, 30 de agosto de 1910.

²⁴⁵ Ambas en *La Novela Semanal*, año 13, n° 614, 19 de agosto de 1929, pp. 16-17.

²⁴⁶ Otra publicidad en *Caras y Caretas* afirmaba que la mujer, según la “Sagrada Escritura, es un abismo de miserias y de dolencias”, año 31, n° 1547, 26 de mayo de 1928. Bontempo ha analizado las múltiples referencias a este diagnóstico en *Para Ti* en su tesis, *op. cit.*, pp. 74-75.

relativas de hombres y mujeres.²⁴⁷ Estos artículos convivían con y respondían, desde luego, a aquellos otros que periódicamente circulaban en las revistas ilustradas acerca de las capacidades de ambos sexos en relación con su estructura física, refinados en estas primeras décadas para, al tiempo que parecían exhibir información ecuánime acerca de la constitución física de hombres y mujeres, estabilizar las diferencias y jerarquías entre los sexos. Afirmaciones como que “Las observaciones médicas demuestran que el sentido del olfato es mucho menos fino en la mujer que en el hombre”, que la mujer “es infinitamente mucho mejor conductora de aeroplanos” porque, entre otras cosas, “es mucho más primitiva que el hombre”, y que posee un cerebro más voluminoso en relación con el hombre, aunque “Debemos también observar que muchos pequeños animales, respecto a eso, están mejor dotados que los grandes” sin que eso les confiera una inteligencia mayor,²⁴⁸ fueron recurrentes y demuestran que la definición de aquello que constituía *la* diferencia entre hombres y mujeres no solo obsesionó a la época sino, más aún, que cada esfuerzo de definición traicionaba, en un contexto de aparente progreso, la ansiedad respecto de lo que ese progreso significaba en las dinámicas relaciones entre los sexos.

4. La desnaturalización de las mujeres

A diferencia de las prácticas y los procesos físicos arriba discutidos, que las representaciones tendieron a presentar como constitutivos de la naturaleza femenina aun en sus efectos paradójicos respecto del imperativo de salud y belleza, otra serie de prácticas femeninas fueron conceptualizadas en las representaciones como directamente “desnaturalizantes”. En este último tramo del capítulo, me concentraré específicamente en tres manifestaciones de la creencia en que al asumir determinada apariencia, ejercer determinados actos o adoptar determinadas opiniones, las mujeres perdían algo de su “naturaleza”.

4.1 *La apariencia masculinizada como signo de desnaturalización*

La moda y las técnicas de la apariencia fueron de las primeras prácticas que se identificaron como causantes de corrimientos y confusiones en relación con la diferenciación genérica. En la mayor parte de los casos, estos desplazamientos tendieron a ser mirados como simples

²⁴⁷ Véase “La mujer atleta”, *Tit-Bits*, año 2, n° 34, 26 de febrero de 1910, p. 8; “Cuento de mis pagos. Sexo... ¿débil?”, *Vida Porteña*, año 5, n° 207, 30 de octubre de 1917; “Lucha singular”, *Nueva Era*, año 1, n° 7, 3 de agosto de 1914; p. 28; Rosa Jasminoy Mariesch, “¿Constituimos *nosotras*, en realidad, el sexo débil?”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 28, 27 de agosto de 1924, p. 7; “El valor de las mujeres”, *Fray Mocho*, año 9, n° 423, 1 de junio de 1920; entre otros.

²⁴⁸ Las citas corresponden, en orden, a “El olfato en los dos sexos”, *Fray Mocho*, año 9, n° 424, 8 de junio de 1920; “La mujer dominará el espacio. El sorprendente informe del Ministerio de Guerra de Francia”, *Tit-Bits*, año 4, n° 207, 21 de junio de 1913, p. 10; “El cerebro de la mujer en proporción es más voluminoso que el del hombre”, *Tit-Bits*, año 4, n° 212, 26 de julio de 1913, p. 9.

caprichos, característicos de la dinámica de la moda y vinculados a la vida moderna, pero sin mayores consecuencias prácticas en términos de jerarquización de los sexos y roles sociales. En 1913, *Elegancias* admitía por ejemplo que el uso del chaleco de hombre en las carreras “había hecho pensar que adoptaríamos el smoking, del que se habló mucho al comenzar la temporada (...)”, pero concluía con alguna decepción que “la cosa es poco probable, ya que las tendencias de la moda son contrarias al ceñido”.²⁴⁹ Sin embargo, para 1925 *Femenil* informaba que “el estilo se ha dividido en dos: el masculino y el femenino”, y remataba: “Se puede ser *chic* en cualquiera de los dos estilos”.²⁵⁰

La descompresión de la silueta que hasta entrada la segunda década del siglo había reinado en las representaciones visuales de mujeres y, sobre todo, la nueva melena, podían en los años veinte hasta ser un rasgo de modernidad con algunas connotaciones positivas. Las múltiples ilustraciones hechas por Ramón Columba para sus *Páginas de Columba* ejemplifican con sensibilidad los diferentes matices que podía adquirir el tema de la masculinización de la apariencia. Por un lado, celebran con gesto risueño y algo paternalista los beneficios franqueados a las mujeres por la adopción del atuendo masculino, como en el caso de una publicidad de cerveza, ilustrada por Columba y camuflada como una de sus tantas páginas de apuntes del natural, que bajo el título “Pequeñas delicias de la vida moderna” recorre una serie de nuevas costumbres femeninas, como el uso de melena, chambergo y saco de corte masculino, para concluir: “¿Qué le falta a la mujer moderna para que su dicha sea completa? Ponerse los pantalones para poder entrar sola en un restaurant y pedir Quilmes de invierno, deliciosa cerveza de estación”.²⁵¹

En esta representación de la masculinización no hay nada verdaderamente amenazante, y las propias ilustraciones se encargan de demostrar que los accesorios de moda masculinos no afectan la feminidad, enfatizada por los gestos delicados y graciosos de la figura, apenas más expansivos que los de un figurín. El atuendo masculino, de hecho, funciona aquí como un salvoconducto que expande el radio de actividad de las mujeres, solo que canalizándolo hacia el consumo. En el mismo año en que, unos meses más tarde, se discutieron en el Congreso temas como la protección del trabajo femenino y la reforma del Código Civil, la representación del consumo femenino de alcohol y la adopción de accesorios masculinos como la “dicha completa” sin duda es un esfuerzo de re-imaginación de los deseos de las mujeres que no deja, sin embargo, de afectarlos, sobre todo porque en la práctica sí refiere a nuevas “libertades”.

Una mayor susceptibilidad se infiere, en cambio, en aquellas representaciones que tematizan el hecho de que las nuevas modas afectaban las relaciones entre los sexos, ya porque habilitaban que las mujeres ocuparan espacios masculinos, ya porque feminizaban a los

²⁴⁹ “Gran moda”, *Elegancias*, año 3, n° 31, mayo de 1913, p. 9.

²⁵⁰ “Caprichos, modas y hábitos femeninos”, *Femenil*, año 1, n° 16, 28 de diciembre de 1925, p. 32.

²⁵¹ *Páginas de Columba*, año 2, n° 26, 16 de julio de 1924, p. 10.

hombres, ya porque volvían a las mujeres menos atractivas. En 1912, por ejemplo, *Mundo Argentino* reproducía las ideas de una feminista norteamericana que había propuesto reformar la indumentaria de las mujeres trabajadoras incorporando el pantalón de hombre, la blusa sencilla y el cinturón aduciendo que les evitaría tropiezos y les permitiría realizar sus tareas con mayor celeridad.²⁵² En concordancia, otro número de la misma revista anticipó que los figurines de 1913 lucirían pantalón, chaleco y galera, una moda que, tal como mostraba la viñeta, masculinizaba a las mujeres no solo en la vestimenta, sino sobre todo porque cambiaba su silueta e invitaba a adoptar nuevas prácticas (como fumar) y a ocupar el espacio con menor gracia y sí mayor libertad y autoridad (Fig. 52).²⁵³ Y autoridad era lo que proyectaba asimismo la figura femenina vestida de smóking que, bajo el título “Feminismo siglo XXI”, aparecía contrapuesta en una viñeta de *El Hogar* a un hombre cuya postura laxa y su menor estatura construían como emasculado y al que, para mayor humillación, su mujer le encargaba ocuparse de los hijos.²⁵⁴

Pero más aún que estas proyecciones vestimentarias, que no dejaban de ser ficcionales y que en la práctica no tuvieron grandes aficionadas,²⁵⁵ en los años veinte fueron las transformaciones físicas visibles las que parecen haber condensado los temores más serios. Una publicidad de Píldoras Orientales afirmaba en el título que “La mujer no debe ser hombre”, y luego se lamentaba:

La mujer, creada por Dios para encanto del hombre, debe hacer esfuerzo para no asemejarse a él. Un cuerpo cuadrado o chato como una tabla impide que sea mirada, no diré con admiración, sino con simple simpatía. Y cuántas hay, hoy día, que por haber en estos años pasados cometido la torpeza de querer disimular sus senos, los han aplastado con vendajes, haciéndoles perder su forma, su rigidez, en una palabra su belleza. Hoy apenas han pasado los 20 años y tienen un pecho como una mujer de 40 después de haber criado media docena de chicos.²⁵⁶

A la invisibilización de uno de los principales caracteres femeninos, los pechos, le seguía con similar grado de problematicidad la imposición, ya mencionada, del pelo corto. En efecto, para mediados de la década del veinte se asistía, en el mundo así como en Buenos Aires, a un

²⁵² “¿Debe usar pantalón la mujer?”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 65, 3 de abril de 1912.

²⁵³ “Lo que veremos. Figurín de moda para el año 1913”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 58, 14 de febrero de 1912.

²⁵⁴ “Feminismo siglo XXI”, *El Hogar*, año 7, n° 151, 30 de abril de 1910.

²⁵⁵ En 1926, la cronista de modas de *Caras y Caretas* ponía en guardia a las mujeres elegantes que practicaban equitación de, al incorporar los pantalones, no exagerar la adopción de la moda masculina (“Las Amazonas y su silueta moderna”, *Caras y Caretas*, año 29, n° 1466, 6 de noviembre de 1926); en 1930 aplaudía que “el traje sastre moderno ha perdido por suerte sus características masculinas” (“La mujer y la casa”, *Caras y Caretas*, año 33, n° 1659, 19 de julio de 1930). Por otro lado, hay que agregar que el temor a que las mujeres usaran ropa de hombre era cíclico, y ya había tenido picos en el siglo XIX.

²⁵⁶ *El Hogar*, año 21, n° 818, 19 de junio de 1925.

verdadero “imperio de la melenita”,²⁵⁷ lo que es quizás una de las demostraciones más palpables de la rapidez con que se globalizaron en el siglo XX las técnicas de la apariencia, con la ayuda del cine y de la prensa ilustrada. Con la misma rapidez se globalizaron las críticas a la melena como una moda masculinizante que borraba las diferencias visibles entre hombres y mujeres, máxime cuando ya no era posible confiar primariamente en la silueta como forma diferenciadora, debido a la moda que privilegiaba los cortes rectos, sin marcar la cintura.

En la prensa ilustrada porteña de la década del veinte abundan las viñetas humorísticas y los artículos a propósito del tema. Muchos de estos contenidos eran extranjeros, y de su actualidad para el contexto local es prueba el hecho de que en la misma “Página amena” de uno de sus números de 1925, *Atlántida* publicase dos viñetas que abordaban el asunto de diferente manera pero equivalente dimensión crítica: en una de ellas, una mujer elegante se presenta ante un salón de fiesta luciendo el cráneo totalmente calvo con gesto vanidoso, mientras la concurrencia la rodea y la examina con bastante desconcierto y algo de pena: “A lo que llegaremos —dice el epígrafe— si nuestras chicas siguen imitando el tocado masculino”. En la otra, una mujer, sentada en el sillón de un peluquero, se sobresalta al sentir que este comienza a aplicarle crema de afeitar sobre la cara obedeciendo, tal como reza el título, a “La fuerza de la costumbre” (Fig. 53).²⁵⁸

Esta última viñeta refiere, precisamente, al temor más extendido en relación con la melena: que generara una indistinción creciente entre hombres y mujeres y allanara el camino no solo a la conquista femenina de espacios masculinos sino también de otros derechos. Las *Páginas de Columba* vuelven a ejemplificar con claridad ambos temores: en una doble página que representa el interior de una peluquería abarrotada de mujeres de diferentes edades y extracciones sociales, un hombre pregunta si falta mucho, y otro le responde que solo “unas dos horas, no más”, mientras el epígrafe comenta: “Algunos encantados con la grata compañía. Otros indignados con la invasión femenina, presagio de días de gloria para la doctora Lanteri”.²⁵⁹ El hecho de que se asociara la “invasión” de la peluquería —un espacio hasta entonces masculino—²⁶⁰ a una figura reconocida del feminismo local solo subraya el temor de que la nueva moda acarrearía cambios más profundos, vinculados ya a otros tipos de invasiones y mutaciones. Otra doble página en la misma revista, de hecho, bajo el título “El porvenir de la

²⁵⁷ María Luisa Estrada, “Bajo el imperio de la melenita”, *El Hogar*, año 21, n° 809, 17 de abril de 1925.

²⁵⁸ “Página amena”, *Atlántida*, año 7, n° 356, 5 de febrero de 1925.

²⁵⁹ “El porvenir de las melenas”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 24, 4 de junio de 1924.

²⁶⁰ De acuerdo a lo que afirma el artículo de *El Hogar* sobre el “imperio de la melenita” en Buenos Aires, la ilustración de *Columba* reproduciría una situación verosímil experimentada en las peluquerías porteñas hacia mediados de la década. La cronista comenta que al instalarse la melena, “se impusieron sin esfuerzo aquellos peluqueros bigotudos, con sus dedos amarillos de nicotina, que tenían treinta años de experiencia en las cabezas masculinas. Cualquiera de ellos resultaba más diestro en el corte ‘a la garçon’. En un primer momento, los hombres comenzaron a ceder sus turnos a las mujeres, hasta que su afluencia obligó a instalar carteles en las peluquerías informando que se atendería por orden de llegada, sobre todo porque una cabellera femenina exige triple labor que una masculina”. *El Hogar*, año 21, n° 809, 17 de abril de 1925.

raza” (de amplia resonancia eugenésica), representaba una vista del interior de un teatro cuyos palcos, platea y foso de orquesta se veían ocupados por mujeres casi calvas, usando anteojos, y hombres de cabello largo y peinados femeninos (trenzas, moños, vinchas, peinetas). El epígrafe indicaba: “La mujer, con sus modas actuales, se va transformando en ‘garçon’. Lógico es, pues, que el hombre trate de diferenciarse del bello sexo. ¿Cómo? Dejándose crecer el pelo” (Fig. 54). El carácter irrisorio de la inversión quedaba indicado, además, por la ofuscación visible de los personajes masculinos, que tal como se sugería en el texto preferían travestirse antes que sucumbir a la indiferenciación de los sexos, asociada, quizás, a una desestructuración más profunda del orden social.²⁶¹

De todos modos, esta no era una asociación unánime; coherente con su relativo progresismo estético y sus ideas de izquierda, la revista *Los Pensadores* (vinculada al grupo de Boedo) por la misma época aplaudía que las mujeres adoptaran esa moda que “aporta comodidad y donaire a su tocado”, pero advertía que “Poco adelantarán si se conforman con la poda de cabellos”.²⁶² Por otro lado, tampoco parece haber sido especialmente problemática su adopción entre mujeres de clases sociales más bajas, lo que contribuyó a igualar, aunque fuera solo en el errático intercambio visual urbano, a mujeres de distintos sectores sociales. A diferencia de lo ocurrido en otros países, donde este borramiento de fronteras desencadenó fuertes polémicas que revelaban los presupuestos étnicos y raciales que reforzaban las divisiones de clase,²⁶³ en Argentina la actitud de los caricaturistas y comentaristas sociales a propósito de la penetración que esta moda moderna había tenido entre las trabajadoras fue de sorpresa y hasta aprobación. Muy pronto, las filas de “melenitas” se volvieron tanto más concurridas en los sectores medios que altos, y el pelo corto pasó a definir, en todo caso, una actitud moderna antes que una clase social.

La polémica acerca de la melena, que reprodujo muchos de los tópicos adelantados en otros países, para el ámbito local debe ser puesta en serie, en todo caso, con la importancia que para la definición de la feminidad tenía el pelo largo. Dan cuenta de esta idea numerosas publicidades sobre el cuidado del cabello que insisten, aun en los años veinte, en representar la cabellera femenina como un mar de ondas lustrosas, sin canas, extensísimas (Fig. 19 d). Y los propios poetas y escritores avalan esta idea, como Horacio Quiroga, que en uno de sus tantos artículos para *Caras y Caretas* afirmaba: “Los sexos tienen distintivos también eternos, y no es posible trastocarlos sin herir el sexo mismo. En la mujer, la cabellera constituyó siempre el

²⁶¹ “El porvenir de la raza”, *Páginas de Columna*, año 2, n° 22, 23 de abril de 1924.

²⁶² F. Barthe, “Las mujeres ante la moda y el progreso. La melenita”, *Los Pensadores*, año 3, n° 101, 9 de diciembre de 1924. Justo es decir que la comodidad era un argumento bastante reiterado. Ver también las “razones de índole práctica y estética” aducidas en “Las melenas”, *Idea Latina*, año 1, n° 9, 15 de abril de 1924, p. 79.

²⁶³ En el caso mexicano, por ejemplo, la moda suscitó el ataque físico en el medio urbano. Véase Anne Rubenstein, “La guerra contra las pelonas”, en Gabriela Cano, Mary Kay Vaughn y Jocelyn Olcott (comp.), *Género, poder y política en el México posrevolucionario*, México DF, FCE, 2009, pp. 91-126.

encanto más exaltado, besado, llorado. Si se borra de la poesía humana cuanto concierne al cabello de la mujer, no nos quedará de todo el pasado amor sino cabezas semi rapadas, semi peladas”.²⁶⁴

La rápida expansión de la moda de la melena, en este contexto, no solo negaba uno de los atributos principales de la feminidad sino que revelaba la relativa autonomía femenina para decidir acerca de la apariencia personal, al mismo tiempo sometida a la moda y sitio de afirmación identitaria. De allí que las ilustraciones que tematizaban la moda de la melena insistieran en representar a sus usuarias con expresiones afirmativas, y hasta extrayendo de su peinado y sus implicaciones un placer suplementario y novedoso, que la publicidad misma incitaba a las jóvenes a perseguir. “El encanto está en la afeitada”, afirmaba por ejemplo un aviso de hojas de afeitar ilustrado con un conjunto de chicas muy maquilladas que se ayudan mutuamente a fabricar su apariencia moderna: una afeita el cuello de su amiga, otra sostiene la crema, y otra se mira sonriente al espejo: “¿Por qué se mantiene la moda de la melena? Porque ofrece a las porteñas el placer de rasurar sus cuellos con la ‘Ever-Ready’. ¡Ahí está el encanto!” (Fig. 55).²⁶⁵

Que esta autonomía podía derivar en una masculinización indeseada queda demostrado, por ejemplo, en un artículo de 1925 en *El Hogar* donde un autor afirmaba: “La mayoría de los hombres estarán conmigo en decir: ‘Amamos y admiramos la mujer de deporte que actúa a la perfección y que es dueña de su línea y de su estética. No amamos la mujer que pierde su sexo, ‘masculinizándose’ exageradamente. Que las mujeres sean fuertes y valientes (...), que ellas se adapten a la vida moderna, muy bien. ¡Pero que las mujeres sean ‘garçons’, no!’”.²⁶⁶

4.2 Prácticas desnaturalizantes: nuevas modas y ocupaciones laborales

Si la moda y las técnicas de la apariencia hicieron temer que las mujeres perdieran sus diferencias visibles con los hombres, la adopción femenina de nuevas prácticas como fumar o beber y, sobre todo, el ingreso al mundo del trabajo, se representaron como una desnaturalización de otro orden. En este caso, el principal problema residió, antes que en la pérdida de caracteres femeninos, en la pérdida de un componente clave de la feminidad: el decoro.

En efecto, tal como he sugerido hasta ahora, la definición de la “naturaleza femenina” se basó tanto en las características físicas que, entendidas como derivaciones biológicas, distinguían a hombres y mujeres, como en el comportamiento que esas características físicas se suponía imponían a las mujeres en su ocupación del espacio y en sus relaciones con el sexo

²⁶⁴ Horacio Quiroga, “To scalp”, *Caras y Caretas*, año 29, n° 1466, 6 de noviembre de 1926.

²⁶⁵ Aviso de Ever-Ready, *Páginas de Columba*, año 2, n° 25, 25 de junio de 1924.

²⁶⁶ André de Fouquières, “Algo sobre la moda de los cabellos cortos”, *El Hogar*, año 21, n° 809, 17 de abril de 1925.

opuesto. Aunque en la década del diez, en Argentina, gran parte de esas imposiciones estaban naturalizadas, hacia el cambio de década se verificó una notable transformación que las revistas no tardaron en registrar y, a su vez, a través de la reiterada exposición, estimular.

Muchas de las nuevas prácticas adoptadas por mujeres en esos años tuvieron, por su novedad, un estatus ambiguo en las revistas ilustradas. Por un lado, los fabricantes de productos que antes habían sido publicitados solo para el segmento masculino optaron por tematizar esas nuevas costumbres femeninas para incentivar el consumo. De allí que muchos avisos representen prácticas como fumar, beber o manejar en términos emancipatorios y, sobre todo, como vehículos de afirmación de una feminidad moderna, pero no del decoro. Este es el tono de muchas publicidades y no pocas ilustraciones y viñetas humorísticas, que antes que señalar el carácter “masculino” o desnaturalizante de esas prácticas, las presentan en cambio como epítome de las tendencias femeninas. Cigarrillos, bebidas alcohólicas y automóviles son, aquí, instrumentos no naturales para las mujeres pero a través de los cuales la feminidad encuentra su mejor expresión. Es el caso, por ejemplo, de distintos diseños de avisos de cerveza Quilmes (uno de ellos, más aún, utilizado también para ilustrar una publicidad de medias, accesorio femenino por excelencia),²⁶⁷ protagonizados por una sola figura femenina de líneas sensuales que estira su brazo o se contonea sosteniendo un vaso, así como de otros licores ya desde los años diez, en los que el consumo de bebidas alcohólicas se instala como una actividad femenina “de gran moda” (Fig. 56).²⁶⁸ Lo mismo sucede con la práctica de fumar, que algunas publicidades y otros tantos artículos representan como “el paroxismo del buen tono, la extrema exquisitez, la más distinguida y agansada [sic] distinción”.²⁶⁹

Por los mismos años, sin embargo, una publicidad se pregunta: “¿Pierden las chicas su encanto al fumar?”, y acto seguido se responde afirmativamente: “Los dientes se oscurecen, recubriéndose de amarillentas manchas de tabaco. Las delicadas glándulas bucales se resecan (...). El aliento denuncia un marcado olor a tabaco viejo”.²⁷⁰ Aunque centrada más en la pérdida de decoro que de belleza, esta es también la perspectiva sobre estas prácticas en artículos de crítica social y tono educativo o, incluso, en algunas ilustraciones satíricas más críticas de lo usual, como la aparecida en *Iris*²⁷¹ en 1921, que bajo el título “Las niñas a la moda” representa a una mujer joven, sentada sin empaque en un sillón, ataviada de vestido de

²⁶⁷ Cf. Aviso de medias Guns, *Para Ti*, año 8, n° 373, 2 de julio de 1929, y aviso de Quilmes, *Aconcagua*, año 1, n° 1, enero de 1930. La ilustración era de Vidal Quera, responsable también de los avisos de varios electrodomésticos, lo que refuerza la idea de que sus figuras femeninas, muy estilizadas y sensuales, se utilizaban para representar la ecuación feminidad-modernidad.

²⁶⁸ Aviso de Cedral Simplex, *El Hogar*, año 7, n° 147, 28 de febrero de 1910.

²⁶⁹ F. Ruqui, “Eva fumadora”, *Atlántida*, año 7, n° 363, 26 de marzo de 1925.

²⁷⁰ Aviso de dentífrico Pebeco, *El Hogar*, año 27, n° 1070, 20 de junio de 1930.

²⁷¹ *Iris* comenzó siendo una revista literaria, sin ilustraciones, pero al año de su creación cambió completamente su identidad y se convirtió en una revista ilustrada de interés general, una mezcla de *Mundo Argentino* y *Atlántida* (era, de hecho, un producto de *Atlántida*).

amplio escote y tan corto que casi deja ver sus rodillas, con las piernas cruzadas a la altura de los pies y una mano sosteniendo un cigarrillo (Fig. 57). Aunque la actitud no es mucho más impúdica que la de algunos figurines de moda u otras ilustraciones, el texto las juzga como “Niñas que fuman, que beben, que juegan y son tanto o más procaces que los hombres, en sus conversaciones, en sus actos y en el impudor de sus vestidos, que las muestran semidesnudas...”. En la misma página, una columna de la educacionista Carmen S. de Pandolfini solidariamente condena la falta de decoro de las nuevas modas, que hacen que los hombres confundan a las buenas chicas con “ciertas mujeres”.²⁷² Pero aunque este tipo de comentarios ratifican la comprensión de la feminidad como marca de clase antes que “naturaleza”, su proyección hacia el género femenino en su conjunto trasciende las fronteras de clase para prescribir, en cambio, “la” forma natural de ser mujer. Desde este punto de vista —que de ningún modo es el único exhibido en las revistas, y que de hecho tiene muchas contrapartes—, modernidad y feminidad resultan irreconciliables; las transformaciones desencadenadas por la primera atentan contra los supuestos más arraigados de la segunda.

En cuanto a los efectos del trabajo femenino sobre la naturaleza de las mujeres, el caso es bastante más complejo pero igual de ambiguo. No solo porque las mujeres accedieran, en estos años, a puestos de trabajo de muy diversa índole,²⁷³ conceptualizados socialmente de diferente manera, sino también porque sobre los mismos tipos de trabajos hubo posiciones encontradas e incluso, dentro de cada una de esas posiciones, comprensiones distintas del fenómeno en los textos y en las imágenes. Las llamadas “labores femeniles” o “artes femeninas”, por ejemplo, que podían incluir desde la costura y el bordado hasta la pintura decorativa o la confección de sombreros, eran actividades que acarreaban en su misma denominación una pertenencia al ámbito femenino que invisibilizaba muchas veces su verdadera dimensión económica. Representadas como labores propias del sexo que las mujeres realizaban en sus hogares como distracción,²⁷⁴ no resultaban desnaturalizantes sino, por el contrario, naturales, aun cuando es razonable pensar que no siempre las condiciones en que se llevaban a cabo distaban radicalmente de las de un taller de costura o una fábrica.²⁷⁵ Los discursos críticos acerca del trabajo femenino asalariado que representaban el trabajo fabril como desnaturalizante y las labores femeninas como naturales dejaban, en este sentido, muchas ambigüedades irresueltas.

²⁷² Ambas en *Iris*, año 2, n° 51, 18 de febrero de 1921.

²⁷³ Véase Lobato, “El trabajo femenino”, *Historia de las trabajadoras en la Argentina*, *op. cit.*, pp. 19-79.

²⁷⁴ He trabajado sobre el concepto de artes femeninas en “Artes femeninas y artistas mujeres. Sus representaciones en la prensa periódica de Buenos Aires (1910-1930)”, *Mujeres y género: poder y política. Actas de las X Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres/V Congreso Iberoamericano de Estudios de Género*, Luján, 2010, Cd-rom.

²⁷⁵ El trabajo a domicilio, de hecho, fue objeto de informes e inspecciones que revelaron las condiciones inhumanas en que trabajaban muchas mujeres en sus hogares. Sobre estos informes, véase Lobato, *Historia de las trabajadoras...*, *op. cit.*, pp. 232-237.

Desarrollaré a través de un caso particular algunas de estas ambigüedades. Desde por lo menos 1910 y hasta 1922 *Caras y Caretas* (y en los primeros años también *PBT* y *El Hogar*) reprodujo la publicidad de una máquina automática confeccionadora de medias y otras prendas de punto que, tanto en el texto así como en la imagen que lo ilustraba, se sugería era idónea para uso femenino. “Cualquier persona por poco inteligente que sea adquiere perfecto conocimiento de ella con solo el auxilio de su libro de instrucciones”, “No es necesario saber mucho”, decían distintas variantes del texto, que solo en dos de los dieciocho diseños que aproximadamente tuvo el aviso a lo largo de nuestro período se ilustró con la imagen de un hombre accionando la máquina. En todos los otros casos se utilizó la figura de una mujer para indicar cuán fácil era usarla, señalando además que “proporciona ocupación agradable y al mismo tiempo lucrativa a las familias”, permite trabajar “en su misma casa cómodamente y en las horas que usted quiere”, “vivir desahogadamente” y “ganar de 5 a 6 pesos diarios trabajando descansadamente en su propia casa”.²⁷⁶

El verdadero atractivo del artefacto era producir medias que el propio concesionario de la máquina compraba a un precio fijado en el aviso, lo que según este era una vía de independización económica que las ilustraciones mostraban como especialmente atractiva para mujeres. “Sea dueño de Ud. mismo”, “le ayudaremos para que consiga un bienestar y al mismo tiempo se independice”, decían los avisos junto a la figura de una mujer que alzaba triunfante una bufanda contra un sol de rayos esplendentes (símbolo de la emancipación y del futuro) dentro del cual se leía “5 a 6 \$ de ganancia diaria con esta máquina” (Fig. 58).²⁷⁷ Otro de los avisos, más aún, prometía belleza, satisfacción, bienestar y honradez como argumentos a favor de la adquisición del aparato. En esta versión, cada uno de esos argumentos se vinculaba gráficamente por medio de una flecha a una parte del cuerpo de la mujer que confeccionaba la media o a la máquina que la asistía; la flecha de la honradez salía, sugestivamente, de un círculo trazado en torno del busto, vientre y piernas de la figura sentada, que sonreía (Fig. 59).²⁷⁸ Los

²⁷⁶ Diferentes versiones del aviso en *El Hogar*, año 7, n° 144, 15 de enero de 1910; *El Hogar*, año 7, n° 147, 28 de febrero de 1910; *El Hogar*, año 7, n° 150, 15 de abril de 1910; *PBT*, año 7, n° 285, 7 de mayo de 1910; *PBT*, año 7, n° 286, 14 de mayo de 1910; *Caras y Caretas*, año 15, n° 787, 1 de noviembre de 1913; *Caras y Caretas*, año 23, n° 1144, 4 de septiembre de 1920; *Caras y Caretas*, año 25, n° 1214, 7 de enero de 1922. Hasta 1922 he verificado que la máquina era comercializada por la firma Pascual Nigri; en 1925 ya había otras comercializadoras que vendían máquinas similares; sus avisos eran más pequeños y la ganancia diaria ofrecida era un poco mayor (8 a 10 pesos diarios).

²⁷⁷ *Caras y Caretas*, año 16, n° 796, 3 de enero de 1914. El sol, como indica Eric Hobsbawm, apareció asociado a fines del siglo XIX, en los festejos del 1 de Mayo, al futuro: “Representaba todo, desde los beneficios de la jornada de ocho horas, pasando por la libertad, la igualdad y la fraternidad, hasta llegar a ‘la emancipación del trabajo’ o el ‘socialismo’” (“Un aniversario olvidado: el 1 de Mayo”, *El País*, 9 de junio de 1990). Las publicaciones anarquistas del cambio de siglo se apropiaron de este motivo, que según Laura Malosetti Costa e Isabel Plante tiene raigambre en la simbología masónica y en la de la Revolución Francesa. Su aparición en una publicidad que insiste precisamente en la emancipación se vincula sin duda a esta tradición. Véase “Imagen, cultura y anarquismo en Buenos Aires. Las primeras publicaciones ilustradas de Alberto Ghirardo: de *El Sol* a *Martín Fierro*”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Impresiones porteñas, op. cit.*, p. 203. El sol, por otro lado, era un símbolo estable en la iconografía patriótica argentina.

²⁷⁸ *Caras y Caretas*, año 25, n° 1264, 23 de diciembre de 1922. Este aviso ocupaba una doble página.

avisos ilustrados con una fotografía de una mujer usando la máquina no enfatizaban especialmente la posición de clase de la usuaria, que en las ilustraciones aparecía, en cambio, vestida como burguesa (las mujeres de las fotografías vestían una suerte de uniforme). En proporción, las ilustraciones superaron en cantidad a las fotografías, usadas solo en los primeros años.

Aunque los diseños de cada aviso variaran, todos estaban contruidos con la intención de representar la confección de prendas a domicilio como una actividad lucrativa pero agradable, casi una continuación de las ubicuas labores femeninas que, infaliblemente, tenían secciones especiales en las revistas de interés general. Pero una lectura más atenta de los textos y de las imágenes sugiere que el discurso contra el cual construían su sentido los avisos era el que sostenía que el trabajo femenino era indecoroso, desagradable o explotador, y que las mujeres que trabajaban eran de baja posición social. La ironía, sin embargo, es que aunque el precio de la máquina se duplicó entre 1910 y 1922, la ganancia indicada en los avisos siguió siendo en el mismo período de entre cinco y seis pesos diarios (35 centavos por el par de medias de punto y 40 por las medias de señoras, que podían confeccionarse “en 35 minutos”, lo que implicaba un trabajo mínimo de casi nueve horas para alcanzar los seis pesos diarios, a los que debían restarse además los hilos, que se vendían aparte, así como los repuestos y el mantenimiento). La confección de medias a domicilio, entonces, distaba de ser agradable, desahogada y, ciertamente, no podía hacerse “en las horas que usted quiere”, porque para que la adquisición de la máquina fuera rentable debía trabajarse bastante más que la jornada de ocho horas pretendida por los movimientos obreros, y el incremento en el precio de la máquina tendió a encadenar a las usuarias a dedicar sus esfuerzos a pagar la adquisición por un período cada vez más largo.

Si bien en este caso ni las imágenes ni los textos reconocían esta realidad, el carácter penoso del trabajo a domicilio era el supuesto tácito sobre el que operaba la publicidad, que a su vez extraía de la existencia de labores tradicionalmente “femeniles” y del incremento que había tenido la participación femenina en la industria textil en esos mismos años, su justificación para hacer de las mujeres su mercado natural.²⁷⁹ La publicidad demuestra que una y otra cosa (labores tradicionales y trabajo asalariado) coexistían en esos años, un hecho del que se derivaron representaciones encontradas acerca de la conveniencia del trabajo femenino y acerca de sus efectos en la “naturaleza” de las mujeres. Ya que así como existían representaciones de mujeres trabajando felizmente en sus hogares,²⁸⁰ y aunque el tema de la

²⁷⁹ Según Lobato, a la expansión de la industria textil a partir de la segunda década del siglo, que convocó una creciente participación femenina, correspondió una creciente concentración de mujeres en la rama de la confección. Lobato señala, además, que el propio boletín del Departamento Nacional del Trabajo consideraba en 1921 a los trabajadores a domicilio como “obreros”. En *Historia de las trabajadoras en la Argentina, op. cit.*, pp. 50-54, 60-62. A este respecto, vale señalar que la publicidad de la máquina aclaraba que “Sirve no solo para uso doméstico sino que también para fines industriales”.

²⁸⁰ Véase por ejemplo la publicidad de Tienda San Juan que representa a una mujer bordando, *PBT*, año 7, n° 290, 28 de junio de 1910; “El arte en el hogar”, *Plus Ultra*, año 3, n° 29, septiembre de 1918; “Manos

“carrera” ocupó cada vez más espacio incluso en revistas destinadas a un público pudiente,²⁸¹ también alcanzaron amplia difusión (y hasta mayor gravitación) aquellas otras, como ha demostrado Mirta Lobato, que recurrían al tópico de la pobre obrera o la costurerita para aludir a los estragos del trabajo sobre el cuerpo femenino.²⁸² Así, tanto desde las publicaciones que bregaban por los derechos de los trabajadores, como desde aquellas que leían los patronos, el tópico de la trabajadora consumida tuvo amplia resonancia. El periódico anarquista *Nuestra Tribuna* se dirigía “a las esclavas del taller y de la fábrica” donde “pierdes tu salud, debilitando tus fuerzas, tronchando tu juventud y tu hermosura”; la costosa revista *Plus Ultra* hablaba de “la estoica mujer que sacrifica su juventud y quizás su belleza en la callada y oscura tarea de ayudar al compañero en el sostenimiento del hogar”.²⁸³

Pero aun sobre este tópico existían representaciones divergentes en textos e imágenes. El mismo artículo de *Plus Ultra* iba ilustrado con fotografías de mujeres de apariencia prolija y saludable. “Vedla —decía en otro caso un texto de H. P. Blomberg sobre perfiles porteños, en *Páginas de Columba*—. Ahí va, apresurada, pálida, raída. Lleva siempre su envoltorio bajo su bracito fatigado (...). Es la oscura y humildísima heroína del trabajo a domicilio, la mujercita que cose durante catorce horas diarias en la pieza de un conventillo y que gana tres pesos por día. Es la heroica fabriquera, la carne de cañón de la City”. Columba, a su vez, ilustraba este mismo texto con una figura femenina de melena, tacos y falda a la rodilla que avanzaba por la calle con una sonrisa y un paquete bajo el brazo. Su imagen, sumaria y pequeña, ignoraba todos los visos trágicos sobre los que insistía la caracterización de Blomberg y enfatizaba, en cambio, la autonomía de esa figura a la que “desnaturalizaba” en todo caso más su clase, su modernidad y su falta de decoro que el trabajo a domicilio (Fig. 60).²⁸⁴ Por otro lado, hasta los periódicos gremiales podían ofrecer, de tanto en tanto, representaciones alternativas de la trabajadora, como aquella obrera en un grabado de *El Obrero Gráfico* que agita una bandera en la celebración del 1º de Mayo: una mujer robusta, que carga un bebé, y a la que se ve llena de energía, o las “obreras, que marchan seguras de sí, hacia el porvenir” en el gran grabado reproducido en la revista feminista *Nuestra Causa*, que ocupa el centro de una doble página (Fig. 61).²⁸⁵

También los trabajos en el sector terciario fueron objeto de representaciones encontradas. Justificadas en ocasiones como resultado de la “afición que tienen las damas a una

femeninas. El arte del repujado”, *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 3, 29 de octubre de 1924, pp. 44-45; aviso del Instituto de Artes Aplicadas para el Hogar e Industrias, *Aconcagua*, año 1, n° 4, abril de 1930, etc.

²⁸¹ Por ejemplo, “Nuestras hijas. Elección de una carrera”, Suplemento de moda de *La Ilustración Sud-Americana*, [1910]; La dama duende, “Notas sociales”, *Caras y Caretas*, año 32, n° 1605, 6 de julio de 1929.

²⁸² “Representaciones del trabajo femenino”, *Historia de las trabajadoras en la Argentina*, op. cit.

²⁸³ “A mis compañeras de infortunio”, *Nuestra Tribuna*, año 1, n° 1, 15 de agosto de 1922, p. 52; “Labores humildes”, *Plus Ultra*, año 11, n° 122, junio de 1926.

²⁸⁴ “Perfiles porteños. La fabriquera”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 23, 14 de mayo de 1924, p. 27.

²⁸⁵ *El Obrero Gráfico*, año 1, n° 14, 1 de mayo de 1908. El grabado está reproducido en la portada. “Nuestro grabado”, *Nuestra Causa*, año 1, n° 21, enero-febrero-marzo de 1921.

laboriosa actividad”,²⁸⁶ una apreciación que también velaba su dimensión económica, muchas de las ocupaciones urbanas en las que se incrementó la participación femenina en las primeras décadas del siglo adquirieron en la prensa y la ficción popular un carácter romántico y moderno no siempre fiel a las verdaderas condiciones de trabajo en que se desarrollaban esas ocupaciones. En muchas crónicas sociales, publicidades y artículos de interés general abundan las representaciones de vendedoras, telefonistas, dactilógrafas y secretarias como jóvenes bellas, saludables y atractivas a las que, más aún, el propio trabajo les ha impuesto una rutina de embellecimiento vinculada al ubicuo requerimiento de “buena presencia” (Fig. 62).²⁸⁷ En estas representaciones, el ingreso al mundo del trabajo da lugar, no a una desnaturalización, sino a una profundización de la “naturaleza femenina” que solo cumple en agudizar el atractivo femenino ante los hombres, como sugiere la descripción que hace un cronista de las empleadas que llegan a sus puestos de trabajo en la calle Florida, por ejemplo, como “personal de utilería (...) [que] se distingue tan solo de las primeras figuras en el traje... pues en cuanto a gracia y belleza, créeme, habría seria competencia”, agregando más adelante: “¡Qué lindas chicas! ¿No es verdad que hay más naturalidad, más belleza y alegría?”.²⁸⁸

Y no se aleja de esta descripción la ilustración de una publicidad de máquinas de escribir que encuadra de costado a una dactilógrafa de perfil sinuoso supervisada (y admirada) desde atrás por su jefe, recostado con familiaridad sobre la silla de su empleada.²⁸⁹ Del mismo modo, la dactilógrafa de melena y falda corta que Columba representa de espaldas (lo que otorga un carácter voyeurista a su mirada), es según el texto que acompaña su ilustración “una bonita”, “el rayo de luz en las tinieblas oficinescas, el lirismo en las prosas ramplonas de las cuentas corrientes; la musa inspiradora en la mente del tenedor de libros con veleidades poéticas”.²⁹⁰ Todas las representaciones de este tipo abonan la misma idea: que el ingreso de las mujeres al sector de servicios, lejos de perturbar el carácter de las relaciones entre los sexos, contribuyó a hacerlas más fluidas y trasladó la subordinación femenina también al espacio público, donde se perpetuó el lugar de las mujeres como objetos de admiración e incluso se utilizó ese posicionamiento para incentivar el atractivo de los productos vendidos.²⁹¹ Desde esta perspectiva, el trabajo femenino no perturbó la jerarquización de los sexos ni constituyó especial amenaza a la “naturaleza” femenina. Antes bien, la explotó para su propio beneficio.

²⁸⁶ “Damas aristocráticas y ocupaciones burguesas”, *El Hogar*, año 7, n° 145, 30 de enero de 1910.

²⁸⁷ Queirolo, “Mujeres que venden...”, *op. cit.* Sobre las mujeres trabajadoras en el sector de servicios, véase la tesis de esta misma autora, *Saberes profesionales, movilidad ocupacional e inequidad laboral*, *op. cit.*

²⁸⁸ “Cuadros de la ciudad. Las mañanas de Florida”, *Vida Ilustrada*, año 1, n° 27, 12 de abril de 1919, pp. 455-456.

²⁸⁹ Aviso de Curt Berger & Cía., *Idea Latina*, año 1, n° 2, 1 de enero de 1924.

²⁹⁰ “La dactilógrafa”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 28, 27 de agosto de 1924.

²⁹¹ Como es claro en “Las vendedoras de quiosco”, *Aconcagua*, año 1, n° 10, noviembre de 1930, p. 39, donde el articulista desarrolla ampliamente la idea y afirma que “A los ojos del posible cliente la belleza de la vendedora se refleja sobre la calidad del artículo”.

Pero contemporáneamente circularon muchos otros discursos que impugnaban esta representación de los puestos de trabajo urbanos. Ya en 1912 Carmen S. de Pandolfini abogaba por que se instalasen asientos para las vendedoras de las grandes tiendas evocando “el rostro demacrado y la expresión de aniquilamiento con que salen de su trabajo las vendedoras de todas las casas del centro”.²⁹² Su descripción de la vendedora contradecía todos los requisitos de belleza femenina que hemos visto valorados más arriba: “Una palidez mate —decía—, marchito el rostro, un círculo violáceo que agranda sus ojos, y un andar pesado, caracteriza a la mujer que ya no es más la abeja industriosa del amanecer, sino un cuerpo-mole cansado y exhausto al atardecer”. Era esa misma representación de la empleada de oficina la que justificaba, en *El Hogar*, una publicidad de Ferro-Fitina: “La mujer que lucha por su subsistencia —afirmaba el texto, ilustrado con el rostro de una joven de ojos fatigados junto a la viñeta de una dactilógrafa— sufre un desgaste de energías excesivo que paulatinamente la va arrastrando hacia un agotamiento y vejez prematura al producir en su organismo un estado de debilitamiento general, que se traduce en abatimiento, falta de sueño y apetito, nerviosidad y trastornos de su sexo”.²⁹³

Y ya en 1930, un artículo de *Aconcagua* se lamentaba, también, de que las manos “bellas y suaves” de las dactilógrafas, “dignas de las más ricas joyas”, se malograsen “martirizándose en una absurda y agitada inmovilidad, endureciéndose con el frío contacto de la máquina, enervándose en aquel saltar y brincar endiablado e inútil”.²⁹⁴ Los fotomontajes que lo ilustraban, similares en que repetían la superposición de unas jóvenes manos femeninas sobre la vista de una oficina abarrotada de dactilógrafas, adquirirían una connotación negativa ante las palabras del cronista, que luego de aludir a la esclavitud de los horarios concluía: “Esas manos han perdido su feminidad”.

El mismo articulista describía en otro número a la aprendiz de modista o sombrerera como una “Cenicienta” que “expone por las calles de la ciudad la pura flor de su inocencia con una ingenuidad conmovedora”, sin saber que “el cierzo traidor la acecha a la vuelta de cada esquina, para robarle el perfume y ajar la suavidad de sus pétalos”.²⁹⁵ En este caso, la metáfora de la flor ajada por el viento, utilizada para referir a la pérdida de virginidad, convertía en

²⁹² “Charla femenina”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 67, 17 de abril de 1912.

²⁹³ Aviso de Ferro-Fitina, *El Hogar*, año 21, n° 809, 17 de abril de 1925, p. 59.

²⁹⁴ Edgardo, “Mujeres de hoy. La dactilógrafa”, *Aconcagua*, año 1, n° 5, mayo de 1930, pp. 131-132. La referencia al endurecimiento al contacto de la máquina ha de entenderse, también, en relación con una apreciación social de la destreza de las manos femeninas, una representación que enfatizaba, nuevamente, el carácter natural de ciertas habilidades de las mujeres, que la máquina (antinatural) venía a arruinar. Esta apreciación de la destreza recorría un vasto espectro de ocupaciones, desde las artes femeninas hasta el trabajo en la industria cárnica, como ha señalado Mirta Lobato en “Women workers in the ‘Cathedrals of Corned Beef. Structure and Subjectivity in the Argentine meatpacking industry”, en John D. French y Daniel James (ed.), *The Gendered World of Latin American Women-Workers. From Household and Factory to the Union Hall and Ballot Box*, Durham y Londres, Duke University Press, 1997, pp. 53-71.

²⁹⁵ Edgardo, “Mujeres de hoy. La aprendiz”, *Aconcagua*, año 1, n° 8, agosto de 1930, p. 45.

material de lectura apto para una revista de interés general las denuncias más concretas de abuso sexual de las trabajadoras de talleres que circulaban en la prensa obrera, aunque lo hacía solo elípticamente y sin el sostén de las imágenes, que representaban a jóvenes bien vestidas fuera de sus puestos de trabajo.

Si bien las insalubres condiciones de trabajo de fábricas y talleres, así como los abusos de patrones y compañeros, eran ya un lugar común de las publicaciones obreras y, esporádicamente, de la prensa de interés general,²⁹⁶ una duplicidad similar entre los textos y las imágenes existía en los artículos dedicados a la participación de las mujeres en la industria. Ya que las fotografías que por lo general ilustraban esos artículos, compuestas con cuidado y dependientes de la mirada patronal,²⁹⁷ enfatizaban si no la individualidad de las empleadas, sí su papel clave en el funcionamiento óptimo del mecanismo industrial, así como los preceptos de orden, eficiencia y regularidad que lo regían (Fig. 63 a y b), en todo opuestos a las representaciones del taller como un entorno insalubre y explotador que proponían los textos de las publicaciones obreras o afines a la causa proletaria, ilustrados (cuando alguna imagen los acompañaba) con figuras de madres dolientes o burgueses explotadores, más que con imágenes de mujeres en entornos fabriles.²⁹⁸

En este sentido, la prensa ilustrada de interés general fue el territorio de representaciones visuales y textuales encontradas cuyas diferencias manifestaron, es más, el carácter problemático, todavía irresuelto, del trabajo femenino. Aquello que los textos denunciaban haciéndose eco de la virulencia de la prensa obrera, en las fotografías fue por lo general apaciguado, domesticado para que pudiera ser digerido por el lector común. Por este motivo, el tópico de la desnaturalización por el trabajo, tan común en los textos y en las ilustraciones de los periódicos y publicaciones obreras, está virtualmente ausente en las imágenes de las revistas

²⁹⁶ *Historia de las trabajadoras en la Argentina, op. cit.*, pp. 31-33.

²⁹⁷ Aquí se revela la implicación ideológica en la elección de la técnica de representación. Mientras el grabado o la ilustración estilizan abiertamente, el discurso fotográfico se pretende, aún entonces, objetivo. Las expectativas de los espectadores, en este sentido, son diferentes al observar un grabado sobre una madre obrera y una fotografía de una fábrica con las obreras ordenadas en sus puestos de trabajo, no solo porque el motivo representado abre diferentes predisposiciones emocionales sino también porque la misma técnica invita a esas predisposiciones. En su estudio sobre la fotografía, John Tagg menciona “el contenido de clase de la imagen posada frontal, simétrica”, y señala que las fotografías de posguerra de Lewis Hine sobre fábricas y trabajadores (a diferencia de las de preguerra sobre trabajo infantil) “presentan las características positivas de las ‘clases esforzadas’” y utilizan para ello un “elaborado código pictórico del heroísmo, introducido por el academicismo clásico del siglo XIX y por la pintura de género”. *The Burden of Representation*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1988, pp. 193, 196. Son útiles también sus comentarios sobre el uso de la foto como “evidencia”.

²⁹⁸ Véase Mirta Lobato, *La prensa obrera, op. cit.*, pp. 139-156. La autora menciona que las publicaciones comunistas tendieron a apartarse de esta representación y a incluir, a medida que la técnica lo permitió, fotografías de mujeres sonrientes en sus puestos de trabajo, que enfatizaban la idea de que las mujeres se liberarían a través del trabajo asalariado. Por otro lado, una representación alternativa fue la que propusieron en ocasiones algunas publicaciones anarquistas o gremiales en las que una figura femenina aparecía como guía, con una antorcha, rompiendo cadenas, en fin con los atributos de una alegoría de la emancipación, como en el grabado reproducido en *El Carpintero y A serrador* el 1 de mayo de 1923 (que Lobato reproduce en p. 159). Lo que hay que tener en cuenta aquí, para dimensionar mejor esta representación femenina tan distinta, es que las alegorías tradicionalmente son figuras femeninas y que en este caso representan más la idea de emancipación que la de “mujer”.

de interés general, que en cambio sí representan la pobreza, aunque sin relación con el mundo del trabajo. Me inclino a pensar que esta duplicidad, paradójicamente, al tiempo que contribuyó a velar las estrechas relaciones entre pobreza, trabajo y explotación del cuerpo femenino, habilitó una comprensión del trabajo de las mujeres más conciliadora y, acaso, más compensatoria a los ojos de aquellas que debían salir a trabajar porque les proponía, a fin de cuentas, una identificación de signo positivo.

4.3 *La militancia feminista como desnaturalización*

Algo distinto fue el caso con las representaciones de militantes feministas. Las revistas ilustradas son fuentes ricas para evaluar el peso ideológico del feminismo en el contexto argentino. Como ha sido señalado, en el país el término “feminista” apareció mencionado por primera vez a fines del siglo XIX aunque como sinónimo de “femenino”, y solo en las primeras décadas del siglo XX comenzó a volverse un término de uso corriente con el que se identificaron diversas agrupaciones de mujeres cuyas acciones alcanzaron creciente visibilidad.²⁹⁹ Si bien todavía en 1912 *Mundo Argentino* se engañaba al afirmar que “La mujer argentina (...) no ha manifestado hasta ahora una bien marcada tendencia feminista” y que “parece preferir la dulce tranquilidad de su hogar a las agitaciones de la lucha por la vida”,³⁰⁰ ya en la década del diez muchas revistas ilustradas, vinculadas como estaban al periodismo extranjero, contribuyeron a otorgar al feminismo un peso específico al difundir noticias sobre la evolución de los reclamos sufragistas en otros países,³⁰¹ que obtuvieron además un eco en el ámbito local gracias a la publicidad de los congresos feministas, las entrevistas a personalidades

²⁹⁹ Dora Barrancos sostiene que el término “feminismo” fue introducido en Argentina por primera vez en el contexto de la Exposición Internacional de 1898, donde se lo usó para referir a la sección femenina, aunque en esa misma oportunidad Ernesto Quesada lo utilizó en su sentido político. “Primera recepción del término ‘feminismo’ en Argentina”, en *Labrys. Estudios feministas*, agosto-diciembre de 2005. En 1900 se constituyó, gracias a la alianza entre diversas asociaciones de mujeres con diferentes programas, el Consejo Nacional de Mujeres. Esa alianza se desestabilizó hacia fines de la primera década del siglo y dio lugar a la realización de dos congresos feministas paralelos en 1910. Para entonces, a pesar de las diferencias de programa, el feminismo podía considerarse instalado en nuestro medio. Barrancos afirma que hacia fines de la década del diez las posiciones antifeministas de principios de siglo se habían ablandado considerablemente (“Julietta Lanteri o la tozudez por la inclusión”, *Inclusión/Exclusión. Historia con mujeres*, Buenos Aires, FCE, 2002, p. 54); Asunción Lavrín matiza de todos modos esta impresión al afirmar que a mediados de los años veinte, las posiciones masculinas relativas al sufragio distaban de ser alentadoras. *Women, Feminism and Social Change in Argentina, Chile and Uruguay 1890-1940*, Lincoln y Londres, University of Nebraska Press, 1998 [1995], p. 274.

³⁰⁰ “Los argentinos y el feminismo”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 53, 10 de enero de 1912.

³⁰¹ Entre muchos otros, a lo largo del período: “Las mujeres que pretenden tener voto”, *Tit-Bits*, año 2, n° 30, 29 de enero de 1910, p. 15; “El feminismo en Europa”, *El Hogar*, año 7, n° 156, 15 de julio de 1910; “Candidata feminista y las sufragistas francesas”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 157, 13 de abril de 1910; “Las sufragistas chinas”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 67, 17 de abril de 1912; “Vote for women”, *Elegancias*, año 3, n° 39, enero de 1914; “El feminismo en acción”, *Elegancias*, año 3, n° 42, abril de 1914; “Mujeres soldados en China”, *Vida Porteña*, año 5, n° 203, 2 de octubre de 1917; “La mujer en el parlamento”, *Fray Mocho*, año 9, n° 403, 13 de enero de 1920; “Una página sobre feminismo”, *Femenil*, año 2, n° 18, 11 de enero de 1926, p. 21, 66; “La mujer avanza”, *Para Ti*, año 8, n° 381, 27 de agosto de 1929; “La mujer en la política”, *Para Ti*, año 8, n° 387, 8 de octubre de 1929.

destacadas del movimiento y las noticias sobre las acciones tomadas por instituciones como la Asociación Universitarias Argentinas o el Consejo Nacional de Mujeres.³⁰²

Aunque en general estas iniciativas recibieron un tratamiento respetuoso que celebraba, con alguna distancia, la validez de los reclamos femeninos (y sobre todo su novedad, siempre bienvenida por los redactores que debían nutrir las revistas de contenido), fue en este contexto que aumentaron en número las representaciones paródicas de feministas y las alusiones gráficas a la pérdida visible de feminidad de las mujeres partidarias de la ampliación de los derechos femeninos. Estas representaciones provenían en su mayoría de medios extranjeros, pero las redacciones locales no se privaron de agregarles comentarios ni de reproducirlas, lo que habla de su actualidad también para el público argentino. Así, por ejemplo, un artículo en *PBT* de 1910 que reproducía fotografías de feministas que se habían candidateado sin éxito a integrar el Parlamento francés presentaba a Madeleine Pelletier ironizando sobre su aspecto masculino: “En este grupo ha figurado una dama cuyo desinterés nunca será bastante alabado; (...) se ha lanzado a esta lucha sin ningún interés personal, pues bien agudo sería el que a primera vista afirmase que es una mujer”, decía el artículo, que abría con una foto de Pelletier, de cabeza rapada y traje masculino, fumando una pipa.³⁰³

El tópico de la feminista masculinizada que contradecía con su silueta gruesa, los pantalones y la gestualidad expansiva los rasgos distintivos de la “naturaleza femenina” tuvo ecos a lo largo de la década y hasta entrados los años veinte. En estas representaciones, la anulación de cualidades femeninas se presentaba como una aspiración con la que las mujeres buscaban romper la tutela masculina, aunque en la práctica las ilustraciones las ridiculizaban y desplazaban de la vista los verdaderos reclamos feministas. Una viñeta en *Tit-Bits* titulada “Evolución mujeril”, por ejemplo, presentaba como “el ideal del feminismo” a una figura obesa vestida de uniforme que avanzaba por la calle luciendo un sombrero del que salían largas puntas afiladas contra las que se pinchaba sorpresivamente un hombre que se le había acercado demasiado.³⁰⁴ En “Feminismo”, una viñeta en *Atlántida*, una figura de silueta similar, con papada velluda y en actitud reivindicativa, estiraba sus brazos peludos y manos masculinas

³⁰² La aparición de estas noticias se vincula entre otras cosas a una política específica del CNM, que encomendó a los miembros de la subcomisión de Prensa y Propaganda que publicaran al menos dos artículos por año en la prensa acerca de las actividades del Consejo. Véase Alejandra Vassallo, “Entre el conflicto y la negociación. Los feminismos argentinos en los inicios del Consejo Nacional de Mujeres 1900-1910”, en F. Gil Lozano, V.S. Pita, M.G. Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina, op. cit.*, pp. 185-186. Hay que destacar, sin embargo, que las revistas de interés general intensificaron la atención al feminismo local sobre todo en la década del veinte. Algunos de estos artículos: “Congreso feminista”, *Caras y Caretas*, año 13, n° 608, 28 de mayo de 1910; *PBT*, año 7, n° 287, 28 de mayo de 1910; “Unión Cívica Radical Feminista”, *Caras y Caretas*, año 15, n° 742, 21 de diciembre de 1912; “El primer ensayo de sufragio femenino en la Argentina”, *Fray Mocho*, año 9, n° 412, 16 de marzo de 1920; “El feminismo nell’Argentina”, *Idea Latina*, año 1, n° 3, 15 de febrero de 1924, pp. 5-9; “La obra de la mujer argentina. Elvira Rawson de Dellepiane”, *Femenil*, año 2, n° 23, 15 de febrero de 1926, pp. 33, 66; “La Biblioteca del Consejo Nacional de Mujeres”, *Aconcahua*, año 1, n° 9, octubre de 1930, pp. 59-62.

³⁰³ “Candidatas francesas”, *PBT*, año 7, n° 287, 28 de mayo de 1910.

³⁰⁴ “Evolución mujeril”, *Tit-Bits*, año 4, n° 207, 21 de junio de 1913.

vociferando: “Los hombres nos han considerado siempre como objetos de lujo y placer, como frágiles muñequitas, y esto debe terminar”.³⁰⁵ En los dos casos se sugería que el feminismo implicaba un alejamiento físico y espiritual de los hombres que traía aparejado, además, el desinterés por cultivar el atractivo físico (Fig. 64 a y b).

Otra variante fue la representación de las feministas como ancianas solteras de rasgos grotescos que utilizaban su militancia para compensar la falta de interés que recibían de los hombres. Es el caso de la protagonista de “Sara, la sufragista inglesa” (Fig. 65), una tira cómica que apareció esporádicamente en la edición local de *Tit-Bits* en 1913 y cuyos episodios presentaban a la sufragista —una mujer narigona, de mentón gigantesco, que usaba anteojos y un gran sombrero de entrecasa— llevando a cabo alguna acción militante. Como la propia revista tenía una edición original inglesa, la tira se inspiraba con toda probabilidad en las acciones contemporáneas de las *suffragettes*; entre otras cosas, mostraba a Sara en plan de hachar una pintura en un museo e irrumpiendo en la casa de un ministro gritando la consigna “¡Queremos el voto!”.³⁰⁶

Sufragistas eran también, según informaba un cronista de *Caras y Caretas*, las dos mil mujeres reunidas en Filadelfia para conformar el apócrifo “Sindicato de las mujeres feas”. Proponiéndose enseñar “el arte de gustar a los hombres a pesar de estar desprovistas de encantos físicos”, “esas intrépidas desheredadas de la belleza”, decía el cronista con sorna, “mostrarán en adelante su feo cutis, sus bocas desdentadas, sus narices chatas o desmesuradas, sus talles reducidos, sus cráneos desnudos y sus formas... ausentes”.³⁰⁷ A esta caracterización que enumeraba invertidos, uno por uno, los rasgos femeninos más apreciados, hacían justicia las ilustraciones, inspiradas en la tradición de la caricatura política, que representaban a una serie de figuras raquílicas u obesas, de mentón saliente, anteojos y una permanente mueca de disgusto (Fig. 66).³⁰⁸

Aun descomprimiendo sus aristas más dramáticas, estas ilustraciones convocaban la reacción emocional de antipatía ante la militancia sufragista, la volvían un tema irrisorio y

³⁰⁵ “Feminismo”, *Atlántida*, año 5, n° 202, 15 de febrero de 1922.

³⁰⁶ La revista se adelantaba; el ataque a la Venus de Rokeby tuvo lugar un año después, en 1914. Véanse los n° 222, 27 de septiembre de 1913; n° 223, 4 de octubre de 1913; n° 225, 18 de octubre de 1913.

³⁰⁷ *Caras y Caretas*, año 15, n° 739, 30 de noviembre de 1912.

³⁰⁸ Alice Sheppard menciona como antecedente de este estereotipo en Estados Unidos la figura de “Mrs. Partington”, un personaje creado por el humorista Benjamin Shillaber a mediados del siglo XIX: una vieja, poco atractiva, con anteojos, anticuada (véase *Cartooning for Suffrage*, Albuquerque, University of New Mexico Press, 1994, p. 60); Lisa Tickner lo encuentra en el *music hall*, la novela decimonónica y el periodismo inglés, antes de su asociación al sufragismo (*The Spectacle of Woman. Imagery of the Suffrage Campaign 1907-14*, Chicago, Chicago University Press, 1988, pp. 164-166). Es un estereotipo que retomaba, con ironía, Alfonsina Storni en una de sus “Cartas de la Niña Boba”: “(...) cuando oigo hablar de manifestaciones feministas, me imagino un vasto ejército de institutrices, flacas, agriadas y amarillentas”, dice la Niña Boba, lo que demuestra la circulación del estereotipo en el ámbito local. En *La Nota*, año 4, n° 197, 16 de mayo de 1919, p. 566.

compensaban simbólicamente la merma de poder masculino que ella comportaba.³⁰⁹ Pero también le daban visibilidad a las opiniones de no pocos cronistas acerca de la desnaturalización que implicaba el feminismo, que abarcaba tanto los caracteres físicos femeninos como los roles sociales de las mujeres.³¹⁰ En 1913, por ejemplo, un artículo en la misma *Tit-Bits* informaba que en Finlandia —el primer país en establecer el sufragio universal, en 1906— “Las mujeres políticas (...) abandonan su hogar, sus hijos cuando los tienen, y sus obligaciones naturales”, y que “La mujer feminista de Finlandia está desprovista de gracia y de virtudes domésticas”.³¹¹

Si bien es cierto que en general estas ilustraciones y comentarios situaban el “problema” del feminismo y sus “desmanes” fuera de las fronteras nacionales, también contribuían a instalar esos temores en el ámbito local. En 1919, María Abella de Ramírez batallaba aún en la revista feminista *Nuestra Causa* contra la representación estereotípica de la feminista en un artículo que comenzaba:

El señor vulgo (...) nos dice con el mayor aplomo que la mujer feminista desconoce completamente la poesía del hogar; que no tiene belleza física, ni elegancia, ni ninguna de las gracias ni monadas femeninas, en una palabra que es una especie de ser sin sexo, inútil para el amor y la maternidad, ser ridículo, del que el hombre debe huir con horror y las mujeres abrumar con su desprecio.³¹²

La fuerza del estereotipo provenía, sin duda, de la magnitud de su distancia respecto de la trascendencia que tenían la belleza femenina y el instinto maternal en la definición de la naturaleza femenina, una trascendencia, por otro lado, de la que parte importante de las propias feministas, a falta de una comprensión profunda de lo que estaba en juego —o quizás porque implicaba su única posición de poder— no lograron o no quisieron (como estrategia) sustraerse. El mismo artículo de *Nuestra Causa* continuaba:

¡Qué admirado se quedaría ese señor si supiera que gran número de las mujeres modernas o feministas son esposas adoradas y madres amantísimas (...); que entre las jóvenes feministas las hay hermosísimas y que sus atractivos físicos, realizados por los encantos que prestan al amor la poesía de un alma elevada y la amenidad de un espíritu cultivado, las hacen irresistibles y se las ama eternamente!

³⁰⁹ E. H. Gombrich ha apuntado que la distorsión fisonómica es uno de los recursos que más automáticamente convocan la reacción del espectador. En el caso de las sufragistas, se repiten siempre los mentones, narices y deformaciones corporales (obesidad o extrema delgadez). Véase “El arsenal del caricaturista”, *Meditaciones sobre un caballo de juguete*, Barcelona, Seix Barral, 1968 [1963], pp. 163-181. Útil es también la interpretación del mismo Gombrich, junto a Ernst Kris, de la caricatura como un “mecanismo psicológico”, en “The principles of caricature”, *British Journal of Medical Psychology*, vol. 17, 1938, pp. 319-342, una interpretación que retoman desde otro ángulo tanto Lisa Tickner en *The Spectacle of Woman*, *op. cit.*, como Alice Sheppard en su análisis de la caricatura anti-sufragista en Estados Unidos, *Cartooning for Suffrage*, *op. cit.*

³¹⁰ Sobre el temor a que el feminismo desnaturalizara a las mujeres puede verse Asunción Lavrin, “Feminism in the Southern Cone: definitions and objectives”, *Women, Feminism and Social Change*, *op. cit.*, pp. 33-38.

³¹¹ “Efectos del feminismo”, *Tit-Bits*, año 4, n° 222, 27 de septiembre de 1913.

³¹² “La mujer moderna o feminista”, *Nuestra Causa*, año 1, n° 5, 10 de septiembre de 1919, p. 99.

Estas representaciones tenían, cabe aclarar, su correlato visual: viñetas de *suffragettes* de apariencia esmerada, jóvenes y atractivas, por lo general también extranjeras, que lejos de constituir una amenaza se presentaban como un agradable derivado de la vida moderna, como las socias de un club feminista representado en una ilustración de la revista *El Plata* en 1910 (Fig. 67).³¹³ Desde luego, al instalar como eje de debate en relación con el feminismo la pérdida o exaltación de las características que definían la feminidad, lo que primero se perdía de vista eran los objetivos del feminismo en sus diferentes expresiones, sus argumentos, y su legitimidad, y se redefinía a las mujeres siempre en relación con el cuerpo (natural o desnaturalizado). Pero es importante comprender que las razones por las cuales ese fue en efecto el eje en muchos discursos se vinculan en forma directa con la centralidad que tenían las supuestas diferencias “naturales” entre los sexos —visibles en la conformación corporal— para el correcto funcionamiento de la vida social.

Por otro lado, la reproducción de noticias sobre el feminismo e incluso de viñetas y caricaturas a propósito de sus acciones tenía una intención modernizante. Contar con un feminismo autóctono fue, después de todo, un rasgo de modernización cultural, aun cuando sus verdaderas implicaciones convocaran en la década del diez todavía a pocos partidarios hombres. De las figuras del feminismo local, Julieta Lanteri fue quizás la que más se prestó a la sátira política al candidatearse repetidamente como legisladora. Mencionada aquí y allá en algunas páginas cómicas, de ella se destacaron como características risibles sobre todo su atuendo siempre blanco y su tenacidad sin frutos, pero ni las viñetas ni los textos humorísticos se ensañaron especialmente con su aspecto físico ni con su mayor o menor feminidad.³¹⁴ En 1924, las *Páginas de Columba* publicaron una viñeta sobre las elecciones de 1923 donde se veía a Lanteri, de silueta redonda y de blanco, deslizándose un billete en las manos de un fiscal. El texto decía: “A pesar de ello, con fiscal pago, no aparece ni un voto para la doctora... ¡Traidores!”³¹⁵ Es uno de los pocos casos en que se sugiere una práctica corrupta ligada a su figura, siempre muy respetada a pesar de sus esfuerzos infructuosos, que sí son blanco, más de una vez, de las burlas. En 1926, por ejemplo, *Caras y Caretas* la presenta como “la abuela de nuestra revolución sufragista” que “va a la batalla cargada de años y esperanzas juveniles” y que “confía en que sacará suficiente número de votos como para sentarse —toda vestida de blanco— en la camareta de la calle Perú”.³¹⁶ Anciana, excéntrica, testaruda, esa es la representación de “la

³¹³ Véase Sheppard, *Cartooning for Suffrage*, *op. cit.*

³¹⁴ Aunque hubo, por supuesto, menciones a su falta de belleza. Véase por ejemplo la pastilla de Alfonsina Storni en *La Nota*, donde se refiere a la candidatura de Lanteri y recoge los comentarios al respecto que ha podido obtener de algunos hombres. Sus conocidos, dice Storni, juzgan la candidatura “digna de todo encomio”. Pero al preguntarle a un joven “hombrecillo perfumado” qué opina de la doctora Lanteri, Storni obtiene como única respuesta “Que es fea”. “Feminidades”, *La Nota*, año 4, n° 190, 28 de marzo de 1919, pp. 406-407.

³¹⁵ “Las elecciones del 23”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 21, 2 de abril de 1924, p. 8.

³¹⁶ “A un paso de las elecciones municipales”, *Caras y Caretas*, año 29, n° 1468, 20 de noviembre de 1926.

Lanteri” en las revistas ilustradas de los veinte, no la de una mujer desfeminizada ni tampoco asimilable a las solteras sufragistas, más allá de ocasionales distorsiones en la representación de su fisonomía, una práctica establecida, por otra parte, en la representación humorística de personalidades políticas, que tenía como efecto ampliado el reconocimiento de esa personalidad por el público (Fig. 68).³¹⁷

Pero esta representación de las feministas continuó vigente largamente. En 1927, hasta una publicidad de zapatos se hacía eco de ella en el diálogo que mantenía un hombre con una joven deportista que lo sorprendía por su gracia y su belleza: “En mi ignorancia —decía el hombre— confundía a la mujer que se ejercita en los deportes con el tipo clásico de la sufragista, las juzgaba igualmente faltas de gracia, en una palabra, menos femeninas”.³¹⁸ Es una buena confirmación del grado de penetración de la valoración positiva y negativa de dos novedosas identidades femeninas que implicaban, porque se cernían sobre el cuerpo femenino, una transformación de la “naturaleza” de las mujeres. La naturaleza, a fin de cuentas, no era del todo inmutable.

En suma, el reconocimiento de que no había un repertorio de elementos “naturales” estables que definieran a todas las mujeres convivió con múltiples esfuerzos para identificar características femeninas que formaran parte de su inefable “esencia”. En ese proceso, las determinaciones étnicas, culturales y nacionales pasaron a primer plano; ese será el objetivo de mi análisis en el próximo capítulo, donde me focalizaré especialmente en la representación de “la mujer argentina”.

³¹⁷ Véase Ernst Gombrich, “El arsenal del caricaturista”, p. 172. Barrancos confirma el general sentimiento de respeto que despertaba su figura, con algunas ocasionales bromas a su costa. *Inclusión/Exclusión, op. cit.*, p. 69.

³¹⁸ Aviso de calzados Tonsa, *Caras y Caretas*, año 30, n° 1521, 26 de noviembre de 1927.

Capítulo 2

La dimensión cultural

En 1911, en la lejana Alemania, Georg Simmel publicó un conjunto de ensayos sobre la noción de “cultura femenina”. Con clarividencia, y algunos lastres conceptuales de enorme importancia práctica, Simmel afirmaba que “la cultura humana, aun en sus más depurados contenidos, no es asexual” sino que, “en realidad, es enteramente masculina”. Simmel partía de una distinción entre “cultura objetiva” —los “tesoros culturales de una época”: su arte, industria, ciencia, comercio, Estado y religión—, que él definía como de raigambre masculina sin detenerse a analizar la génesis de tal situación, y una “cultura subjetiva”, es decir, una suerte de acervo individual capaz de enriquecerse o empobrecerse al contacto con la cultura objetiva, sin necesariamente modificarla. La cultura subjetiva era, en la reflexión de Simmel, el territorio espiritual de “la mujer”. El punto de partida de estas definiciones y distinciones era una concepción esencialista de hombres y mujeres como criaturas ontológicamente diferentes: “En el simbolismo de los conceptos metafísicos, diríamos que la mujer *es*, mientras que el hombre *va siendo*. Por eso, el hombre necesita conquistar su significación en cosas o ideas, en el mundo de la historia o en el mundo del conocimiento, mientras que la mujer descansa en su belleza (...). Esta relación entre el principio de la feminidad y el principio de la belleza (...) se manifiesta desde luego también en la figura corpórea”. Finalmente, Simmel derivaba de la esencia radicalmente diferente de las mujeres las “dos formas de productividad femenina que son o pasan por ser creadoras de cultura en gran escala: la casa y la influencia de las mujeres sobre los hombres”.¹

Traer al ruedo estos ensayos de Simmel para dar comienzo a este capítulo acerca de la dimensión cultural en las representaciones de mujeres en la prensa no es un ejercicio caprichoso. Por el contrario, más allá de que fueron traducidos al español apenas una década más tarde y publicados en un volumen editado por la *Revista de Occidente*, desde donde quizás llegaron a la Argentina,² estos textos me interesan porque sus conclusiones presentan afinidades con algunos de los discursos sociales locales a propósito de los aportes que las mujeres argentinas podían hacer a la cultura del país, lo que demuestra menos la sintonía entre el pensamiento de Simmel y las ideas locales que la tendencia general del período a concebir la

¹ Georg Simmel, *Cultura femenina y otros ensayos* [1911], Madrid, Revista de Occidente, 1934. Citas en “Carácter masculino de la cultura objetiva”, p. 15, “El ‘bello sexo’”, pp. 40-41, “La casa”, p. 42.

² José Ortega y Gasset, fundador de la *Revista de Occidente*, visitó la Argentina por primera vez en 1916 y pasó aquí algunos años de su exilio, entre 1939 y 1942. La *Revista* se encuentra en repositorios locales y sin duda circuló en Buenos Aires durante el período que nos ocupa. Por otro lado, antes de que saliera el volumen citado arriba, la edición mensual ya había publicado, entre 1923-25, algunos de los ensayos que lo componían.

cultura como un proceso de desarrollo intelectual y espiritual humano³ al que los individuos, y en especial los hombres, harían aportes, y que las mujeres serían las encargadas de reproducir (la puesta en palabras, a fin de cuentas, de la división entre la cultura como dominio masculino y la naturaleza como dominio femenino). Efectivamente, por la misma fecha en que ese texto aparecía en Alemania, un cronista de *La Ilustración Sud-Americana* afirmaba, por ejemplo, que “la mujer es la guardiana natural de lo que se llama el ‘espíritu de clase’, esto es, de un conjunto de cualidades sociales elevadas a cierto grado, de costumbres y de modales”, por lo cual el cronista instaba a que “aunque se prepare para carrera, que trate de permanecer la mujer sencilla, buena y cariñosa, experta en los cuidados del hogar, buena administradora y también que sepa conservar su belleza, su gracia y su elegancia” sin extraviar “el tesoro moral que se le confió”.⁴ Salvando las distancias geográficas, filosóficas y conceptuales, unas y otras afirmaciones partían de la premisa, en primer lugar, de que “la” mujer —una y la misma en todas las sociedades— cumplía un papel reproductivo, tanto en el nivel corporal como en el cultural, cuyo epicentro era el ámbito doméstico. Pero la premisa implicaba no solo la mentada segregación de la vida femenina del espacio público —sin duda debatible, como veremos en el último capítulo— sino que, por sus mismas proposiciones, daba lugar a lo que ha dado en llamarse “maternalismo político”, es decir, la exigencia de derechos civiles y políticos a partir del argumento de que la maternidad, esa misión natural de las mujeres que empezaba por el ámbito doméstico, era una función social y política determinante en la reproducción de la sociedad y, más aún, en la transformación de la política nacional.⁵

Pero ¿qué mujeres eran esa “mujer” capaz de arrogarse ese papel reproductivo? ¿A quién le cabía el guante de “guardiana del espíritu de clase” o incluso de los “tesoros” (la palabra se repite) de una sociedad? ¿Pensaban estos voceros en todas las mujeres por igual al referirse a estas altas funciones o es que, por el contrario, el término “mujer” aludía a un *tipo* y operaba una esencialización que dependía, como hemos visto en el capítulo anterior, de una concepción de la “naturaleza femenina” como un dato de la realidad, a la vez físico y espiritual? Pero si ese era el caso, ¿cómo se vinculaba ese tipo a su grupo de referencia o, en otras palabras, cuáles eran las fronteras que circunscribían su gravitación? ¿Remitía solo a la clase, o la clase era también la nación, o se trataba de la humanidad en general?

En este capítulo, el problema que abordaré es precisamente el de la construcción de un tipo femenino nacional, “la mujer argentina”, cuya efigie unitaria y sin fisuras esconde las múltiples diversidades existentes entre las mujeres que habitaban el territorio argentino de las

³ Para un análisis de la evolución del término y su consolidación a fines del siglo XVIII y sobre todo principios del XIX en la acepción que menciono (entre otras), Raymond Williams, “Cultura”, *Palabras clave*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2003 [1976], pp. 87-93.

⁴ Carlos Fitte, “Nuestras hijas: elección de una carrera”, Suplemento de moda de *La Ilustración Sud-Americana* [1910].

⁵ Sobre este concepto, Marcela Nari, *Políticas de maternidad y maternalismo político*, Buenos Aires, Biblos, 2004.

primeras décadas del siglo XX. Sostendré que este tipo, tal como fue construido no solo en discursos como los citados al comienzo sino específicamente en la prensa a través de números dedicados a “la mujer argentina”, a través de poemas, de secciones fotográficas e incluso de alegorías de la patria, la república y la libertad, fue una representación utilizada para encauzar *a futuro* las prácticas sociales, económicas, políticas y culturales de las mujeres que componían la sociedad argentina del período, así como una forma de interpretar sus roles *en el pasado*. Argumentaré asimismo que al tiempo que la construcción de ese tipo dependió de la utilización de elementos de la tradición clásica, convocó ocasionalmente tradiciones no occidentales que representaron un papel específico en la definición de la feminidad “típicamente nacional”, ya por asociación, ya por contraste y negación, y que esa operación cultural de asociaciones y omisiones tuvo una motivación en los procesos de aculturación y homogeneización que impusieron tanto la inmigración como la integración de la población indígena al Estado nacional.⁶ En términos de estructura, en la primera parte del capítulo ofreceré un panorama de los significados asociados a la noción de “mujer argentina” y procuraré identificar los derechos y responsabilidades que esa noción entrañó. En segundo lugar me detendré en las implicancias tanto culturales como morales que tuvo la elección de un modelo de resonancias clásicas para representar a las “bellezas argentinas” en la prensa. Analizaré en tercer término qué otras tradiciones culturales fueron convocadas a la hora de representar a “la mujer argentina” y observaré la función que cupo a las tradiciones oriental, afroamericana e indígena en esa representación, así como la forma en que fueron representadas las mujeres que quedaban por fuera de ella. Por último, me enfocaré en el modo en que esas asociaciones u omisiones se trasladaron a la representación alegórica de la Argentina, y analizaré qué significados comunicó su encarnación en una figura femenina muy similar a la de las “bellezas argentinas”.

1. Civismo, alcurnia, frivolidad: los significados asociados al concepto de “mujer argentina”

El concepto “mujer argentina” se entendió en la prensa de las primeras décadas del siglo XX de diferentes formas. Mujeres argentinas eran por un lado las habitantes del suelo argentino, y en este sentido llano el término refería a las particularidades adquiridas por la población de sexo femenino en razón de su lugar de residencia; lo que las mujeres argentinas hacían o dejaban de hacer dependía de las costumbres de esta parte del mundo y ello las emparentaba o las diferenciaba de mujeres de otros pueblos. Las mujeres argentinas eran, desde esta perspectiva,

⁶ Aunque no utilizaré específicamente los conceptos de hibridación y mestizaje cultural, los procesos que analizaré participan indudablemente de operaciones de ese tipo, que dificultan la posibilidad de pensar en una identidad fija, ya dada, de “la mujer argentina”. De lo que se trata, en cambio, es de subrayar las selecciones y el recurso a distintos repertorios culturales, a veces contradictorios, a la hora de definirla, siempre conflictivamente. Véase Néstor García Canclini, “Introducción a la nueva edición”, *Culturas híbridas*, Buenos Aires, Paidós, 2001, pp. 13-33.

una manifestación singular y representativa de la cultura argentina, modulada por el territorio y el ambiente. Pero “mujer argentina” fue también un concepto con sentido prospectivo y prescriptivo: en la prensa del período, “la mujer argentina” tenía una misión. Aunque este sentido se utilizó también en plural, su uso en singular fue más frecuente y cumplió con mayor eficacia la vocación unificadora, tipificadora del motivo. En este caso, la mujer argentina no era exactamente aquella que habitaba el suelo argentino —y que podía a fin de cuentas ser una manifestación indeseable de ese suelo—, sino su tipo ideal, la compleción de su potencial en el curso de la vida nacional: un paradigma de civilización, quien reproducía la civilización. Estos dos sentidos convivieron estrechamente y dependieron de las acepciones del propio concepto de cultura, usado tanto para referir a las costumbres de un pueblo como a la idea de civilización entendida como desarrollo intelectual o espiritual, capítulo superior de la aventura del progreso humano.⁷

A principios del siglo XX, este pliegue de sentido que atravesaba la noción de “mujer argentina” no era nuevo, pero el balance entre sus partes tampoco se había mantenido inmodificado a lo largo del siglo XIX. Francine Masiello ha señalado, de hecho, que así como en los años posteriores a la Independencia “las mujeres, en la imaginación política de los hombres, representaban las virtudes de la nacionalidad”, a fines de siglo “los hombres de letras argentinos a menudo adjudicaban a las mujeres la responsabilidad por los males de la prostitución, la ganancia y el dinero” que afectaban al país.⁸ En esta lectura de la evolución de las representaciones femeninas en los discursos sobre la nación, las mujeres argentinas habían pasado de representar lo mejor de la república a simbolizar su degeneración.⁹ Según Masiello, este arco corrió paralelo y se vinculó con la emergencia creciente de voces de mujeres que reclamaban de diferentes formas su incorporación a la nación y con la percepción de que una sensibilidad moderna y cosmopolita trastocaba, a través de las mujeres, los valores tradicionales. Si bien creo que esta lectura puede ser matizada, ya que tanto a principios del siglo XIX como a principios del XX convivieron representaciones estigmatizantes con otras

⁷ Raymond Williams, *op. cit.*, pp. 87-93. Sobre el concepto de civilización, que tiene también una historia larga, *ibidem*, pp. 59-61. Como aclara Williams, cuando se lo utilizó como sinónimo de refinamiento superficial o para referirse a un estado de orden y desarrollo puramente material, “civilización” adquirió en ocasiones un sentido opuesto a “cultura”. La historia de la relación entre los dos términos es compleja. Aun así, en las fuentes de nuestro período el término “civilización” se usa en general para aludir a una “cultura superior”, en oposición a otras culturas (popular, aborígen, etcétera), no al concepto “cultura”. Un análisis profundo de las acepciones y de la oposición de los dos conceptos en el contexto francés e inglés por un lado y el contexto alemán por el otro en Norbert Elias, “Sociogénesis de los conceptos ‘civilización’ y ‘cultura’”, *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, México, FCE, 1987 [1939], pp. 57-96.

⁸ Francine Masiello, *Entre civilización y barbarie. Mujeres, nación y cultura literaria en la Argentina moderna*, Rosario, Beatriz Viterbo, 1997, pp. 13-14.

⁹ El lugar asignado por la prensa a las mujeres en la reproducción de la cultura y de valores “civilizados” (primero coloniales, luego republicanos) ha sido bien estudiado para principios del siglo XIX, por ejemplo a través de los discursos del periódico *La Moda*. Véase Cristina Iglesia y Liliana Zuccotti, “El estilo democrático: último grito de la moda”, *Mora*, n° 3, Buenos Aires, agosto de 1997, pp. 64-73.

idealizantes,¹⁰ sí sigo a Masiello en su hipótesis de que las representaciones femeninas funcionaron en los discursos como amortiguadores de procesos identitarios nacionales.¹¹ Más aún, pienso que hasta entrado el siglo XX tanto “la mujer argentina” como tipo ideal y las “mujeres argentinas” como grupo social fueron formas discursivas usadas para interpretar y modelar el lugar de las habitantes del territorio argentino en la definición de la nación, y que la distancia que medió entre una y otra forma permite vislumbrar, precisamente, que aquello descartado por el tipo pervivió de todos modos en otras representaciones que contribuyeron a complejizar la idea de una “feminidad nacional”. Las “mujeres argentinas” —también ellas una representación— funcionaron, en este sentido, como contrapuntos de “la mujer argentina”, aunando lo que el tipo había depurado y acumulando un potencial disruptivo que, en última instancia, abría el rango de posiciones con las que las mujeres podían identificarse como parte de una cultura nacional.

Pero el tipo tenía arraigo e inercia. Sus bases se retrotraían a aquella generación de mujeres patricias que habían apoyado la Independencia a principios del siglo XIX, y cuyo ejemplo debía definir aún a principios del XX, según algunos discursos, el radio de acción de las mujeres modernas. En 1910, por ejemplo, la Comisión del Centenario celebraba la apertura del Congreso Patriótico de Señoras organizado por el Consejo Nacional de Mujeres en ocasión de los festejos en conmemoración de la Revolución de Mayo señalando que “la participación honrosa que tuvo la mujer argentina en los sucesos que nos llevaron a la independencia y libertad, reclamaba de parte de la mujer argentina del presente una manifestación evocadora de tan grandes servicios y reveladora de que sigue siendo ella factor poderoso en el desenvolvimiento de los destinos de la patria”.¹² La presidenta del Consejo Nacional de Mujeres, Alvina van Praet de Sala, insistía en su discurso inaugural del congreso en que “el amor patrio está siempre latente en el corazón de la mujer argentina”,¹³ y entre las medidas de aplicación inmediata que proponía una de las ponentes se incluía dar conferencias de “orden patriótico y moral” en las escuelas profesionales y entre obreras con el fin de “retemplar el civismo”,¹⁴ especialmente en un contexto de cierta hostilidad generada por “el terror anarquista”,¹⁵ que se representaba como vinculado con la inmigración. El sacrificio cívico y la

¹⁰ En la tercera parte de su obra, la misma autora señala este ir y venir en la valoración de los aportes culturales femeninos, *Entre civilización...*, *op. cit.*, pp. 187 y ss.

¹¹ Es una hipótesis compartida en general por otros trabajos. Véase por ejemplo Cecilia Tossounian, *The Body Beautiful and the Beauty of Nation: Representing Gender and Modernity (Buenos Aires 1918-1939)*, tesis de doctorado, European University Institute, 2010.

¹² Manuel Güiraldes, “A la presidenta del Consejo Nacional de Mujeres, Alvina van Praet de Sala”, *Primer Congreso Patriótico de Señoras en América del Sud*, Buenos Aires, Consejo Nacional de Mujeres/Imprenta Europea de M. A. Rosas, 1910, p. 38.

¹³ “Discurso de la Presidenta del Consejo Nacional de Mujeres Señora Alvina van Praet de Sala”, *ibidem*, p. 43.

¹⁴ Palabras de Elia M. Martínez en las conclusiones de la tercera sesión pública del Congreso Patriótico, *ibidem*, p. 72.

¹⁵ Palabras de Ada M. Elflein en el acta de la tercera sesión pública, leída el cuarto día, *ibidem*, p. 68.

difusión del amor patrio se perfilaban, entonces, como rasgos de la mujer argentina que caracterizaban su accionar desde el surgimiento de aquel grupo ejemplar de mujeres conocido como “patricias argentinas” (sobre el que me detendré en un momento). Más aún, para subrayar los vínculos entre esas mujeres ejemplares del pasado y las argentinas del presente,¹⁶ el Congreso Patriótico se proponía homenajear a las patricias revelando “el grado de cultura” de la mujer del Centenario, proyectando desde esa trayectoria una misión futura para las mujeres de las siguientes generaciones.¹⁷ Entre las manifestaciones de esa cultura que resultaban valorables, las ponencias presentadas a lo largo del congreso rescataban especialmente la beneficencia, la educación de los niños, la acción cívica y finalmente algunas profesiones, en especial las “artes femeninas”, percibidas como una forma legítima de ganarse la vida difundiendo, idealmente desde el hogar, el “natural” buen gusto femenino a través de la creación de objetos bellos, también ellos una forma de expresión de la refinada cultura argentina.¹⁸

Desde luego, el Consejo Nacional de Mujeres refrendaba esta misma visión de las funciones femeninas a través de su *Revista*, que en muchas de sus actas y propuestas retomaba la acción patriótica, la preocupación por la infancia, por las escuelas profesionales y la beneficencia como ejes de su misión.¹⁹ Estas actividades se entendían, en el contexto de reconfiguración de lo que constituía la “cultura nacional” luego del aluvión inmigratorio, como canales de integración tanto para las mujeres que las llevaban a cabo o se sentían convocadas a participar como para aquellas que eran sus destinatarias, lo que intensificaba el vínculo entre feminidad y patriotismo de un punto al otro de la cadena, y definía el lugar específico de las mujeres en la nacionalización de una sociedad aún muy fragmentada.²⁰

¹⁶ La filiación entre patricias y mujeres contemporáneas es patente, por ejemplo, en la ponencia de Carlota Garrido de la Peña, “Concurso de la mujer argentina en la obra de la Independencia Nacional-Su misión de hoy en el civismo”, *ibidem*, pp. 87-91, pero también en el discurso del delegado por la Comisión del Centenario, Carlos Estrada, así como en el de Van Praet de Sala, entre otros.

¹⁷ “Discurso de la Presidenta...”, *cit.*, p. 43.

¹⁸ Esta comprensión de las “artes femeninas” como expresión privilegiada de la cultura argentina no fue exclusiva del Centenario. Como ejemplo más tardío, véase entre otros “Arte cerámica en la Escuela del Divino Rostro”, *Columbia*, año 1, n° 1, 5 de mayo de 1925, pp. 26-27, en el que se señala que las “alfareras argentinas” de la escuela, trabajando con “materiales de su patria”, propenden a la “exteriorización de la cultura nacional”.

¹⁹ Véanse entre muchos otros, con diferencia de años, Carolina T. de Bottino, “La acción de la mujer argentina en la Historia Patria”, *Revista del Consejo Nacional de Mujeres*, año 5, n° 16, diciembre de 1904, pp. 34-37; “Conferencia de la señora Carmen S. de Pandolfini sobre Patriotismo Femenino, leída en la Biblioteca del Congreso”, *Revista del Consejo Nacional de Mujeres*, año 22, n° 77-78, 25 de junio de 1922, pp. 50-53.

²⁰ Debemos señalar la solidaridad de estas ideas con otros discursos y necesidades del período. Por ejemplo, la centralidad de la educación en algunas de las propuestas de integración de los inmigrantes aparece clara en el análisis de Fernando Devoto sobre los nacionalistas, y aunque Devoto no se refiere específicamente al lugar de las mujeres en esas propuestas, al tener esa centralidad en cuenta se pone de relieve que las mujeres, encargadas tácitas de la educación al menos durante los primeros años, en sus diversas expresiones, articulaban una parte no menor de las tareas de integración cívica que aparecían como centrales para el pensamiento nacionalista del período. Véase *Nacionalismo, fascismo y tradicionalismo. Una historia*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2002. Por otro lado, tal como ha estudiado Karen Mead, además de una importante tarea educativa, a las mujeres (en especial a las matronas que llevaban adelante la Sociedad de Beneficencia, ligada al grupo social que organizaba el Congreso Patriótico) se les confió desde el Estado parte de la asistencia

Es interesante destacar que las feministas del Congreso Femenino Internacional, organizado en fecha cercana al Congreso Patriótico por la Asociación Universitarias Argentinas, defendían estas mismas actividades, aun situándose, según ha entendido la historiografía, en una vereda más radicalizada de los reclamos femeninos.²¹ Y lo cierto es que, aunque es verdad que las actas de este congreso registran posiciones más progresistas respecto del rol de las mujeres y a diferencia del Congreso Patriótico sí identifican los derechos civiles y políticos como un blanco específico de sus luchas, también allí la beneficencia, la educación de los niños y las artes femeninas aparecen entre las principales actividades con que las mujeres han de contribuir a la cultura nacional. “Recuérdese —dice Ernestina A. López en su discurso inaugural— que desde Rivadavia está casi exclusivamente en manos de la mujer la beneficencia que ha derramado el bien a través de todo el país (...); que desde Sarmiento, es árbitro de la educación de la infancia; obsérvese cómo, impulsada algunas veces por la razón económica, llevada otras por su legítima aspiración de mejora, ha ido abrazando todas las ocupaciones y penetrando en todas las profesiones”.²² Pero la cercanía de posiciones entre el Congreso Femenino y el Congreso Patriótico no se detiene allí. López también establece entre las mujeres del Centenario y las patricias un paralelismo que define los límites de su misión:

La evolución es lógica: si las mujeres de hace un siglo, ofrecían a la causa nacional la contribución que debía doblar el número de sus soldados dispuestos a morir o a matar, las de la hora presente le traen la contribución de su trabajo, que ha de doblar el de sus ciudadanos útiles, dispuestos a vivir y a hacer la vida posible, y buena para todos.²³

pública, cuyas urgencias habían crecido exponencialmente con la inmigración, y esta concesión política fue posible porque, al igual que las tareas educativas, la asistencia a los necesitados estaba asociada discursivamente con las virtudes maternas femeninas (la Sociedad de Beneficencia, por otro lado, explotó esta asociación discursiva para sus propios fines). Véase Mead, “La mujer argentina’ y la política de ricos y pobres al fin del siglo XIX”, en Omar Acha y Paula Halperín (comp.), *Cuerpos, géneros e identidades. Estudios de historia de género en Argentina*, Buenos Aires, Del Signo, 2000, pp. 31-59. De modo que la insistencia de las ponentes del Congreso Patriótico (y del Congreso Femenino que se menciona a continuación) en las tareas educativas, asistenciales y patrióticas, y en el fomento de las labores femeninas, estaba entretrejida con las políticas y las necesidades coyunturales de la nación en formación, y no era en absoluto un fenómeno aislado sino una forma integral de entender el rol de las mujeres argentinas en ese proceso. La antigüedad de la Sociedad de Beneficencia (fundada en 1823), por otro lado, le daba espesor histórico a ese rol.

²¹ A raíz de la ruptura dentro del Consejo Nacional de Mujeres, que desde sus inicios había encontrado un frágil equilibrio entre matronas por un lado y educacionistas y profesionales por el otro, en 1910 tuvieron lugar dos congresos femeninos, el Congreso Patriótico de Señoras, organizado por el CNM, y el Congreso Femenino Internacional, organizado por la Asociación Universitarias Argentinas. Sobre las diferencias entre las dos expresiones de feminismo que se pusieron en evidencia a partir de ese momento, Alejandra Vassallo, “Entre el conflicto y la negociación. Los feminismos argentinos en los inicios del Consejo Nacional de Mujeres 1900-1910”, en F. Gil Lozano, V.S. Pita, M.G. Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 2, Buenos Aires, Taurus, 2000, pp. 177-195. Sobre los dos congresos, Dora Barrancos, “Reivindicaciones femeninas en los Congresos del Centenario y los ecos en la prensa periódica”, *Inclusión/Exclusión. Historia con mujeres*, Buenos Aires, FCE, 2002, pp. 22-34, y la introducción a la reedición de las actas del Congreso Femenino, *Primer Congreso Femenino. Buenos Aires 1910. Historia, actas y trabajos*, Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba, 2008 [1911], pp. 7-19.

²² “Discurso de la Dra. Ernestina A. López”, en AA.VV., *Primer Congreso Femenino. Buenos Aires 1910. Historia, actas y trabajos*, op. cit., p. 55.

²³ *Ibidem*, p. 54.

Para las voceras de uno y otro congreso, “la mujer argentina” del presente era heredera de la patricia del pasado y tenía una misión patriótica clara, que entrañaba a su vez ciertos derechos: mejor educación, acceso a la actividad económica, potestad sobre el propio patrimonio y sobre la descendencia. Pero esos derechos derivaban de una concepción estrecha de su radio de acción: la casa y la influencia benéfica sobre los hombres, como diría Simmel un año más tarde. Después de todo, se preguntaba una de las ponentes del Congreso Femenino, “¿Qué sería del hombre en el desborde de sus libertades sin los dulces lazos de la mujer republicana que lo sujetan y retienen en las lindes razonables del deber? La bestia humana se reproduciría en cada hombre, produciendo estragos mil en todos los órdenes sociales”.²⁴

Este tipo de comentarios que insisten sobre el carácter suave, el altruismo, la devoción de la argentina al otro y su benéfica influencia para la república abundan en las crónicas de época y se reproducen anodinamente en revistas diversas a lo largo de todo el período que estudiamos: en 1911, el semanario popular ilustrado *La Semana Universal* afirma en un artículo sobre Teodelina Alvear de Lezica, presidenta del Patronato de la Infancia, que “No hay argentina que no pertenezca a alguna asociación benéfica, a alguna Junta de educación, a algún Patronato piadoso. El cuidado del enfermo, la enseñanza del niño, el amparo del menesteroso ocupan un lugar preferente en la vida de la mujer porteña”.²⁵ La misma letanía resuena en *Plus Ultra* en 1926: “No hay iniciativa altruista que no encuentre eco entre las mujeres argentinas, y no hay dolor humano que no sea mitigado por las manos femeninas con esa dulzura y esa suavidad propias del sexo, siempre dispuesto a demostrar que en cada mujer hay, ante todo, una madre”.²⁶

Esto abona la idea de que en las primeras décadas del siglo, y en especial durante el reverdecer patriótico del Centenario, la figura de la “madre republicana”²⁷ que tanto habían conjurado los hombres del XIX seguía vigente en el imaginario nacionalista. Por este motivo, la figura clásica de Cornelia, madre de los Gracos, aparecía esporádicamente en los discursos como condensación de las virtudes cívicas que se querían para la mujer argentina, al punto de convertirse en un lugar común, como demuestra el hecho de que la encuesta organizada por el primer número de la revista *Plus Ultra* en 1916, que continuó en tres números sucesivos, y que preguntaba a las lectoras con qué figura del pasado les gustaría identificarse, arrojara a Cornelia como una de las personalidades más elegidas.²⁸

²⁴ J. María Samamé, “La democracia y la personalidad política de la mujer”, *ibidem*, pp. 392-393.

²⁵ “La señora Da. Teodelina Alvear de Lezica”, *La Semana Universal*, año 1, n° 3, 18 de enero de 1912.

²⁶ “Damas de Beneficencia”, *Plus Ultra*, año 11, n° 122, junio de 1926.

²⁷ Tomo la categoría de Masiello que se basa a su vez en Linda Kerber, *Entre civilización y barbarie*, *op. cit.*, en especial primera parte, pp. 29-110; señalo además con Masiello que esta proposición no implicaba por necesidad una restricción del lugar de las mujeres sino, por el contrario, un reclamo de participación en los proyectos de nación.

²⁸ “Encuesta”, *Plus Ultra*, año 1, n° 1 a 4, marzo a junio de 1916. La figura de Cornelia aparecía también en otros discursos, véase por ejemplo Herminia Brumana, *Cartas a las mujeres argentinas* (1936), donde la

Al igual que en las ponencias presentadas en los congresos del Centenario, en los artículos de prensa de corte patriótico, en los números conmemorativos que se dedicaban periódicamente a las mujeres del país, en los discursos institucionales y en los textos educativos de revistas de tendencias diversas, la “mujer argentina” era esa madre,²⁹ de ascendencia patricia,³⁰ en general porteña, que por su educación y sus sentimientos patrióticos aseguraba el buen destino del proyecto nacional, dirigiendo desde su hogar a los hombres a su deber y extendiendo, en período de paz, esa misión a la beneficencia, la educación y la creación de objetos bellos.

Esa era a fin de cuentas la representación que circulaba de las mismas patricias argentinas, una creación historiográfica reciente usada para definir el rol de las mujeres en la gesta emancipatoria. Esa invención, en la que había estado especialmente involucrado el director del Museo Histórico Nacional, Adolfo P. Carranza, había sido eficaz en la divulgación de los nombres y las virtudes modélicas de las argentinas que habían apoyado, fuese financieramente, con sus hijos o con su trabajo de costura, la causa de la Independencia.³¹ El perfil canónico de las patricias había quedado establecido ya en 1901 con la publicación de la obra que Carranza les dedicara, *Patricias argentinas* (reproducida parcialmente en algunos artículos publicados en la prensa y reeditada en 1910),³² donde con la intención cada vez más clara, como señala Georgina Gluzman, de incluir a las mujeres en la historia patria, el autor había insistido, de hecho, en “la abnegación y virtudes de las matronas de nuestra sociedad a principios de siglo”.³³

maternidad se entendía como acción política de las mujeres y Cornelia como la referencia histórica en este aspecto. Citado por Marcela Nari, *Políticas de maternidad...*, *op. cit.*, p. 256. Vale destacar que la figura de Cornelia era también referente para las mujeres extranjeras, como señala Martha Banta en *Imaging American Women. Idea and Ideals in Cultural History*, Nueva York, Columbia University Press, 1987, al recuperar por ejemplo el retrato de una militante feminista posando junto a sus hijos como Cornelia, pp. 67-68.

²⁹ En uno de los tres poemas que Belisario Roldán dedicaba a “la mujer argentina” en el primer número de *Plus Ultra*, le cantaba: “Siempre llena de luz maternal / se irguió ante mis ojos, mujer, tu visión, / que mucho antes del día nupcial / eras ya una Madre para mi emoción... / Eres madre siempre... madre cuando esposa, / madre cuando hija, madre cuando hermana / cuando desdichada, cuando venturosa / cuando adolescente, cuando anciana ya, / y después de muerta ¡oh luz milagrosa! / sigues siendo madre desde el más allá”. De más está aclarar que la maternidad aparecía aquí como una condición inescapable de las mujeres del país y esto no era exclusivo del pensamiento conservador, como demuestra por ejemplo la misión del grupo feminista que constituía *Unión y Labor*, presentado como “órgano del progreso femenino y protección del niño”. Claro que los alcances de esa función se entendían de diversas maneras. Sobre esta revista, Paula Halperín, “Mi mamá me mimó. Mujeres, médicas y socialistas en *Unión y Labor*”, en Omar Acha y Paula Halperín (comp.), *Cuerpos, géneros e identidades*, *op. cit.*, pp. 63-104.

³⁰ Es interesante destacar que el origen patricio estaba en la primera y segunda década del siglo siendo revalorizado por los intelectuales, en moderada diferenciación del término “aristocracia”, ligado a un estilo de vida que comenzaba a ser visto como más licencioso. Tal cual indica Leandro Losada, por entonces “la noción de patricio se dilató” y comenzó a ser usada no sólo para estadistas o guerreros de la Independencia sino fundamentalmente en referencia a un “núcleo de selección en que perdura el alma y el tipo genuino y generador”, en palabras de C. Ibarguren, citado por Losada, *La alta sociedad en la Buenos Aires de la Belle Époque*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2008, p. 329.

³¹ Georgina Gluzman, “Imaginar la nación, ilustrar el futuro. *Ilustración Histórica Argentina e Ilustración Histórica* en la configuración de una visualidad para la Argentina”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*, Buenos Aires, Edhasa, 2013, pp. 47-73.

³² Adolfo P. Carranza, *Patricias argentinas*, Buenos Aires, Monqaut y Vásquez Millán, 1901. La obra fue reeditada en 1910 por la Sociedad Patricias Argentinas “Dios y Patria”.

³³ Nota de Carranza al director de *La Ilustración Sud-Americana*, año 8, n° 178, 28 de mayo de 1900, p. 146.

Matronas habían sido, exactamente, estas mujeres: “madres de familia, nobles y virtuosas”.³⁴ Las miniaturas reunidas por Carranza para ilustrar su obra³⁵ las representaban de rostro serio, empacadas, bien vestidas, dirigiendo ese tipo de mirada que puede ser leída como autoridad, y no descaro, porque es legitimada por la clase. Gluzman ha señalado que la prensa, al retomar el tópico, se permitió representarlas de forma más distendida, imaginando la escena de la donación de bienes como la de un momento de sociabilidad cortés. Y es cierto que esa es la escena que proponen *El Hogar*, *Myriam* y *PBT*: jóvenes bellas, vestidas a la moda neoclásica, otorgando sus joyas a los hombres o reunidas en un salón porteño para fomentar la virtud cívica.³⁶ Pero además de los textos de Carranza, tanto en la prensa de nuestro período como en muchos de los álbumes publicados durante el Centenario, también se recuperaron durante largo tiempo los retratos de las patricias que él había reunido y expuesto en el museo del que era director desde su fundación. Todavía en 1929, por ejemplo, en uno de esos números conmemorativos con que se recapitulaba de tanto en tanto el lugar de las mujeres en la historia nacional, *Caras y Caretas* reproducía una serie de grabados basados en los retratos del Museo Histórico que Carranza había usado para ilustrar su obra, tal como habían hecho antes *La Ilustración Sud-Americana* (mayo de 1900), *Ilustración Histórica Argentina* (distintos números en 1908 y 1909), *Unión y Labor* (mayo de 1910), *Para Ti* (noviembre de 1922, julio de 1929), *Plus Ultra* (junio de 1926), y la propia *Caras y Caretas* en otras varias ocasiones (Fig. 1 a y b).³⁷

Lo que esos números conmemorativos de “la mujer argentina” tendían a enfatizar era, en efecto, la alcurnia de estas mujeres, su alta posición social, de la que se derivaba su rol tutelar. Las matronas de Carranza, que la prensa mantuvo en la memoria durante décadas, eran estoicas, bien educadas, generosas, por lo general elegantes, y dechados de virtud doméstica.³⁸

³⁴ Tal la definición de “matrona” en el *Diccionario de la Real Academia Española* hasta la penúltima edición (2001). La edición actual solo conserva el sentido de “madre de familia”.

³⁵ Gluzman traza los pormenores de la preparación del libro de Carranza, la búsqueda de retratos y la intención general detrás de su relato, que buscaba incorporar a estas mujeres en un lugar específico de la historia nacional y dar relieve a su actuación pública.

³⁶ Véase por ejemplo “La Sociedad Patriótica”, *PBT*, año 7, n° 289, 11 de junio de 1910; “Crónicas del tiempo heroico”, *El Hogar*, año 7, n° 152, 15 de mayo de 1910; “Las patricias argentinas”, *El Hogar*, año 12, n° 294, 21 de mayo de 1915; Juan Cruz Ocampo, “Buenos Aires antiguo”, *Myriam*, año 1, n° 4, septiembre de 1915, p. 35, y otro artículo del mismo nombre y autor en *Myriam*, año 1, n° 5, octubre-noviembre de 1915, pp. 36-37.

³⁷ Véanse entre otros el número dedicado a “La mujer argentina”, *Caras y Caretas*, año 32, n° 1605, 6 de julio de 1929; “Tres generaciones de patricias”, *Caras y Caretas*, año 14, n° 712, 25 de mayo de 1912, p. 71; “Episodios olvidados de la mujer argentina”, *Caras y Caretas*, año 19, n° 977, 23 de junio de 1917, p. 47; “Patricias argentinas. Remedios de Escalada de San Martín”, año 19, n° 980, 14 de julio de 1917; “Cultura y distinción de las patricias”, *Caras y Caretas*, año 32, n° 1599, 25 de mayo de 1929; “La mujer en la Independencia”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 8, n° 178, 28 de mayo de 1900; *Ilustración Histórica Argentina*, año 1, n° 1, 1 de diciembre de 1908; año 2, n° 2, 1 de enero de 1909; año 2, n° 3, 1 de febrero de 1909; año 2, n° 4, 1 marzo de 1909; año 2, n° 5, 1 de abril de 1909; año 2, n° 7, 25 de mayo de 1909; año 2, n° 8, 1 de julio de 1909; año 2, n° 10, 1 de septiembre de 1909; año 2, n° 16, 1 de marzo de 1910; *Unión y Labor*, año 1, n° 8, 18 de mayo de 1910; “Damas patricias. María E. Escalada de Demaría”, *Para Ti*, año 1, n° 26, 7 de noviembre de 1922; Miguel Solá, “Las patricias argentinas”, *Plus Ultra*, año 11, n° 122, junio de 1926, “El patriotismo de la mujer argentina en la lucha por la independencia”, *Para Ti*, año 8, n° 374, 9 de julio de 1929.

³⁸ En *Unión y Labor* se señalaba, por ejemplo, que “La esposa del doctor Agrelo se hizo muy pronto amiga de la esposa de Moreno y juntas, durante las veladas nocturnas mientras sus consortes discutían acaloradamente

Muchas de ellas habían sido, se señalaba además, miembros fundadores de la Sociedad de Beneficencia, un dato que no solo contribuía a confundir la tarea patriótica, e incluso la actuación política, con la caridad (un concepto religioso), sino que establecía fuertes puntos de contacto entre aquellas mujeres de principios del siglo XIX y las contemporáneas que ejercían cargos en las principales instituciones femeninas,³⁹ y que aparecían también en las revistas en fotografías compuestas de acuerdo a criterios formales muy similares a los de los retratos reunidos por Carranza (como veremos en la segunda sección). En las primeras décadas del siglo XX estas mujeres seguían siendo, además, quienes se encargaban del otorgamiento de los premios a la virtud instituidos desde la creación de la Sociedad de Beneficencia en 1823, una celebración pública, costada por el Estado, durante la que se ponían de manifiesto, premiando a mujeres pobres, justamente las virtudes atribuidas a las señoras de alcurnia, quienes quedaban así representadas como guardianas de esas virtudes.⁴⁰

Otros puntos enfatizados como representativos de las argentinas en esos números conmemorativos eran la educación y las artes, al igual que el elogio de su belleza, “característica inconfundible de las mujeres porteñas”.⁴¹ Lejos quedaban en reconocimiento y grado de representatividad de lo argentino, aunque se los mencionara, los aportes a la ciencia, el deporte y la política *stricto sensu*, que se presentaban como conquistas recientes y novedosas de mujeres excepcionales. Al insistir una y otra vez sobre las mismas anécdotas y descripciones, los números conmemorativos y los artículos dedicados a mujeres argentinas armaban series estables de virtudes a imitar, y aunque también ponían de relieve los cambios que

un problema de economía política o una forma de gobierno, ellas cosían, bordaban, oyendo las lecturas de Montesquieu (...) o las teorías irrealizables de Rousseau”. “Isabel Calvimontes de Agrelo”, *Unión y Labor*, año 1, n° 8, 18 de mayo de 1910, p. 5.

³⁹ Aunque es preciso aclarar que en el cambio de siglo el asistencialismo comenzó a incorporar también a mujeres de otros sectores sociales, con agendas más progresistas que las de la beneficencia tradicional. Esta expansión de prácticas asistencialistas se vincula, por un lado, a que la beneficencia era uno de los pocos canales de participación política viables para las mujeres, y a que era necesario darles una llegada más amplia. Por otro lado, es importante no perder de vista el carácter reductivamente simbólico de la beneficencia como práctica distinguida. Véase Eduardo Ciafardo, “Las damas de beneficencia y la participación social de la mujer en la ciudad de Buenos Aires, 1880-1920”, *Anuario del IEHS*, vol. 5, Tandil, 1990, pp. 161-170. También Donna Guy, *Las mujeres y la construcción del Estado de Bienestar. Caridad y creación de derechos en Argentina*, Buenos Aires, Prometeo, 2011. Sobre la Sociedad de Beneficencia y su formulación de una noción de “feminidad argentina” cimentada en su trayectoria ininterrumpida desde principios del siglo XIX, Mead, “La mujer argentina’ y la política de ricos y pobres al fin del siglo XIX”, *op. cit.* Una lista de todo tipo de instituciones de beneficencia en un artículo de la periodista Adelia di Carlo para la revista feminista *Nuestra Causa*, “La mujer en Buenos Aires. Su obra de beneficencia y cultura”, año 2, n° 13, mayo de 1920, pp. 5-10. Para las mujeres anarquistas, por el contrario, la beneficencia era una forma de “apaciar las rebeliones que surgen del pueblo”. Véase “El insulto de los satisfechos”, *Nuestra Tribuna*, año 3, n° 31, 15 de junio de 1924.

⁴⁰ El significado social de estos premios ha sido muy bien estudiado por María Fernanda Lorenzo, Ana Lía Rey y Cecilia Tossounian, “Imágenes de mujeres virtuosas: moralidad, género y poder en la Argentina de entreguerras”, en Mirta Z. Lobato (ed.), *Cuando las mujeres reinaban. Belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX*, Buenos Aires, Biblos, 2005, pp. 19-43. Sobre la actuación de la Sociedad de Beneficencia en la definición de las virtudes de “la mujer argentina” véase también Mead, “La mujer argentina’ y la política de ricos y pobres al fin del siglo XIX”, *op. cit.* Sobre los premios a la virtud véase también Silvana Darré, que interpreta la premiación como una forma de señalar las distancias y jerarquías sociales, “La pedagogía de la virtud y el valor de la jerarquía”, *Maternidad y tecnologías de género*, Buenos Aires, Katz, 2013, pp. 29-52.

⁴¹ “Martina Céspedes obtuvo el grado de sargento mayor”, *Caras y Caretas*, año 32, n° 1605, 6 de julio de 1929.

caracterizaban la época moderna, tiraban líneas de apoyo hacia el pasado que pudiesen, con su inercia, trazar un sendero semejante hacia el futuro.

Estas filiaciones llegaban a adquirir, en algunos casos, una literalidad sin resto. La revista *Plus Ultra*, por ejemplo, publicó en su número conmemorativo de 1926 un artículo en el que se afirmaba que las jóvenes retratadas por Van Riel, el fotógrafo social de moda, “no van solas por la vida. Las acompaña el pasado, sobreviviendo en ellas, que descienden de las damas patricias, aquellas que vieron levantarse un nuevo sol mientras sus corazones se iluminaban con la dulce promesa de los destinos de América”. En un deslizamiento de lo particular a lo general, el artículo identificaba a estas mujeres, que presentaba como “la rosa de la aristocracia, distinta de las otras rosas del jardín”, como expresión del “alma argentina”, y celebraba su capacidad para representar “lo actual” “sin atenuar la sensibilidad y maneras de la estirpe”.⁴² En artículos como estos, clase y argentinidad se plegaban una sobre la otra, alrededor de una figura femenina, como si fueran una y la misma.

Sin embargo, esta representación del tipo “mujer argentina” no permaneció incontestada en las revistas. En efecto, si hay algo elocuente en la prensa es la fortuna errática y dispersa de esas representaciones de la feminidad nacional. Por un lado, recordemos que las primeras décadas del siglo marcaron el momento de intensificación de la lucha feminista en Argentina y la aparición de nuevos órganos de prensa de tendencias diversas en los que —si bien el tipo nacional en sí no formaba parte de las preocupaciones— el centro de los discursos era la misión de las mujeres del país, sus derechos y sus deberes. Esto generó por añadidura una serie de representaciones sobre las mujeres argentinas que no siempre coincidían, o no del todo, con la de “la mujer argentina” que hemos perfilado hasta aquí. Un artículo en la revista feminista *Nuestra Causa*, por ejemplo, revisaba el culto a las patricias a la luz de sus inexistentes derechos políticos y admitía los límites de su aporte al preguntarse: “Grande (...) fue la actuación de nuestras admirables Patricias. Mas ¿quién sabría decirnos qué prodigios registraría la historia, si ellas hubieran dirigido personalmente la acción política?”. Y lo mismo con Cornelia: “¿Cuál no hubiera sido su influencia regeneradora, si al existir entonces el feminismo, esa admirable madre hubiese ocupado ella misma el puesto de los Gracos?”.⁴³ El ejemplo virtuoso de las mujeres del pasado se señalaba aquí, entonces, como incompleto para definir la misión futura de las mujeres del país.

Por otro lado, aunque como hemos visto las patricias ocupan, sin duda, un lugar específico en la narrativa histórica nacional, y algunas revistas recordaron a lo largo de los años

⁴² Martín de Cleves, “Descendientes de damas patricias”, *Plus Ultra*, año 11, n° 122, junio de 1926. Los álbumes del Centenario, por ejemplo, establecían continuidades equivalentes al retratar a las patricias en puestas en página muy similares a las de las mujeres de la alta sociedad de 1910.

⁴³ Adelphe, “Misión social de la mujer. Carta abierta a la señora Pastora González de Lascano”, *Nuestra Causa*, año 2, n° 18, octubre de 1920, pp. 130-132.

las mismas anécdotas que las tenían como protagonistas, sus acciones fueron también objeto de apropiaciones algo más impiadosas. La publicidad de una joyería aparecida en el semanario popular *PBT* retomaba, por ejemplo, el episodio central de la donación de joyas y lo convertía en excusa para el consumo, construido como un instinto femenino natural: a su pregunta sobre el modo en que se había financiado la guerra de la Independencia, una maestra recibía de una alumna “adelantada” la respuesta de que había sido “con las alhajas que donaron las damas argentinas, lo que demuestra que para salir de apuros no hay como las joyas, y en *La Esmeralda* (...) se consiguen todas las alhajas a mitad de precio”.⁴⁴ En otro caso en el semanario *La Vida Moderna*, un artículo satírico a propósito de los festejos del Centenario se centraba en la “desgracia” de un padre de familia cuya mujer e hijas “han sentido el patriotismo de una manera intensa”, “poniéndolo todo en revolución”. El patriotismo llevaba aquí a la ruina del padre de familia, quien relataba a un amigo los gastos disparatados en trajes y modistas que la participación en los festejos patrios había significado para la economía familiar.⁴⁵

Esta aproximación menos reverencial al patriotismo se enlazaba, de hecho, con una representación de las mujeres argentinas como criaturas frívolas con pocos intereses más allá del consumo, la moda, la exhibición social y los *flirts*.⁴⁶ Representadas como esclavas de una “cultura femenina” centrada en el consumo, casi definida como “naturaleza” y por eso mismo poco virtuosa, las mujeres argentinas daban letra a la crítica de la cultura materialista y filistea que desarrollaban los intelectuales en el entresiglo y que se derramaba, desde allí, también a los discursos periodísticos.⁴⁷ Porque justo es recordar que en las crónicas sociales, las novelas por entregas y varias viñetas humorísticas, las mujeres argentinas también podían ser esa otra representación social que amenazaba, a caballo de la modernidad, con arrasar con los valores tradicionales; un fenómeno que se acentuó ya entrado el siglo, en especial en la década del veinte. Se establecía de este modo una de las principales paradojas que atraviesan las representaciones de mujeres argentinas en la prensa: la idea de que las argentinas de clase alta —identificadas como representativas de las argentinas en general— eran tanto una reserva de tradición y un modelo a seguir cuanto una disrupción precisamente porque daban cuerpo a una

⁴⁴ Publicidad de joyería *La Esmeralda*, *PBT*, año 7, n° 286, 14 de mayo de 1910.

⁴⁵ “Mirando pasar. Modas para el Centenario”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 159, 27 de abril de 1910, p. 14.

⁴⁶ Leandro Losada identifica esta representación de “la mujer argentina” que insiste sobre la frivolidad como propia de las jóvenes solteras, y reserva para las casadas la representación más virtuosa. Si bien coincido en que las matronas no fueron representadas como frívolas, las revistas muestran que cierto grado de frivolidad se consideró una característica representativa de las argentinas en general (de todas las clases sociales) y, como sostengo más adelante, en especial de la porteña, fuese soltera o casada. Losada, *La alta sociedad en la Buenos Aires de la Belle Époque*, *op. cit.*, pp. 141-143.

⁴⁷ Oscar Terán, “El pensamiento finisecular (1880-1916)”, en Mirta Z. Lobato (dir. de tomo.), *Nueva historia argentina*, tomo 5, *El progreso, la modernización y sus límites*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000, pp. 329-363.

modernidad que *también* aparecía como deseable en términos de progreso civilizatorio, más allá de los temores que el nacionalismo cultural pudiera expresar al respecto.⁴⁸

En efecto, las representaciones dejaban bastante en claro que la principal amenaza a una cultura nacional no provenía de elementos externos sino de la misma clase patricia o, en muchos otros casos, de mujeres de menos fortuna afanadas en imitarla.⁴⁹ Estas representaciones menos complacientes de las argentinas abarcaban desde críticas a las prácticas de apariencia loables y patrióticas pero en verdad poco eficaces y vanidosas que caracterizaban a las mujeres de alcurnia —como la propia beneficencia *pour la galerie*—⁵⁰ hasta condenas de las costumbres aculturizantes de las nuevas generaciones —posibilitadas por la bonanza económica del cambio de siglo— encarnadas por ejemplo en la “porteña au dernier cri” satirizada en el semanario *Iris*, que “se hace vestir con una francesa, hace guiar su automóvil con un africano, se hace pulir las uñas con un japonés y termina casándose con un conde tronado ruso o italiano”, es decir, como muestran las ilustraciones, se convierte en un producto inespecíficamente cosmopolita que da la espalda a los valores de la cultura tradicional local y, peor todavía, disuelve con sus nuevas prácticas las fronteras de clase, a tal punto que en un cabaret, según informa el cronista de otro artículo que aparece reproducido junto a la porteña *dernier cri*, es posible encontrar “muchachas vestidas ni más ni menos que nuestras virtuosas niñas de cualquier baile de sociedad... media espalda desnuda y el resto del cuerpo por desnudarse”.⁵¹ Las representaciones de esta tipología, desde luego, no guardan formalmente ninguna relación con la de las patricias.

No es casual que sea específicamente la porteña a quien se representa con mayor saña entre los defensores de las buenas costumbres; sobre ella recaen, después de todo, dos requisitos irreconciliables: representar la modernidad de la nación (es decir, su adaptabilidad al cambio) y, a la vez, las raíces culturales inmutables que destinan a esa misma nación a la grandeza.⁵² Esta doble exigencia es muy clara en las revistas ilustradas, que en múltiples

⁴⁸ Jean H. Delaney y Jeane Delaney, “Imagining *el ser argentino*. Cultural nationalism and Romantic concepts of nationhood in early twentieth-century Argentina”, *Journal of Latin American Studies*, vol. 34, n° 3, Cambridge, agosto de 2002, pp. 625-658. Aunque no utiliza la categoría de “nacionalismo cultural”, véase también al respecto de la tensión modernidad-nacionalismo los comentarios de Devoto en *Nacionalismo, fascismo y tradicionalismo*, *op. cit.*, *passim*.

⁴⁹ Como discutimos en el capítulo anterior, la frivolidad fue un aspecto representado a la vez como parte de la naturaleza femenina (y por ello de mujeres de todas las clases) y como inclinación peligrosa, pero se juzgó más duramente cuando se la identificó en los sectores populares. Véase cap. 1, nota 199.

⁵⁰ Por ejemplo, las críticas a la “epidemia” de comisiones de damas dedicadas a organizar eventos de beneficencia que recaudaban fondos para destinos inciertos o utilizaban esas actividades como vitrinas de exposición social y poco más, en *Iris*, año 1, n° 45, 14 de enero de 1921. Leandro Losada observa una actitud similar en la prensa popular del cambio de siglo, en *La alta sociedad en la Buenos Aires de la Belle Époque*, *op. cit.*, pp. 298-304.

⁵¹ “La porteña au dernier cri” y J. Luque Lobos, “En el cabaret”, artículos adyacentes en *Iris*, año 1, n° 52, 25 de febrero de 1921.

⁵² Véase también en este sentido Tossounian, *The Body Beautiful and the Beauty of Nation: Representing Gender and Modernity (Buenos Aires 1918-1939)*, *op. cit.*

ilustraciones y retratos proponen a las porteñas como epítome de las virtudes y los refinamientos de “la mujer argentina” y, al mismo tiempo, como síntoma de las peores degeneraciones que aguardan al país si se pierden de vista las costumbres de antaño, como en el caso de las estereotipadas mujeres “aristocráticas” que aparecen en las ficciones semanales.⁵³ En efecto, son las porteñas de clase alta, y no las criollas de campo (de las que me ocuparé más adelante) quienes aparecen representadas en esa encrucijada, un dato que obedece quizás a la idea de que la capital ejercía influencias más contradictorias sobre sus habitantes que las provincias, representadas por lo general como territorios con menores dilemas culturales que el gran puerto de Buenos Aires, pero también, y sobre todo, como menos permeables a una modernidad que aparecía, a pesar de sus excesos, deseable como característica de la nación en ciernes.

La identificación de la porteña como tipo representativo aunque paradójico de “la mujer argentina” obedece, en este sentido, a las expectativas depositadas sobre la propia capital de la nación, a la que se quiere a la vez moderna, culturalmente pujante, pero orgullosa de sus propias tradiciones (que, por otra parte, habían comenzado a ser revalorizadas hacia el Centenario). La celebración de la porteña de clase alta en los años veinte es, por ello, una culminación compleja de la deriva centenaria del tipo “mujer argentina”. Ella condensa en una misma unidad de tiempo los matices que se habían incorporado a la primera representación de “la mujer argentina” como patricia virtuosa: su cuna sigue proporcionándole un lugar preferencial y proponiéndola como referente y guardiana de un tesoro cultural arraigado en el pasado; sus prácticas presentes, sin embargo, a la vez la confirman como moderna y conspiran contra esa representatividad, establecen una paradoja entre el carácter supuestamente modélico y autóctono de las mujeres de clase alta y su cosmopolitismo desatado, indescifrable, y aun así deseable.⁵⁴

Ya casi a fines del período que estudiamos, en un artículo aparecido en el número aniversario de *El Hogar* por sus veinticinco años de vida, el periodista Carlos Alberto Leumann, quien se convertiría poco más tarde en director del *Almanaque de la Mujer*, se refiere a este tironeo entre virtud tradicional y frivolidad moderna que, según la prensa, caracteriza a las porteñas. Interesado en definir el tipo de “mujer argentina”, Leumann rechaza tanto “el énfasis colonial y la galantería huera” que le atribuyen invariablemente “la misma fisonomía de ‘respetable matrona’ o de ‘niña encanto de su hogar’ o ‘dechado de virtud’” como el “disfraz de frivolidad” con el que la porteña, según el articulista, habría aprendido a cubrir su íntima

⁵³ Por ejemplo la niña bien que experimenta con opio en “Una pecadora”, de Tristán Aguirre, en *La Novela Semanal*, año 3, n° 105, 17 de noviembre de 1919, o la “matrona” viuda adicta al juego en *Las timberas. Bajos fondos de la aristocracia* (1927-1928), de Juan José de Soiza Reilly, entre otras.

⁵⁴ Aunque no deseable por todos los comentaristas sociales por igual. Masiello analiza, por ejemplo, distintos artículos de la revista *Inicial* en los que lo femenino se identifica con la inestabilidad acarreada por la modernización, mientras que la masculinidad aparece realzada como reserva de virtud y patriotismo. Ver *Entre civilización y barbarie, op. cit.*, pp. 190 y ss.

originalidad, aquello que permitiría hablar de “un nuevo tipo de mujer”.⁵⁵ La operación es triple: primero, condensa en la porteña de clase alta toda la feminidad argentina; segundo, la redime de la sospecha de frivolidad que, para los años veinte, y en gran parte gracias al aporte de la prensa, acosaba su imagen irremediadamente; por último, aliviana los atavismos sin desmerecer su importancia. Sin embargo, el tipo de mujer que Leumann se esfuerza en delinear en este artículo no tiene —como no lo tendría tampoco en los que dedicaría a las bellezas porteñas en el *Almanaque*—,⁵⁶ un perfil claro más allá de su clase y una superficial celebración de su belleza. Esto es síntoma de la dificultad para definir un tipo ante una población como la argentina de esos años, de rasgos visiblemente diversos, aun cuando fuera necesario, a los fines de sostener la ficción de una nación con un perfil cultural propio,⁵⁷ convocar a ese tipo como unidad ordenadora de esa creciente diversidad.⁵⁸

Por otro lado, aunque, como hemos visto, algunas publicaciones femeninas se hicieron eco de estas identificaciones entre la clase social y las virtudes femeninas deseables para “la mujer argentina”, es justo señalar que ya desde el siglo XIX la propia producción escrita de algunas mujeres se ocupaba de desplazar y subvertir los lugares comunes de esa identificación, y sobre todo proponía nuevas maneras de entender el lugar de las mujeres en la cultura argentina.⁵⁹ Con todo, la prensa ilustrada de la segunda y tercera décadas del siglo no se dio por vencida. Son numerosos los artículos que dan por sentado la existencia de un tipo, y hablan

⁵⁵ Carlos Alberto Leumann, “La mujer argentina a través de la literatura. En América ha nacido un tipo nuevo de mujer. Existe desde la época del coloniaje”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928, pp. 25, 183.

⁵⁶ Las dos ediciones del *Almanaque de la Mujer*, de 1929 y 1930, reprodujeron unas extensísimas notas gráficas en las que se incluían retratos fotográficos de mujeres de la alta sociedad. El primer año, el artículo estuvo precedido por un texto titulado “La belleza de la mujer porteña durante medio siglo”. Allí se hacía referencia a las bellezas del pasado, de las que “se desprendía un prestigio que fluctuaba sobre la ciudad”. Se afirmaba además que, al ser comparadas con las del presente, dan la idea de que “prevalece la noción de una hermosura victoriosa a través de los tiempos, y que en algunas familias ha cristalizado, transmitiéndose de madres a hijas hasta nuestros días”, aun cuando, según admitía el artículo, en las porteñas del presente se adivinaba una mayor indiferencia e ironía en la mirada. El segundo año, “La belleza de la mujer porteña” confirmaba que los artículos buscaban mostrar “imágenes expresivas de una hermosura típicamente argentina”. En los dos artículos se producía la misma identificación entre clase y argentinidad que hemos venido señalando, y del mismo modo se enfatizaban las continuidades pasado-presente y se sugería que las contemporáneas habían perdido modestia y ganado en frivolidad.

⁵⁷ En el sentido de que si la Argentina no podía definirse como una nación fundada sobre un origen histórico común, y los alcances de la ciudadanía eran aún limitados, la cultura se volvía uno de los mecanismos principales de creación de identidad nacional. Nira Yuval-Davis, *Gender & Nation*, Londres, Sage, 2000 [1997].

⁵⁸ Tomo esta idea de Martha Banta, *Imaging American Women*, *op. cit.*, *passim*.

⁵⁹ Quizás el caso paradigmático aquí sea el de Alfonsina Storni y su trabajo de erosión y parodia de los tipos femeninos en los artículos que publicó en la prensa (sobre todo en *La Nota* a partir de 1919). Véase Tania Diz, *Alfonsina periodista. Ironía y sexualidad en la prensa argentina (1915-1925)*, Buenos Aires, Libros del Rojas, 2006. Por otro lado, a principios del siglo XX, dentro de la propia alta burguesía emergieron voces de mujeres que complejizaban —sin negar— la relación entre clase, mujeres y argentinidad, como en el caso de Victoria Ocampo, para quien el aporte femenino a una cultura propia debía situarse no en la belleza —o no solo en la belleza— sino, como ella misma pondría en práctica, en la producción cultural propiamente dicha, aun cuando, en sus palabras “en aquellos años, la actitud de ‘la sociedad’ argentina frente a una mujer escritora no era precisamente indulgente”. En *Autobiografía III. La rama de Salzburgo*, Buenos Aires, Sur, 1988 [1981], p. 105. Sobre estas operaciones de refundación del vínculo mujeres-cultura nacional por parte de escritoras de principios de siglo, Masiello, *op. cit.*, tercera parte. Aun así, la reflexión sobre el tipo femenino específicamente argentino no fue central para estas operaciones.

con certidumbre, sin detenerse a definir en qué consiste, de la representatividad de las mujeres de la alta burguesía. En la siguiente sección me detendré específicamente en los retratos fotográficos de estas mujeres que aparecieron en casi todas las revistas ilustradas del período, con el objetivo de analizar mediante qué estrategias funcionaron en la prensa como tipos y qué implicancias tuvo ese funcionamiento para la definición del lugar de las mujeres en la nación que se formaba.

2. La definición del tipo “mujer argentina” en las secciones de retratos de “bellezas argentinas”

2.1 Clase y clasicismo en la definición visual de un tipo femenino para la Argentina

Uno de los sitios de la prensa ilustrada del período en que el tipo encontró mayor coherencia y énfasis fueron las secciones de retratos fotográficos de mujeres de la alta burguesía. Sin embargo, a pesar de la intensa frecuencia con que aparecen en la prensa, estos retratos no han concitado la atención, en el ámbito local, ni de los historiadores de la fotografía ni de los de la edición.⁶⁰ Pareciera que su pertenencia primera al terreno de la fotografía “comercial”, o bien al “arte fotográfico”, ha desactivado el interés de analizarlos como una expresión entre otras de la idea de que Argentina contaba, como otras naciones que estaban delineando sus perfiles culturales, con un tipo femenino representativo del país.⁶¹

¿Cuáles eran los antecedentes de estos retratos? La fotografía había desembarcado en Argentina a mediados del siglo XIX, y con ella se había inaugurado la moda de hacerse retratar al daguerrotipo en un primer momento, y luego en formato de *carte de visite*, de manera que el

⁶⁰ Sara Facio le dedica un brevísimo capítulo a los retratos sociales en su obra *La fotografía en la Argentina desde 1840 a nuestros días*, Buenos Aires, La Azotea, 1995. La muy ilustrada obra editada por el diario *Clarín*, *La fotografía en la historia argentina*, Buenos Aires, Arte Gráfico Editorial Argentino, 2005, apenas si reproduce alguno de ellos. En *Fotografía en la Argentina 1840-2010* (Buenos Aires, Fundación Alfonso y Luz Castillo, 2011) Valeria González, aunque no aborda específicamente estos retratos de señoritas, vincula el consumo finisecular de retratos de personalidades destacadas con las ideas del fotógrafo norteamericano Marcus Aurelius Root, para quien el retrato debía garantizar la cohesión de la familia burguesa y educar moralmente, dos exigencias que creo aún más ajustadas a los retratos que analizaré a continuación que a los que ella menciona, de personalidades públicas. Andrea Cuarterolo analiza los elementos con función prestigiante que se utilizaron comúnmente en los retratos fotográficos de la burguesía porteña, pero no se ocupa específicamente de los retratos de señoritas, en “El retrato fotográfico en la Buenos Aires decimonónica. La burguesía se representa a sí misma”, *Varia Historia*, vol. 33, n° 35, Minas Gerais, enero-junio de 2006, pp. 39-53. Por su parte, la tesis doctoral de Verónica Tell dimensiona el papel del género retratístico en los comienzos de la fotografía en Argentina, pero tampoco se detiene específicamente en las funciones de los de señoritas reproducidos en la prensa. En *La fotografía en la construcción de relatos de la modernización argentina (1871-1898)*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2009 (esta tesis acaba de ser publicada como *El lado visible. Fotografía y progreso en la Argentina a fines del siglo XIX*, San Martín, Unsam Edita, 2017).

⁶¹ La construcción de tipos femeninos nacionales es un fenómeno de larga data, que se confunde por momentos con la utilización de alegorías para simbolizar un pueblo o territorio. Con la estabilización de algunas fronteras nacionales y la independización de los países americanos a principios del siglo XIX, pero arrastrándose hasta el siglo XX, la definición de tipos como la china poblana, la tapada limeña, la chola boliviana o la huasa chilena fue una de las estrategias con las que los flamantes Estados buscaron construir la conciencia de una cultura propia. Aunque el caso de estos retratos es bien diferente, creo que hay lugar para entenderlos en relación con estos parámetros.

retrato pudiera ser intercambiado con los conocidos, colgado en el salón de la casa o pasar a formar parte del álbum familiar. Aunque la nueva técnica amplió las posibilidades de que cualquier persona se hiciera retratar, su consolidación se debió en gran medida a las familias de la alta y mediana burguesía, que fueron la primera y más asidua clientela de los estudios fotográficos que se instalaron en la ciudad.⁶² Por esta razón, como ha señalado Verónica Tell, a fines del siglo XIX, el retrato fotográfico ya formaba parte de los usos y costumbres de toda familia burguesa que se preciara de tal.⁶³ Deborah Poole ha sugerido, además, que la inusitada expansión mundial de las *cartes de visite* significó la conformación de un sentimiento de comunidad y de valores compartidos entre las burguesías occidentales, que a través de la estandarización de las poses y composiciones características de ese nuevo formato impusieron la diseminación de criterios de valor estéticos y morales, cumpliendo la “función civilizatoria” que Adolphe Disdéri, inventor de la *carte de visite*, había vislumbrado para la fotografía.⁶⁴

En efecto, por la época en que la generalización de la moda de hacerse retratar se naturalizaba en las costumbres burguesas, la prensa comenzó a incorporar en sus páginas reproducciones fotomecánicas de esos retratos fotográficos concebidos en un primer momento para un uso privado o como parte de los ritos de una sociabilidad en todo caso reducida a la propia clase social. Posibilitada por la invención de la trama en los años ochenta del siglo XIX, que habilitaba la traducción en un cliché de los medios tonos de una fotografía, y luego de décadas de experimentación técnica, la definitiva incorporación de la fotografía a la producción de impresos volvió a su vez susceptible de reproducción mecánica a cualquier tipo de imagen, que solo tenía que ser fotografiada para poder ser impresa junto a un texto. Esta disponibilidad técnica explica que la prensa vernácula comenzara a reproducir en sus páginas todo tipo de imágenes, entre ellas retratos fotográficos.

Ahora bien, en el caso de retratos de personalidades destacadas, no cabe duda de que, aunque hubiesen sido concebidos para un uso diferente al de la reproducción mecánica, la utilización de esta para su difusión resultaba natural y se inscribía dentro de la tradición de divulgación por medio de estampas (en general litográficas) del retrato del héroe o de

⁶² Según los datos recogidos por Juan Gómez en el Censo nacional de 1895, para esa fecha había en la Capital Federal 234 fotógrafos. *La fotografía en la Argentina, su historia y evolución en el siglo XIX, 1840-1899*, Buenos Aires, Abadía, 1986. La homogénea procedencia de clase de la clientela de esos fotógrafos es recogida por Luis Priamo, “Fotografía y vida privada (1870-1930)”, en Marta Madero y Fernando Devoto (dir.), *Historia de la vida privada en Argentina*, tomo 2, *La Argentina plural: 1870-1930*, Buenos Aires, Taurus, 1999, pp. 275-299.

⁶³ Tell, *op. cit.*, capítulo 5; Domingo F. Sarmiento, por ejemplo, escribía a su hermana Bienvenida en una carta fechada el 21 de mayo de 1888: “Recibí tu fotografía y ella me ha dicho más bien de ti que una larga carta. Me ha dado mucho gusto verte aunque sea en imagen”. Citado en Alejandra Niedermaier, *La mujer y la fotografía. Una imagen espejada de construcción y autoconstrucción de la historia*, Buenos Aires, Leviatán, 2008, pp. 135-136.

⁶⁴ Deborah Poole, “Equivalent images”, *Vision, Race, and Modernity. A Visual Economy of the Andean Visual World*, Princeton, Princeton University Press, 1997, pp. 107-141.

personalidades importantes de la historia y la actualidad nacional.⁶⁵ La utilización de retratos para dar a conocer al autor de un escrito literario o periodístico era también una práctica frecuente, por ejemplo en los frontispicios de los libros.

Sin embargo, en el cambio de siglo otro tipo de retratos, ajenos en principio a razones de carácter público, comenzaron a ser reproducidos cada vez con mayor autonomía e importancia en las páginas de las revistas ilustradas. Me refiero a los retratos de mujeres de la alta sociedad salidos de los principales estudios fotográficos activos por aquellos años, diferentes de las fotografías que ilustraban las crónicas sociales, consolidadas estas últimas como secciones autónomas de los grandes diarios porteños hacia 1900.⁶⁶ Estos retratos, que por la misma fecha hicieron su tímida aparición en Buenos Aires en revistas ilustradas de gran formato como *La Ilustración Sud-Americana*, pronto se convirtieron en secciones verdaderamente estables y autónomas (con respecto a cualquier otro contenido) en publicaciones de menor formato y mayor tirada, hasta penetrar virtualmente en casi todas las revistas ilustradas, desde la barrial *Lux* (Fig. 2) hasta semanarios baratos como *Tit-Bits* o *La Vida Moderna* (Fig. 3); revistas caras como *Columbia*, *Plus Ultra*, *Myriam* (Fig. 4); literarias como *Letras Argentinas*; femeninas como *La Mujer y la Casa* y *Femenil* (Fig. 5), entre otras. El caso no es en absoluto extraordinario ni exclusivo de Buenos Aires: existen secciones de fotografías de debutantes, formalmente similares, en revistas francesas como *Femina*, norteamericanas como *Ladies' Home Journal*, y referencias de casos parecidos en publicaciones sudamericanas como las ecuatorianas *Flora* y *Claridad*, las brasileras *A Alvorada* y *Careta* o la española *La Esfera*, por mencionar solo algunas.

En cualquier caso, no deja de llamar la atención el hecho de que, más allá de sus ilustres apellidos, que por sí solos las ubicaban en un lugar preeminente, y de su celebrada belleza, las mujeres retratadas en estas imágenes carecían de cualquier otro tipo de atributo que las volviera un tema en sí mismo digno de figurar en las páginas de una revista. No eran reconocidas escritoras, ni personalidades de la beneficencia, ni artistas plásticas, ni aviadoras, ni primeras damas, ni reinas, ni médicas, ni actrices, ni cantantes, perfiles de los que se ocupaban otro tipo de secciones de esas mismas revistas. Con todo, en las secciones fotográficas aparecen retratadas a página completa, en solitario o a lo sumo compartiendo el espacio de la página con algunas pares, enmarcadas en importantes orlas, recuadros y medallones, con sus nombres rigurosamente destacados en un pie de foto, la mención del fotógrafo o del estudio a cuya autoría se debe la placa reproducida y, en una buena cantidad de ocasiones, impresas sobre un papel ilustración de mayor gramaje que el resto de la publicación. Es llamativo que en distintas

⁶⁵ Bonifacio Del Carril, "El grabado y la litografía", en AA.VV., *Historia general del arte en la Argentina*, Buenos Aires, Academia Nacional de Bellas Artes, 1984, tomo 3, pp. 355-399. Algunos apuntes sobre la importancia de la reproducción mecánica de retratos de héroes de la Independencia en Laura Malosetti Costa, "¿Verdad o belleza? Pintura, fotografía, memoria, historia", *Crítica Cultural*, año 4, n° 2, Florianópolis, diciembre de 2009, pp. 111-123.

⁶⁶ Leandro Losada, *La alta sociedad en la Buenos Aires de la Belle Époque*, *op. cit.*, p. 288 y ss.

revistas, y con diferencia de varios años, sea frecuente la introducción de estos retratos bajo el título “Siluetas femeninas”, “Siluetas aristocráticas”, “Nuestro gran mundo”, “Del gran mundo porteño”, “Damas de nuestra sociedad distinguida” y, sobre todo, “Bellezas argentinas”, lo que prepara al espectador a entenderlas como un tipo representativo del país (Fig. 6).

Muy distintas de las fotografías que tomaban de improviso a distintas mujeres en las crónicas sociales, con ropa de calle o *toilettes* adecuadas a distintos eventos, en los retratos que mencionamos llama la atención la tendencia a repetir el cuidado de las poses, la dirección de las miradas (en muchos casos negadas), la expresión del rostro (pocas veces sonriente), la gestualidad de las manos, la homogeneidad de la indumentaria (por lo general blanca), la presencia frecuente de gasas y velos enmarcando el busto, la difuminación de los contornos, la suavidad aterciopelada de las pieles, la prolijidad y sofisticación de los peinados, los tocados, los encuadres (rara vez son retratos de cuerpo entero), la ausencia de referentes espaciales —borrados mediante la utilización de fondos neutros y bordes difusos y esfumados— y, como resultado de estas operaciones, propias de la fotografía artística, el señalamiento de que se trata de mujeres poseedoras de una gracia particular, que amerita justamente un tratamiento artístico. Colaboran en esta percepción las estrategias textuales y de puesta en página antes señaladas, y que en un nivel formal operan homogeneizando y prestigiando a las mujeres retratadas: orlas y recuadros a color, que en ocasiones remiten a la ornamentación clásica (y que muchas veces se repiten de un retrato a otro, al igual que las poses, estableciendo un marco común de inteligibilidad para estas imágenes), juegos tipográficos en los epígrafes, impresión sobre papel ilustración (que establece una distinción material con respecto al resto de los contenidos), títulos que contienen epítetos elogiosos. “Las formas tienen efectos de sentido”, recuerda Donald McKenzie en un escrito fundacional de la sociología de los textos.⁶⁷ Estas secciones se ofrecen como excelentes pruebas de esa premisa (Fig. 7 a y b).

La uniformidad estilística de estas imágenes, muy notable al convocarlas formando una única serie (Fig. 8 a-e), tiene sin duda relación con el hecho de que, a pesar de que había una gran cantidad de fotógrafos en ejercicio en el cambio de siglo, los estudios mencionados como autores de las placas reproducidas son muy pocos: Witcomb, Van Riel, Wilenski.⁶⁸ Y aunque

⁶⁷ Donald McKenzie, *La Bibliographie et la Sociologie des textes*, París, Cercle de la Librairie, 1991, p. 38 y ss. Conviene recordar también aquí los análisis de Louis Marin a propósito de los mecanismos de institución del poder que se articulan en los dispositivos de representación, especialmente de retratos. Véase *Le Portrait du roi*, París, Éditions de Minuit, 1981.

⁶⁸ Hay en ocasiones otras firmas, pero no son tan representativas. La primera casa fue fundada por el inglés Alejandro Witcomb junto con Mackern en 1878, sobre la base del estudio abierto por Christiano Junior en 1868. En 1905, al morir Witcomb, sus hijos se asociaron con Rosendo Martínez para formar la casa “A. Witcomb y Cía.”, que continuó la tradición retratística del padre y comenzó además a exponer en sus salones algunas obras de arte. Como recogen algunas citas volcadas más adelante, Witcomb fue el estudio fotográfico más solicitado por la *high life* entre fines del XIX y principios del XX, hasta que Frans Van Riel abrió el suyo en 1913 y comenzó a acaparar buena parte de la clientela. Van Riel inició en 1918 la publicación de la revista

podría explicarse esta recurrencia haciendo referencia a criterios editoriales compartidos entre una revista y otra, es lícito también concluir que aquellos pocos estudios eran, de hecho, los preferidos por los sectores sociales más pudientes a la hora de hacerse retratar. De modo que las características que hemos visto repetirse podrían explicarse como marcas estilísticas compartidas por los pocos estudios de los que salían las placas; marcas estilísticas prestigiosas (y prestigiantes) y por ello perseguidas por la clientela altoburguesa que requería los servicios de esos estudios fotográficos.

Más aún, la repetición de los rasgos compositivos, de las indumentarias de acento clásico, de los fondos neutros y de las poses se explica por la existencia de un verdadero protocolo seguido por los fotógrafos a la hora de la toma (Fig. 9 a-d). Este protocolo, es posible asumir, apuntaba a inscribir cada retrato en los cánones de una “iconografía de la distinción” que, si hacia 1915 debía parte de sus códigos a la fotografía de moda y ya en los años veinte a la del *star system*, sabía en qué punto exacto distanciarse de ellas para convertirse en otra cosa muy distinta: la representación del tipo social de la mujer distinguida y ejemplar, a la vez elegante y decorosa, cuya procedencia de clase la imponía como modelo a seguir.⁶⁹

Las diferencias son una cuestión de grado: resultan estrechas, por ejemplo, las relaciones formales de los retratos de estas debutantes con aquellos que presentaban a actrices estadounidenses, aunque estas últimas aparecen en actitudes que, si se repiten en las mujeres distinguidas, traspasan con mayor frecuencia el umbral del pudor y la modestia: sonríen sin reserva, exageran la intensidad de la mirada, tiran la cabeza hacia atrás ostensiblemente y, sobre todo, aparecen maquilladas con colores que (incluso en fotografías en blanco y negro) parecen mucho más intensos y atrevidos (Fig. 10 a y b). En los retratos de bellezas argentinas, en cambio, la clave es la moderación: en la mirada, la pose, los accesorios, justamente para distanciarse, como reconoce el propio *Almanaque de la Mujer* al introducir una de estas secciones, de los retratos de “estrellas cinematográficas cuya gracia fisonómica es de segundo orden y cuya belleza va malograda por una expresión ‘gastada’ o visiblemente ‘teatral’”.⁷⁰ Precisamente, como ha señalado Harry Berger Jr. en su estudio del retrato renacentista, la ficción de la pose no teatral, la ficción de objetividad, cuya mejor expresión es la negación de la mirada, el rechazo del retratado a comprometer su mirada con la del observador, “sirve a los fines de hacer del rostro el índice de un valor ejemplar, la encarnación transparente de ‘ideales

de arte *Angusta* y en 1924 inauguró una de las más importantes galerías de arte de Buenos Aires, al igual que Witcomb, en la elegante calle Florida. En ambos salones tuvieron lugar los principales gestos de ruptura del campo artístico local, al tiempo que continuaban realizándose allí las fotografías sociales. Sivul Wilenski comenzó su actividad en Buenos Aires hacia 1920, y son de su autoría muchos de los retratos de damas reproducidos en la prensa a lo largo de esa década.

⁶⁹ Losada señala justamente que el color blanco y los modelos sencillos fueron interpretados por los artículos sobre moda en clave moral y como señal de estatus. Losada, *op. cit.*, p. 203.

⁷⁰ *Almanaque de la Mujer*, año 2, n° 2, 1930, p. 128.

de virtud pública' presentados a la admiración, veneración y edificación del observador", lo que no era el caso con las fotografías de actrices y sí con las de debutantes.⁷¹

Con respecto a la fotografía de moda, las similitudes son innegables, y aquí cabría asignar a revistas ilustradas francesas como *Les Modes* o incluso más tarde *Vogue* un papel difusor importante. Recordemos que París era un poderoso referente para las elites sudamericanas: lo había sido en términos políticos y culturales a lo largo de todo el siglo XIX y esta misma influencia se había transformado en el cambio de siglo en un respeto incontestado por la sofisticación y refinamiento de su moda y sus costumbres urbanas. Esto parece explicación suficiente para que en los retratos de mujeres distinguidas se imitaran no sólo los vestidos, sino también las poses de las modelos —aristócratas genuinas, algunas veces— que los presentaban al público en las revistas europeas, las que a su vez debían parte de su configuración a la retratística neoclásica de fines del siglo XVIII y principios del XIX, un estilo en vigencia entre los retratistas del cambio de siglo que convocaba la burguesía local (Fig. 11 a y b).⁷²

La filiación con el modelo clásico es incluso explicitada en las pocas ocasiones en que hay textos: a algunas de estas mujeres se las llama "la ejemplificación del tipo excelso y clásico de una raza",⁷³ se menciona "su perfil de clásicas líneas",⁷⁴ que es "la síntesis de lo que debe ser la belleza unida a la sencillez (...) una evocación acertada del tipo helénico", como si fueran "el anverso y reverso de una medalla antigua"⁷⁵ y "estampas de un clasicismo perfecto",⁷⁶ se dice que son bellezas que han conquistado el cetro de los salones argentinos por su inteligencia y, para completar la referencia idealista, por su bondad.⁷⁷

Tales filiaciones contribuyeron a que en estas imágenes la tensión entre idealización y caracterización individual inherente al retrato como género pujara por resolverse más en favor de la primera que de la segunda, aunque hay algunas excepciones que no hacen más que confirmar la regla: en las pocas ocasiones en que vemos asomar un gesto personal o una expresión verdaderamente propia, la retratada vuelve al terreno de la cotidianeidad, falla en su

⁷¹ Harry Berger Jr., "Fictions of the pose: facing the gaze of Early Modern portraiture", *Representations*, n° 46, Oakland, primavera de 1994, pp. 87-120, aquí pp. 103-104.

⁷² Ver por ejemplo los retratos realizados en Europa por el pintor húngaro Philip de László de distintas señoras y señoritas de la alta burguesía argentina, algunos de ellos reproducidos en Alberto Dodero *et al.*, *Argentina. Los años dorados 1889-1939*, Buenos Aires, El Milagro, 2010.

⁷³ "Rêverie", *Myriam*, año 2, n° 4, mayo de 1917.

⁷⁴ La Dama Duende, "Páginas femeninas", *Plus Ultra*, año 1, n° 4, marzo de 1916.

⁷⁵ Todas citas de "Rêverie", *Myriam*, año 2, n° 4, mayo de 1917.

⁷⁶ Palabras de Delfina Bunge recogidas en su diario, donde cita una nota de prensa de 1906 en la que se la señalaba como una de las "descollantes" en un baile. Citado por Losada, *op. cit.*, p. 292 (que toma la cita a su vez de Lucía Gálvez, *Delfina Bunge. Diarios íntimos de una época brillante*, Buenos Aires, Planeta, 2000).

⁷⁷ En uno de los números de *Plus Ultra* dedicado a la mujer argentina, un artículo titulado "La aristocracia porteña" reproducía varios de los retratos que comentamos vinculándolos a una serie de virtudes señaladas en tipografía de gran cuerpo. Las virtudes eran belleza, bondad, cultura, inteligencia, distinción y elegancia. *Plus Ultra*, año 11, n° 122, junio de 1926.

concordancia con el tipo.⁷⁸ En cambio, es la ausencia de toda densidad psicológica individual la que caracteriza a la mayoría de estos retratos, reglados por normas compositivas estrictas y retocados a conciencia para generar, entre todas las señoritas distinguidas, un inefable aire de familia, característico de la “belleza argentina”.

El hecho de que esta belleza reprodujera en casi todos sus detalles salvo algunos, como hemos visto, el canon de belleza establecido por la prensa europea y estadounidense, donde también se lo vendía como representativo de cada cultura, no parece sin embargo haberse percibido como algo que entrara en contradicción con las pretensiones localistas del tipo, quizás porque, tal como constatamos en el capítulo anterior, la idea misma de feminidad se había asociado en las representaciones a similares características físicas. De hecho, el carácter “universal” —léase caucásico— del tipo que se proponía como argentino le daba argumento a su vinculación con la tradición clásica y establecía puntos en común con otras culturas admiradas en la Argentina del período, de las que llegaban cada vez más contenidos gráficos que respaldaban la asociación de cierto tipo de belleza con cierta primacía cultural.⁷⁹ Esta asociación, a su vez, sugería el carácter sofisticado, civilizado de la cultura argentina, en tanto enfatizaba la capacidad del público para apreciar como bello a ese tipo, y la capacidad de las mujeres argentinas para estar a su altura aprendiendo las técnicas de la apariencia moderna.⁸⁰ La técnica fotográfica cumplía aquí, entonces, complejas funciones: no solo modernizaba los contenidos gráficos de las publicaciones sino que habilitaba que las revistas funcionaran como vidrieras de un tipo físico promocionado como local pero comparable, dentro de las mismas

⁷⁸ Se registra aquí la tensión entre la ambición icónica de la fotografía y su naturaleza indicial, señalada por Sylvain Maresca como inherente a todo retrato fotográfico. *La Photographie, un miroir des sciences sociales*, París, L'Harmattan, 1996, p. 9; “Les apparences de la vérité”, en *Terrain*, n. 30, marzo de 1998, <http://terrain.revues.org/index3409.html>. Pero eso no hace más que profundizar el hecho de que, como dice John Tagg, “cada fotografía es el resultado de distorsiones específicas, y en todos los sentidos significativas, que hacen que su relación con cualquier realidad anterior sea algo sumamente problemático, y plantean la cuestión del nivel determinante del aparato material y de las prácticas sociales dentro de las cuales tiene lugar la fotografía”. Ahora bien (y siempre siguiendo a Tagg), dentro de ciertas prácticas institucionales y relaciones históricas concretas —vinculadas en particular con los procesos de re-estructuración de los Estados a fines del siglo XIX—, la fotografía adquirió un carácter de evidencia que parecía ignorar la existencia de aquellas distorsiones, y es este ir y venir entre evidencia y fabricación lo que me gustaría rescatar en relación con el modo en que se presentaban los retratos objeto de esta sección. No pierdo de vista que Tagg se ocupa de fotografía documental y de archivo, no de fotografías “artísticas”. Pero creo que muchas de sus conclusiones pueden extenderse a nuestro caso. J. Tagg, *El peso de la representación*, Barcelona, Gili, 2005 [1988], p. 8.

⁷⁹ Por ejemplo, la intensísima circulación en las revistas argentinas de ilustraciones de Charles Dana Gibson, que había definido en la *Gibson girl* un tipo muy característico de la *American girl*, es sugestiva de las filiaciones argentino-estadounidenses que la prensa presentaba a sus lectores como modelo a seguir, al igual que ocurría con las fotos de actrices o de *mannequins* francesas que ya he mencionado. Ver Carolyn Kitch, *The Girl on the Magazine Cover*, Chapel Hill y Londres, University of North Carolina Press, 2001, pp. 37-55.

⁸⁰ Véase Liz Conor, “The beauty contestant in the photographic scene”, *The Spectacular Modern Woman. Feminine Visibility in the 1920s*, Bloomington, Indiana University Press, 2004, pp. 131-174.

revistas, con otros tipos nacionales,⁸¹ todos caracterizados además por la estética idealizada y normalizada del retoque, apreciada como índice de civilización.

2.2 Una belleza “ideológica”: la cultura del retoque y la función propagandística del retrato fotográfico de estudio en la prensa argentina

Es interesante que los propios contemporáneos admitieran la idealización a través de los retoques, que según Gisèle Freund fueron la punta de lanza de la fotografía “artística” a fines de siglo.⁸² Un cronista, al hablar de la casa Witcomb, elogiaba por ejemplo la excelencia de los retratos femeninos diciendo que “Los retoques, finamente realizados, idealizan a las menos bonitas”.⁸³ La propia casa Witcomb promocionaba esa especialidad como su punto fuerte, según muestra una publicidad en la que se comparan dos retratos ilustrados, uno que muestra a la retratada de frente, con cintura ancha y la cara surcada de arrugas, y otro de tres cuartos perfil donde se la ve rejuvenecida y afinada.⁸⁴ El recurso a la ilustración, más que resultar curioso tratándose de una publicidad de fotografías, en realidad sincera el procedimiento adjunto a la práctica fotográfica, es decir la modificación por medio de pincel y tinta de la imagen captada por la cámara (Fig. 12).

La cultura del retoque estaba tan establecida en el ámbito local ya a fines de siglo como para que la revista popular *Tit-Bits* la parodiara en una de sus tantas tiras cómicas, “Los alegres Goblins”, a los que se ve en uno de los episodios dedicados a la fotografía y anunciando la “especialidad en retoques” mediante, una vez más, el antes y el después de un retrato, una comparación que opone una figura demacrada, casi cadavérica, a la de una señorita como todas las que hemos venido analizando (Fig. 13).⁸⁵ Frans Van Riel, por su lado, autor de una gran parte de esos retratos de señoritas, era presentado en *Atlántida* como “el de los retratos caros y de los retoques magistrales”.⁸⁶ Y en un artículo en su revista de arte, *Augusta*, que dedicaba largos párrafos a explicar por qué sus fotografías de mujeres entraban en el terreno del arte, superando “la fidelidad automática de los procedimientos de impresión directa” que habían sido el espíritu de la fotografía durante mucho tiempo, se decía:

Van Riel no se limita a colocar su modelo frente al objetivo; él compone su asunto con un extraordinario sentido pictórico antes de someterlo a la magia negra de la cámara:

⁸¹ Sobre el papel de la fotografía en los concursos de belleza y la expansión de ideas sobre la belleza nacional, Conor, *idem*; para el ámbito local Tossounian, “Embodying the Nation: Beauty Queens and Miss Argentina in the Global Context”, *The Body Beautiful...*, *op. cit.*, pp. 201-241.

⁸² *La fotografía como documento social*, Barcelona, Gili, 2006 [1974], pp. 82-83.

⁸³ *La Revue Illustrée du Rio de la Plata*, 16 de abril de 1899, cit. en Verónica Tell, *La fotografía en la construcción de relatos de la modernización argentina (1871-1898)*, *op. cit.*, cap. 6.

⁸⁴ El aviso apareció en *El Mosquito* en 1886.

⁸⁵ “Los alegres Goblins”, *Tit-Bits*, año 4, n° 201, 10 de mayo de 1913.

⁸⁶ “Van Riel a Europa”, *Atlántida*, año 7, n° 352, 8 de enero de 1925, p. 75.

dispone las cosas, la luz, el color, la línea con el mismo criterio de composición integral que Sargent pone en sus retratos. Hace, para decirlo de una vez, un cuadro de la realidad de tal manera que lo que luego resulta en la placa sensible tiene tan poco de lo que habitualmente entendemos por fotografía, tiene tan poco del hecho científico, del simple fenómeno óptico, que el espíritu acomoda siempre en sus retratos una perfecta hilación con el grabado, el óleo, el pastel, el aguafuerte.

No vaya a creerse que al sutílizar así sus modelos el artista sacrifica el parecido. No. Sus procedimientos apenas si atenúan un poco la realidad extrema de la placa envolviendo en el misterio de una tonalidad cualquiera —como esfumándolas bajo un reflejo indefinido— las líneas agudas del contorno y el rigor anatómico de los planos. Son fotografías y no lo son. Reconocemos en ella, a un mismo tiempo, la exactitud del parecido absoluto que es el mérito de la fotografía, y la belleza más ideológica de ese parecido espiritual y abstracto que es el secreto de los buenos retratistas.⁸⁷

La cita es clara en cuanto a los alcances de la manipulación del dispositivo fotográfico en pos de adecuar al modelo a un concepto abstracto de belleza; un concepto, por otra parte, transparente en sus implicaciones morales, ya que se trata de una belleza poco “carnal” y sí en cambio muy ideal, en la que la sensualidad directa es opacada por un manto de decoro, sugerido típicamente por la mirada, la sonrisa elusiva, las sucesivas capas de vestimenta, el difuminado que quita tangibilidad a la imagen, los peinados y las poses que por su insistencia en la “noble sencillez” diríamos de filiación neoclásica (y en el imaginario de esos años, tácitamente republicana).⁸⁸ Estas características se refuerzan, además, por su repetición de retrato en retrato, de modelo en modelo, algunos incluso contiguos de página en página, más allá de los cambios en la moda de algunos peinados y vestidos.

Señalar que el retrato burgués es un género fuertemente regulado, cuyas convenciones “recogen las expectativas sociales antes que la intimidad del o de los fotografiados” no comporta ninguna novedad.⁸⁹ Pero la difusión generalizada de esas convenciones gracias a las posibilidades abiertas por la reproducción mecánica de imágenes es un aspecto, en cambio, mucho menos transitado. De hecho, aunque largamente elaboradas por la pintura de retrato,⁹⁰

⁸⁷ M. Rojas Silveyra, “La fotografía artística de Van Riel”, *Augusta*, año 2, n° 19, diciembre de 1919, p. 91.

⁸⁸ La vinculación entre clasicismo y republicanismo fue subrayada por Arnold Hauser en relación con el arte de la Revolución Francesa, cuando el clasicismo apareció, en sus palabras, como la dirección “más apropiada para representar del modo más eficaz posible la ética de la Revolución con sus ideales patriótico-heroicos, sus virtudes cívicas romanas y sus ideas republicanas de libertad”, pero sobre todo como una “cuestión de moral” ya que “es la expresión de una ambición de sencillez y sinceridad”. “Revolución y arte”, *Historia social de la literatura y el arte*, tomo 2, *Desde el Rococó hasta la época del cine*, Madrid, Debate, 1998 [1951], p. 157 y 154. Vuelve a instalarse allí la relación simbólica entre las virtudes de las patricias argentinas, que lucharan por la patria y como parte de un movimiento inspirado por la Revolución Francesa, y las virtudes de las debutantes.

⁸⁹ La frase es de Verónica Tell, *op. cit.*, cap. 2, quien retoma la perspectiva de Peter Burke: “Tanto si son pinturas como si se trata de fotografías, lo que recogen los retratos no es tanto la realidad social cuanto las ilusiones sociales, no tanto la vida corriente cuanto una representación especial de ella”, *Eyewitnessing. The Uses of Images as Historical Evidence*, Londres, Reaktion Books, 2001, p. 28.

⁹⁰ Empezando por las galerías de retratos de *belle femme* durante el Renacimiento, en los que también se verificaba una tensión entre idealización y caracterización individual. Sobre algunos de los usos de estas galerías, entre ellos la moralización, la definición de la belleza femenina ideal y el dar a conocer a las solteras disponibles, Sally Hickson, “Pretty maids all in a row. Some thoughts on collections of female ‘beauties’ in the Renaissance”, en Leslie Boldt-Irons *et al.* (ed.), *Beauty and the Abject. Interdisciplinary Perspectives*, Nueva York,

esas convenciones que regían lo que dimos en llamar “iconografía de la distinción” se consolidaron —al ingresar en el sistema de la prensa, y en virtud de su insistente repetición de número a número, de revista a revista— como formas constituyentes de una “belleza argentina”, entendida como un concepto ahistórico. Aunque en los casos que hemos decidido estudiar se trata de una belleza encarnada, y el dato no es menor, en las damas y señoritas de la clase dominante.⁹¹

Entonces, ¿es posible interpretar política y culturalmente la aparición de estas imágenes en la prensa? No contamos con ninguna fuente que resuma las prácticas y los usos de los que fueron objeto estos retratos masivamente impresos en su época. Solo podemos conjeturar al respecto, reconstruyendo la trayectoria que el retrato privado femenino fue sufriendo a lo largo de las décadas, e imaginando las razones por las cuales se operó su salto a la reproducción masiva.

Sabemos, para empezar, que hacia 1880 la moda de hacerse retratar estaba ya muy instalada. Los cronistas de la época acusaban recibo de ello y tematizaban, en broma o con verdadero espíritu crítico, este uso extendido.⁹² En un texto frecuentemente citado, de 1888, Vicente Quesada señalaba por ejemplo que “Es tan grande, general y conocido el contagio nervioso fotográfico, que un amigo mío pretende coleccionar fotografías de las señoras y señoritas más lindas para mostrarlas en el extranjero como medio de propaganda en favor de la cultura y la elegancia de Buenos Aires”.⁹³ El “contagio nervioso fotográfico” se asociaba entonces no ya con una dimensión privada sino con una actividad decididamente pública como la propaganda. Y no cualquier propaganda, sino una que desvelaba por aquellos años a la clase gobernante: la del grado de “civilización” (no significaban otra cosa la “cultura” y la “elegancia”) alcanzado por la nación.

Interesa traer a colación aquí varias cuestiones. La primera se refiere a las transformaciones que, en el cambio de siglo, experimentaron las costumbres de la alta burguesía argentina. Estas fueron resultado, en el plano interno, de la necesidad de distinguirse de otros grupos sociales cuya movilidad amenazaba con llenar de advenedizos las filas de la burguesía;⁹⁴ y en el plano externo, del deseo de mostrarse a las demás naciones como una clase

Peter Lang, 2007, pp. 117-130. También Patricia Simons ha trabajado sobre el retrato femenino renacentista desde una perspectiva de género que le ha permitido argumentar que las formas de representación de las mujeres, como el retrato de perfil (que fue predominante hasta c. 1470), sirvieron a los fines de presentarlas a la inspección de la mirada masculina, como una posesión de valor, casta y decorosa (porque intocable), en un contexto en que un tipo de visibilidad femenina muy controlada por la convención comenzaba a convertirse en índice de riqueza y de honor. Simons también destaca la preferencia de la idealización sobre la caracterización individual, una operación que hemos visto asimismo en los retratos de señoritas, aun si en estos se usa menos el encuadre de perfil, “Women in frames: the gaze, the eye, the profile in Renaissance portraiture”, *History Workshop Journal*, n° 25, Oxford, primavera de 1988, pp. 4-30.

⁹¹ Un rasgo clave también del tipo de la *American girl*, como ha señalado Carolyn Kitch, *op. cit.*, pp. 37-55.

⁹² Al respecto son valiosos e ilustrativos los ejemplos recogidos por Tell en su tesis, *op. cit.*, capítulo 5.

⁹³ V. Gálvez (Vicente Quesada), “Mi retrato”, *Memorias de un viejo. Escenas de costumbres de la República Argentina*, Buenos Aires, Solar, 1942 [1888], pp. 33 y ss.

⁹⁴ Véase Leandro Losada, *La alta sociedad en el Buenos Aires de la Belle Époque*, *op. cit.*, pp. 149 y ss.

poderosa y civilizada capaz de conducir a su pueblo por el camino del progreso. La ostentación de la riqueza, la búsqueda de refinamiento y la adopción de hábitos culturales nuevos, como el gusto por las bellas artes —que como ha señalado Laura Malosetti Costa, a fines del siglo XIX se pensaron aquí en relación con la política y la economía—⁹⁵ se naturalizaron en las costumbres altoburguesas en unos pocos años, contraponiéndose a la austeridad que había caracterizado durante tres cuartos de siglo al patriciado criollo, aunque los observadores extranjeros no dejaron de notar la ansiedad con la que se vivía este reajuste.⁹⁶

Esta ostentación, por otro lado, cuadraba bien con el comportamiento que había caracterizado a las naciones “civilizadas” en las exposiciones universales organizadas ya desde mediados del siglo XIX, y que tuvieron en Argentina sus sucedáneas a partir de 1871. El papel que representó la fotografía en las exposiciones de esta índole organizadas en el país ha sido analizado por Verónica Tell, quien señala que, al tiempo que como técnica sirvió a los fines de documentar el progreso y la modernización (con un discurso específico), fue ella misma un elemento de modernización.

A los fines que nos ocupan, debemos pensar la presencia de retratos fotográficos en estas exposiciones como una modalidad moderna de exhibición de valores nacionales. La Exposición Continental de 1882 fue en este sentido paradigmática. Allí se exhibieron, en la sección de bellas artes (una ubicación novedosa para la fotografía, en general exhibida junto a mapas y otros productos editoriales), fotografías provenientes de numerosos estudios. Entre estas primaban absolutamente en número los retratos, que fue también el género que mayor interés concitó entre los cronistas periodísticos. De acuerdo con Tell, la prensa encontró excelentes aquellos exhibidos por la casa Fermepin Hnos. y también elogió los de Witcomb y Mackern. De la primera, además, un cronista decía que presentaba “la más completa galería de retratos de mujeres hermosas que hay en Buenos Aires. Por eso se ha dicho con razón que la vidriera de su casa tiene una verdadera *foire aux femmes*, en que la belleza se extiende con todas sus galas”.⁹⁷ En la misma ocasión, señala Tell, otro cronista, el influyente Eduardo Schiaffino,⁹⁸ reunía bajo seudónimo una serie de ideas acerca de la función del retrato fotográfico en las repúblicas democráticas. Mencionando a Darwin, hablaba de la evolución de la fotografía y

⁹⁵ Laura Malosetti Costa, *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*, Buenos Aires, FCE, 2001.

⁹⁶ No solo en un nivel moral, sino principalmente en el de las costumbres sociales. Todavía en 1916 un visitante extranjero percibía que los porteños “están tan desesperadamente ansiosos por hacer ‘lo correcto’ que son propensos a sobreactuarlo”, J. A. Hammerton, *The Argentine through English Eyes. And a Summer in Uruguay*, Londres, Hadder & Stoughton, 1916, p. 88, cit. en Losada, *La alta sociedad...*, *op. cit.*, p. 282.

⁹⁷ *La Nación*, 16 y 19 de abril de 1882, cit. en Verónica Tell, *op. cit.*, cap. 4.

⁹⁸ Schiaffino fue el infatigable organizador de la enseñanza y difusión de las artes plásticas en Argentina. Formó parte de la Sociedad Estímulo de Bellas Artes (primera institución artística local), impulsó la creación del Museo Nacional de Bellas Artes (que dirigió) y escribió una serie de artículos y libros que, bajo argumentos de tinte positivista, buscaban estimular las bellas artes y a través de ellas hacer ingresar a la nación inculta en la senda de la “civilización”. Sobre el lugar central de Schiaffino en la organización del campo artístico de fin de siglo, Laura Malosetti Costa, *Los primeros modernos, op. cit., passim*.

contraponía la utilización política del retrato, que fijaba en forma indeseable el rostro de los caudillos, a otra característica de las sociedades democráticas y definida, en cambio, por la variabilidad de los rostros, no por su permanencia.⁹⁹

Es decir que el retrato fotográfico podía leerse, y de hecho se leía, no sólo como una moda, sino también en clave política, en serie con una determinada idea de progreso, de cultura, de civilización. Siguiendo este argumento, la exhibición de retratos de mujeres hermosas de Buenos Aires en el contexto de una exposición cuya función primera era mostrar al resto de las naciones los progresos y valores nacionales no puede entenderse únicamente como resultado del cálculo estadístico que ubica al retrato como el género más transitado por los estudios fotográficos, y a las mujeres como las más retratadas. Acaso quepa leerla también en clave nacionalista: se exhibían mujeres hermosas como se exhiben ejemplares de toros o cultivos, y recordemos que a fines de siglo el concepto de raza no había perdido todavía, ni mucho menos, su capacidad explicativa a la hora de evaluar los progresos relativos de las naciones en la carrera de la civilización.

Si esto sucedía en 1882, es comprensible que en 1888, año del texto de Quesada, el “contagio nervioso fotográfico” hubiese llegado al punto de despertar el deseo de “coleccionar fotografías de las señoras y señoritas más lindas para mostrarlas en el extranjero como medio de propaganda”. De ahí a publicar en las páginas de una revista ilustrada retratos de mujeres inicialmente tomados para un uso privado había, quizás, unos pocos pasos. *La Ilustración Sud-Americana* fue la primera en transitarlos, y ya en 1900 sus páginas presentaban retratos de señoras y señoritas. Si tenemos en cuenta que la revista en cuestión se pretendía, además, para un público amplio, y no solamente porteño,¹⁰⁰ el objetivo detrás de la publicación de tales retratos comienza a adquirir, quizás, alguna transparencia. Es sintomático, por otra parte, que se reprodujesen en distintos números, al igual que las “Perlas” argentinas (así se titula la incipiente sección), fotos de “Siluetas brasileñas” y “Bellezas chilenas”, y hasta una página de “Bellezas sudamericanas” en la que se indicaba la nacionalidad de cada una de las retratadas (Fig. 14).¹⁰¹ Para 1910, la misma revista apuntaba, en un artículo titulado “La mujer argentina”, que un escritor que hubiese preguntado a sus colegas franceses, diez años antes, qué pensaban de las argentinas, habría obtenido la respuesta “No pensamos nada”, ya que “creían que,

⁹⁹ *El Nacional*, 29 de mayo de 1882, citado en Tell, cap. 4.

¹⁰⁰ El subtítulo con el que se lanzó la revista era “Publicación quincenal de las Repúblicas Sud-Americanas”. En *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*, Buenos Aires, Catálogos, 2004, pp. 117-133, Eduardo Romano afirma que se vendió inicialmente en ambas orillas del Río de la Plata. Para 1905 tenía distribución (a través de agencias) en San Pablo, Río de Janeiro, Asunción, Santiago de Chile, Valparaíso, Lima, La Paz, Caracas, Quito, Guayaquil y Bogotá. Romano destaca que en el editorial de su primer aniversario la revista apuntaba que su mera existencia, y el hecho de que hubiera un público que la leyera, revelaba el “grado de cultura de la sociedad argentina”, que ha de haber tenido un eco ampliado con la distribución en el Cono Sur. *La Ilustración Sud-Americana*, año 2, n° 24, 1 de diciembre de 1893.

¹⁰¹ *La Ilustración Sud-Americana*, año 10, n° 233, 15 de septiembre de 1902.

fuera de la parisiense, no hay en el mundo ni cultura ni gracia femenina”. Para el Centenario, sin embargo, momento en el que se escribía el artículo —y en relación con la consolidación de las secciones de bellezas argentinas, pero también gracias a los esfuerzos estatales para posicionar a la Argentina como una nación a la vez civilizada y moderna—, Jules Huret afirmaba que “La porteña es, en punto a elegancia, una parisiense más admirable que la misma parisiense”,¹⁰² y que “como moderna, no hay mujer que lo sea más que la porteña (...) en sus gustos, en sus ideas, en su belleza, en su educación misma”,¹⁰³ mientras que Anatole France coincidía en que “su elegancia ¡quién lo duda! vale más que la nuestra... porque allí [en Argentina] todas las mujeres son soberanamente bellas”.¹⁰⁴

No hay que olvidar, en otro orden, que para el cambio de siglo las crónicas sociales habían ido adquiriendo, dentro de la propia Buenos Aires, un carácter fuertemente didáctico que explica, para Leandro Losada, su consolidación como secciones autónomas de los diarios y revistas. En un contexto de intenso reajuste de los códigos que definían la pertenencia a la alta sociedad, es posible que la difusión de esos códigos en la prensa haya colaborado en su rápida adopción por el “gran mundo”, aunque habrá tenido como efecto secundario el volverlos visibles (y por lo tanto imitables) por la sociedad en general.¹⁰⁵ Pienso que razones similares podrían explicar la rápida expansión de la reproducción de retratos de mujeres “aristocráticas”: a través de ellos, la alta sociedad no solo cumplía en auto-exhibirse como distinguida; no se trataba de una mera estrategia simbólica tendiente a consolidar la posición social de una clase (y más en un momento en que su legitimidad se veía contestada por la presión ejercida por nuevos sectores para entrar al juego político). Estas razones, sin duda presentes, solo adquirirían su fuerza del hecho de que, además de *distinguidas*, en la prensa esas mujeres se volvían un *referente*, un modelo a seguir. Sus retratos, tan homogéneos, difundían un tipo de belleza muy específico que, si debía en principio constituir la apariencia de las mujeres de clase alta, quedaba a través de la reproducción mecánica expuesto de tal manera que también las de otros grupos sociales se sintieran convocadas a imitarlo. El hecho de que la publicación de estos retratos no se pagara sino que fuera una decisión editorial,¹⁰⁶ que la prensa insistiera tanto en su reiteración y que estas secciones poco a poco comenzaran a poblarse de mujeres de apellidos menos resonantes —muchos de ellos italianos— prueba que lo que inicialmente tal vez fuera una

¹⁰² *La Argentina. De Buenos Aires al Gran Chaco*, París, Eugène Fasquelle y Louis Michaud, [1914], p. 15. El libro es de 1914, pero en el prólogo Enrique Gómez Carrillo cita las palabras de Huret en su respuesta a André Ibels, autor de la encuesta de 1910 a la que se refiere el artículo “La mujer argentina” de *La Ilustración Sud-Americana*, año 18, n° 430, 30 de noviembre de 1910, pp. 342-344.

¹⁰³ “La mujer argentina”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 18, n° 430, 30 de noviembre de 1910, p. 342.

¹⁰⁴ *Ibidem*, p. 344.

¹⁰⁵ Losada, *op. cit.*, pp. 290-297.

¹⁰⁶ Véase “Los fotógrafos y las fotografías de *El Hogar*”, *El Hogar*, año 24, n° 993, 26 de octubre de 1928.

práctica de clase terminó involucrando a otros sectores de la población.¹⁰⁷ El resultado fue una proyección ampliada de esa “belleza de las mujeres argentinas” que los visitantes extranjeros de principios de siglo no se cansaron de encomiar.¹⁰⁸

Avanzado el siglo XX, en los años en que el cosmopolitismo del ochenta comenzó a ser percibido como menos deseable, de cara a los desafíos culturales planteados por la inmigración masiva, y a medida que las posiciones nacionalistas comenzaron a cobrar fuerza, una preocupación cada vez más acusada por “la mujer argentina” y por la celebración de su belleza comenzó a salir a flote. Por eso cabe pensar la proliferación de escritos acerca de la esencia de la mujer argentina, muy notable en las primeras décadas del siglo XX, como parte de una preocupación por el tipo nacional. Aunque ya a fines de los años ochenta Vicente Quesada hallaba difícil encontrar ejemplares de esa tipología,¹⁰⁹ como hemos visto Carlos Alberto Leumann se afanaba, aún en los veinte, por definirla. Es decir que si en ocasión del Centenario de la República los debates acerca de ese tipo tuvieron un momento de recapitulación y balance, su intensidad no se vio morigerada en las décadas siguientes. Tampoco disminuyó la frecuencia con que se siguió celebrando la belleza que lo caracterizaba (aunque fuera producto de las operaciones compositivas que he analizado), ni el grupo social que le daba origen.

A mediados de la segunda década del siglo XX, la presencia de retratos fotográficos femeninos en las salas de exposiciones y en las páginas de las revistas ilustradas se había vuelto aún más intensa que a fines del XIX. Pero lo interesante es que se los seguía convocando bajo los mismos conceptos y matices. En 1899 una revista había afirmado con respecto a la casa Witcomb que “es también la preferida del público *high life*: posee los retratos de todos los

¹⁰⁷ En los años veinte, especialmente en revistas de corte más popular, las secciones de bellezas comenzaron a incorporar a mujeres de familias menos tradicionales, muchas de ellas posiblemente inmigrantes que habían prosperado. Como sugiere también Losada, creo que habría que entender esta corriente en relación con las secciones de código social que contribuían a difundir ciertos usos y costumbres como propios de la cultura argentina más sofisticada. Estas secciones eran también formas de integrar a los lectores a un universo de valores, y aunque no me extenderé sobre este tema, no quiero dejar de mencionar entre estos el valor del consumo, que era el verdadero negocio de las revistas ilustradas. Tal como señala Margaret Beetham en relación con el ascenso de la figura de la *lady* en las revistas femeninas de fin de siglo, también las figuras de señoritas distinguidas, y las secciones de sociales y código social que se vinculaban con ellas, eran formas de comprometer los deseos de las lectoras e incitarlas a un tipo de consumo aspiracional valorado, justamente, por su asociación con la cultura de las señoritas distinguidas. Véase Beetham, “Woman-talk as commodity. The penny domestic magazine”, *A Magazine of her Own? Domesticity and Desire in the Woman's Magazine, 1800-1914*, Londres y Nueva York, Routledge, 1996, pp. 188-194.

¹⁰⁸ “Las damas de Buenos Aires son muy buenas mozas: sus grandes ojos oscuros y su orgulloso porte español les dan un lugar privilegiado entre las bellezas del mundo”, observaba por ejemplo la inglesa Charlotte Cameron, de visita en 1910. Citado en Mónica Szurmuk, *Mujeres en viaje*, Buenos Aires, Alfaguara, 2000, p. 216. “Las señoras argentinas (...) tienen en el porte de la cabeza, en el mover lento y dulce de la mirada, en la opulencia del seno, una gracia y una distinción reales (...). Las argentinas lucen su elegancia, no con coquetería desenvuelta, sino con garbo soberano, como una matrona de Roma antigua”, comenta por otro lado la escritora italiana Cesarina Lupati Guelfi, *Vida argentina*, Barcelona, Maucci, 1910, p. 78.

¹⁰⁹ “Las señoritas son en general de talle esbelto y fino. Blancas o trigueñas, el cabello rubio o negro, ya no hay un tipo nacional, la belleza tiene algo de cosmopolita, algo de colectiva. Son naturalmente elegantes y llevan sus trajes con la difícil facilidad de las que están acostumbradas a los refinamientos de la cultura social”, “Antes y ahora”, en *Memorias de un viejo*, *op. cit.*, p. 383.

personajes importantes (...) la excelencia de Witcomb es en el retrato; aquellos de mujeres tienen un efecto natural especialmente encantador”.¹¹⁰ En 1914, el folleto editado para publicitar una exposición que reunía piezas de archivo y fotografías actuales de la misma casa —entre las que había casi un 50% de retratos— retomaba el mismo argumento: la fotografía Witcomb, decía, “constituye para Buenos Aires toda una tradición; puede asegurarse que no existe dama distinguida ni personaje de alguna notoriedad que no haya pasado por su estudio”. Además, asociaba esa tradición y la de abrir salones de exposición en los estudios con “todo un proceso evolutivo de cultura estética que en gran parte debe Buenos Aires a la Casa Witcomb”.¹¹¹ En la exposición podían verse los retratos de las señoras y señoritas de sociedad junto a otros de próceres, tipos y costumbres y vistas de Buenos Aires y sus alrededores, es decir, formando parte de una serie identitaria que las tenía, además, como protagonistas (ya que eran mayoría).

Pero conviene no engañarse acerca de los alcances de este protagonismo reservado a las mujeres en la narrativa acerca de la cultura nacional. Estos retratos, tan difundidos en la prensa, y notables pruebas de la belleza de las mujeres argentinas y de la gloria que esa belleza significaba para la nación, colaboraban también en su encarcelamiento en cuanto modelos ejemplares, pero no actores de la vida social. Mudas, estáticas, inertes; así reproducía la prensa a las mujeres distinguidas, prestando sus servicios inconfesadamente a los más aceitados mecanismos de la reproducción social. Y lo hacía sosteniendo sus presupuestos, precisamente, en la capacidad del estilo clásico para sintetizar un tipo ideal, de belleza moral que es, como dicen las propias fuentes, también una forma de bondad. Una belleza universal, sin tiempo, en que la piel blanca que remeda el mármol clásico era suficiente para remitir al carácter ejemplar, virtuoso y modélico que, encarnado en las solteras de la alta sociedad, procuraba proyectarse en el conjunto del cuerpo social. De hecho, su eficacia en la configuración de un verdadero modelo es contrastable en las fotografías que pueblan los concursos de belleza que ya a fines de la década del diez muchas revistas comenzaron a utilizar como estrategias comerciales y de fidelización de los lectores. En estos concursos, que en su mayoría se basaban en la elección por los lectores de una reina entre todas aquellas mujeres que hubiesen enviado sus fotografías a la revista (que las publicaba de número a número), aquel ideal clásico se consolidaba definitivamente como modelo de representación de “la mujer argentina”, ya que en términos formales y compositivos las fotografías reproducidas —que eran en general de mujeres de clase

¹¹⁰ *La Revue Illustrée du Rio de la Plata*, 16 de abril de 1899, cit. en Tell, *op. cit.*, cap. 6.

¹¹¹ *Exposición retrospectiva y moderna*, Buenos Aires, Peuser, 1914, citado por Ramón Gutiérrez, “La primera exposición de historia de la fotografía en Argentina. Witcomb, 1914”, en *Historia de la fotografía. Memoria del 6º Congreso de Historia de la Fotografía en la Argentina (1999)*, Buenos Aires, Sociedad Iberoamericana de Historia de la Fotografía, 2001, pp. 139-141.

media, trabajadoras— demostraban su apego al modelo establecido por los retratos de señoritas distinguidas (Fig. 15 a y b).¹¹²

De manera que si estos retratos funcionaron honoríficamente definiendo una “esencia” de las mujeres argentinas (por fabricada y artificial que fuera), también lo hicieron represivamente. “A la vez que hizo extensiva, popularizó y degradó la función tradicional del retrato pictórico en su presentación del yo burgués, el retrato fotográfico asumió también los imperativos de la ilustración médica y anatómica. Implícitamente (...) cada retrato encontró su lugar en una jerarquía moral y social”, dice Verónica Tell retomando la perspectiva de Allan Sekula sobre el rol de la fotografía en la sistematización de los archivos de identificación de delincuentes.¹¹³ Tal vez no sea del todo caprichoso pensar que tampoco los retratos de mujeres escapaban a esta voluntad de sistematización.¹¹⁴ Después de todo, *Galerías de ladrones* y *Galerías de damas porteñas* salieron de las imprentas de Buenos Aires con pocos años de diferencia,¹¹⁵ y las reproducciones de retratos fotográficos en revistas ilustradas eran todavía en 1930 tituladas “Galería social”. En uno u otro sentido, y salvando la abismal distancia que apuntaba hacia la reproducción social por un lado, y hacia la esterilización de elementos indeseados por otro, la existencia de una afinidad llama la atención también en el nivel formal, ya que en estas publicaciones los delincuentes aparecen enmarcados en recuadros similares a los de las damas (Fig. 16 a y b).¹¹⁶

¹¹² Cecilia Tossounian ha estudiado en profundidad la historia de los concursos de belleza organizados por distintas revistas argentinas, y ha argumentado que la elección de reinas de clase trabajadora y procedentes del interior era una forma de respaldar la idea de que “la Argentina, y sus mujeres, todavía podían simbolizar la moralidad y la inocencia”, p. 215. También ha señalado que en los años treinta estos concursos adquirieron una veta aún más nacionalista: las Miss Argentina elegidas en los certámenes organizados por distintos medios gráficos compitieron por el puesto de Miss Universo. En algunas ediciones de este último concurso, más aún, se pedía a las participantes que desfilaran en sus trajes nacionales. “Embodying the Nation: Beauty Queens and Miss Argentina in the Global Context”, *The Body Beautiful...*, *op. cit.*, pp. 201-241. Acerca de los concursos de belleza organizados en Argentina, sobre todo a partir de la década del treinta, para celebrar las virtudes femeninas, a las mujeres trabajadoras o distintos tipos de industrias regionales, véanse los artículos que componen el volumen editado por Mirta Z. Lobato, *Cuando las mujeres reinaban*, *op. cit.*

¹¹³ Allan Sekula, “El cuerpo y el archivo” (1986), en Gloria Picazo y Jorge Ribalta (eds.), *Indiferencia y singularidad. La fotografía en el pensamiento artístico contemporáneo*, Barcelona, Museu d’Art Contemporani de Barcelona, 1997, citado en Tell, *op. cit.*, cap. 2.

¹¹⁴ Sobre la apertura hacia una evaluación “científica”, “objetiva” de la apariencia femenina, y su relación con la belleza nacional, posibilitada por la fotografía, Liz Conor, “The beauty contestant in the photographic scene”, *The Spectacular Modern Woman*, *op. cit.*, en especial pp. 140-148.

¹¹⁵ José S. Álvarez, *Galería de ladrones de la Capital 1880-1887*, Buenos Aires, Imprenta del Departamento de Policía de la Capital, 1887, 2 vols.; Valentín Salas, *Galería de ladrones 1888-1891: sus nombres, seudónimos y apodos, antecedentes, condenas, filiación, señas particulares y medidas de identificación*, Buenos Aires, Imprenta y Encuadernación de la Policía de la Capital, 1892; *Galería de damas porteñas*, Buenos Aires, 1890. Es preciso aclarar, de todas maneras, que las fotos de mujeres no estaban sistematizadas ni se ajustaban al esquema de frente y perfil.

¹¹⁶ Sobre esas galerías de ladrones, Lila Caimari (comp.), *La ley de los profanos*, Buenos Aires, FCE, 2007, y los trabajos compilados en Geraldine Rogers (ed.), *La Galería de ladrones de la Capital, de José S. Álvarez, 1880-1887*, La Plata, Universidad Nacional de La Plata, 2009. También véase Sandra Szir a propósito del modo como las publicaciones ilustradas —en su análisis, *Caras y Caretas*— contribuyeron a que las imágenes, la mirada y la visión funcionaran como herramientas de control social. “Discursos de la mirada y despliegue visual en *Caras y Caretas* y en la cultura porteña del 1900”, *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas y las transformaciones del paisaje cultural de la modernidad. Buenos Aires 1898-1908*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2011, cap. 2.

Pero esta univocidad de las representaciones del tipo femenino distinguido no se mantendría mucho más allá de mediados de los años treinta. En 1934, la revista *Aconcagua* encuestó a tres reconocidos fotógrafos “especializados en el retrato de damas y niñas argentinas” sobre la existencia o no del tipo de mujer argentina. Mientras Rosendo Martínez, representante de la casa Witcomb, parecía encontrar difícil su definición, y Anne Marie Heinrich resucitaba, sin saberlo, aquella idea de una “belleza cosmopolita” mencionada por Quesada a fines del XIX, Sivil Wilenski declaraba:

Desde luego, hay un tipo aproximado de belleza argentina, y es realmente hermoso, y nada vulgar. Pero como mujer le falta completarse. En primer lugar, físicamente (...). En segundo lugar, le falta completarse femeninamente (...). En resumidas cuentas: la mujer argentina tiene materialmente todo. Le falta solamente *pensar*, pensar en sí misma, en su personalidad y el modo de valorizarla.¹¹⁷

En un contexto de fuertes cambios en las representaciones de género, la belleza muda de las perlas argentinas parecía comenzar a perder su capacidad de representar aquello que debía caracterizar al tipo nacional. Pero también es posible pensar que estos matices se preparaban desde hacía largo tiempo, o que en realidad nunca habían dejado de complejizar las representaciones de mujeres argentinas. En la siguiente sección, me detendré en las tradiciones que contrarrestaron contemporáneamente en la prensa esta primacía del tipo clásico con que se representó a “la mujer argentina” en las primeras décadas del siglo XX.

3. Las otras: el lugar de las tradiciones oriental, afroamericana e indígena en la definición de “la mujer argentina”

Si la piel blanca, las extremidades alargadas y finas, la mirada baja o perdida, la pose lánguida y el pelo claro y lacio recogido con soltura, combinados con determinadas vestimentas y estrategias de composición, recreaban repetidamente en los retratos de debutantes un ideal de “mujer argentina” inspirado en la tradición clásica, vale decir que esta tradición, aplicada al caso argentino, era también, en relación con la composición étnica de buena parte de la población y con la histórica inmigración y mestizaje que definen al país, ficcional.¹¹⁸ Sin embargo, ese ideal debe entenderse no solo en términos de apariencia sino también de disciplinamiento, en el sentido de que sus

¹¹⁷ “¿Existe o no el tipo de mujer argentina?”, *Aconcagua*, año 4, n° 49, enero de 1934. Nicolás Kwiatkowski me ha hecho notar que esta afirmación de Wilenski retoma el ideario del Nuevo Mundo como tierra infantil que debe desarrollarse bajo la tutela de las naciones civilizadas. El hecho de que la idea se aplique a las mujeres, que debían representar el grado de civilización de la Argentina pero no gozaban aún de varios derechos y eran desde ese punto de vista todavía “menores” en algunos aspectos (más allá de la reforma del Código Civil en 1924) me parece significativa.

¹¹⁸ “Hacia 1860, cuando comenzó el aluvión inmigratorio, la mayoría de la población de la Capital y casi la totalidad de la del interior se había fundido en una población mestiza, de tipo distinto según las regiones (litoral, norteña o andina), por el distinto sustrato indígena”. Ángel Rosenblat, *La población indígena y el mestizaje en América*, Buenos Aires, Nova, 1954, p. 131. George Reid Andrews también recupera testimonios al respecto en *Los afroargentinos de Buenos Aires*, Buenos Aires, De la Flor, 1989, pp. 92-111.

componentes refieren, en razón de su filiación clásica, a la virtud y al decoro que, encarnado en las retratadas, se proponía a través de ellas como deseable para todas las argentinas.

Toda construcción de un ideal genera, no obstante, sus restos y negativos.¹¹⁹ Es en ellos que quisiera centrarme ahora, explorando en cambio contra qué otras tradiciones que también gravitaban en la cultura argentina de entresiglos se construyó aquel ideal de mujer argentina que, insisto, no solo constituía una expresión de deseo relativa a su apariencia física sino también respecto de sus cualidades morales. Desplazaré entonces el foco hacia las representaciones de mujeres en las que las tradiciones no occidentales juegan un papel central y en las que el ideal blanco, helénico, se pone en suspenso o se problematiza, específicamente a través de tres núcleos de representaciones femeninas —no siempre identificadas como “mujeres argentinas”— que se vinculan diversamente con las tradiciones oriental, afroamericana e indígena. Veremos cuáles son las inflexiones que definen la aparición de esas otras tradiciones en las representaciones visuales de mujeres en la prensa, partiendo de la hipótesis de que cada una de esas apariciones cristalizó diferentes actitudes hacia la otredad que agregaron matices al proyecto identitario que estaba teniendo lugar en la Argentina de principios de siglo.

Vale aclarar que al encarar en conjunto el análisis de la presencia de esas tres tradiciones no occidentales en las representaciones de mujeres no pretendo borrar las diferencias que estas tienen entre sí, ni unificarlas como una única otredad. Esta es, más bien, una decisión que obedece a la evidencia de que todas esas tradiciones impusieron una distancia con respecto al modelo dominante. Por otro lado, atenderé al hecho en primera instancia paradójico de que en algunos casos los repertorios visuales utilizados para comunicar un distintivo nacional a través de representaciones femeninas constituyeron un acervo común a otras naciones no solo latinoamericanas sino también europeas e incluso no occidentales en el más estricto sentido del término, lo que definitivamente instala una pregunta por la dinámica global-local de los procesos de modernización y construcción de la nación a la vuelta del siglo.¹²⁰

3.1 *Lejano, cercano Oriente: las representaciones femeninas como sitios de colonización*

Una de las fisuras más llamativas en la solidez del modelo clásico de representación de las mujeres argentinas fue la moda de inspiración oriental que encontramos permeando un vasto conjunto de representaciones visuales femeninas a partir del Centenario, y que consiste en la

¹¹⁹ En su estudio sobre las representaciones femeninas en la cultura argentina del cambio de siglo, en relación con el problema de la civilización y la barbarie y la conformación de un “discurso nacional”, Francine Masiello de hecho señala que este discurso depende de la mostración de la alteridad, “necesita del fragmento para organizar una imagen estructurada del conjunto”. La sección que sigue tiene relación con esta misma idea. “Introducción”, *Entre civilización y barbarie*, op. cit., p. 12.

¹²⁰ Véase a este respecto The Modern Girl Around the World Research Group, *The Modern Girl Around the World. Consumption, Modernity, and Globalization*, Durham y Londres, Duke University Press, 2008.

adopción de tocados y poses vinculados a una idea sobre Oriente de origen europeo, es decir, a un imaginario orientalista.¹²¹ Es posible distinguir al menos dos vertientes de este fenómeno. Por un lado, una fascinación con Oriente de raigambre literaria y pictórica que lo propuso como pura otredad y misterio, verificada en la recuperación, en la retratística fotográfica, las ilustraciones y las reproducciones de pintura, de elementos inespecíficamente orientales que en razón de su circulación intensa por lo menos desde el siglo XVIII significaban la “orientalidad” tal como la imaginaba Europa y, con ella, una porción de la Argentina. Por el otro, en una segunda vertiente lo árabe se presentó en su reformulación andaluza a la vez como elemento exótico y como rasgo cultural característico de la identidad española con la que la Argentina se encontraba restableciendo lazos a raíz de los festejos del Centenario. Esta segunda vertiente, que se hizo presente sobre todo en ilustraciones y en la reproducción de una gran cantidad de pinturas de temas españoles, configuró una expresión por cierto problemática de orientalismo que, con todo, habremos de tener en cuenta a la hora de señalar las referencias orientalizantes que atraviesan no pocas representaciones de mujeres en la prensa. Es preciso aclarar que ninguna de estas vertientes se articuló con los (escasos) registros visuales de la inmigración sirio-libanesa que tenía lugar en el período,¹²² y que en cuanto legítimamente oriental podría haber modulado las representaciones orientalizantes, lo que confirma que estas no funcionan como documentos, sino como sitios de negociación de conflictivos procesos sociales.¹²³

Las dos formas mencionadas de orientalismo convivieron en las representaciones femeninas que circularon en las revistas ilustradas: al tiempo que los tocados de perlas

¹²¹ Utilizo el término “orientalista” siguiendo a Edward Said, que lo define como el modo en que Europa se vinculó con Oriente no como espacio físico real, sino construyéndolo como su otro radical, como un concepto que reunía todo lo exótico y diferente. *Orientalismo*, Barcelona, Debolsillo, 2008 [1978].

¹²² Gladys Jozami recoge algunas estadísticas acerca del número de inmigrantes provenientes de países de habla árabe y señala que según los libros de desembarco, entre 1882 y 1925 ingresaron al país cerca de 80.000 personas de ese origen. Jozami, “Islam in Argentina”, *The Americas*, vol. 53, n° 1, Cambridge, julio de 1996, p. 74. En el mismo dossier, Ignacio Klich y Jeffrey Lesser hacen referencia a la conflictividad generada por este tipo de inmigración, “Introduction: ‘Turco’ Immigrants in Latin America”, pp. 1-14. En la prensa ilustrada del período he encontrado pocos artículos al respecto. Uno de ellos, bajo el título “Buenos Aires pintoresco”, describe el “barrio de los turcos” y entre las imágenes que reproduce se encuentran dos de mujeres: una anciana de negro y pañuelo en la cabeza, descripta como “una odalisca venida a menos”, y dos jóvenes vestidas con ropa modesta, referidas como “dos futuras huríes del paraíso de Mahoma”. Pero las imágenes en sí no remiten en nada al origen oriental de las retratadas y desde luego no llevan atributo alguno que justifique llamarlas odaliscas o huríes. *El Hogar*, año 13, n° 289, 16 de abril de 1915.

¹²³ Un estudio exhaustivo de las representaciones sobre Oriente que circulaban en la cultura argentina entre fines del siglo XIX y los años treinta es el de Martín Bergel, *El Oriente desplazado. Los intelectuales y los orígenes del tercermundismo en la Argentina*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, 2015. El trabajo de Bergel señala entre otras cosas la desconexión del tema orientalista de la inmigración efectiva procedente de países de habla árabe, y registra no solo la multiplicación de referencias orientalistas a principios del siglo XX sino también el viraje en la valoración de lo oriental en función del reposicionamiento argentino en el mapa internacional y en relación con la reacción antipositivista y cierta sintonía cosmopolita que permeó el pensamiento de las elites culturales en el cambio de siglo. Aunque lo desconocía en el momento en que realicé la primera aproximación a este tema (en “Las otras. Presencia de lo oriental, lo afroamericano y lo indígena en la representación de mujeres en la prensa periódica ilustrada argentina de las primeras décadas del siglo XX”, *19&20*, Río de Janeiro, vol. 10, n° 1, enero-junio de 2015, disponible en <http://www.dezenovevinte.net/uah1/jariza.htm>), el estudio de Bergel permite contextualizar muy adecuadamente las representaciones que analizo a continuación en este apartado.

colgantes, los turbantes y las pulseras de odalisca se volvían accesorios con los que se retrataban las mujeres de clase acomodada, las imágenes impresas celebraban a las bailaoras de flamenco con sus mantones de Manila y las proponían como vestigios sofisticados de una tradición propia, en sintonía con un hispanismo que rescataba con igual énfasis las herencias morisca y castellana.¹²⁴ Pero si el orientalismo fue un modo de vincularse con Oriente basado en la experiencia colonial europea, ¿qué sentido tuvo la moda orientalista en una nación como Argentina, no solo colonial sino colonizada por España, que en sí misma tiene una relación larga y compleja con lo oriental en su formulación andaluza? ¿Cuál fue la operación cultural subyacente a este fenómeno que, por otro lado, ocurrió simultáneamente en otros países?¹²⁵

Empezaré por analizar las formas de aparición de ambas vertientes. Respecto de la primera, el relevamiento confirma que en publicaciones dirigidas a un público cosmopolita y sintonizado con Europa, como *La Ilustración Sud-Americana*, *Mundial*, *Myriam* y *Plus Ultra*, las secciones de retratos fotográficos analizadas arriba también incorporaron ocasionalmente fotografías de mujeres adoptando vestimentas, accesorios o posturas reiterados en la pintura orientalista del siglo XIX que encontraban además un eco en las ilustraciones o en las reproducciones de pintura (Fig. 17). En las publicaciones de corte más popular, en cambio, la presencia de esos acentos se limitó mayormente a la publicidad y a las fotografías de mujeres del espectáculo. Otras fuentes concurren a abonar la hipótesis de que se trató de una moda representada como “aristocrática”, importada de París y asociada a un estilo de vida moderno. Tanto en las memorias de Victoria Ocampo como en las de Carmen Peers de Perkins se hace referencia al impacto producido en la moda elegante por los *ballets russes*, a los nuevos tocados

¹²⁴ A fines del siglo XIX, en un debate cuyos ecos continuaban a principios del siglo XX, la propia España se había preguntado por las raíces de su identidad cultural. La oposición en este debate de una “España negra”, católica y oscura, y una “España blanca”, festiva y luminosa, que tuvo en la pintura su condensación más clara, se trasladó incluso a Iberoamérica donde, sin embargo, el hispanismo fue entendido como recuperación y revalorización tanto de los componentes castizos como andaluces. Algunos elementos para situar esta corriente intelectual en el contexto argentino del Centenario en Carlos Altamirano y Beatriz Sarlo, “La Argentina del Centenario: campo intelectual, vida literaria y temas ideológicos”, *Ensayos argentinos. De Sarmiento a la vanguardia*, Buenos Aires, Ariel, 1997 [1983]; Fernando Devoto, *Nacionalismo, fascismo y tradicionalismo en la Argentina moderna*, *op. cit.*, pp. 44-46. Sobre el hispanismo en las artes en Argentina, ver entre otros Rodrigo Gutiérrez Viñuales, *La pintura argentina. Identidad nacional e hispanismo (1900-1930)*, Granada, Universidad de Granada, 2003; “El hispanismo como factor de mestizaje estético en el arte americano (1900-1930)”, AA.VV., *Iberoamérica mestiza. Encuentro de pueblos y culturas*, Madrid, SEACEX, 2003, pp. 167-185.

¹²⁵ Más allá de las pinturas sobre Oriente que se produjeron a lo largo de toda la modernidad, a principios del siglo XX, cuando los temas pictóricos orientalistas ya habían pasado a ser algo residuales, el orientalismo terminó de instalarse definitivamente en la moda femenina europea, y de allí se extendió al resto del mundo, reproduciendo la mirada exotizante incluso sobre tradiciones folclóricas locales. Desde este punto de vista no es un fenómeno en modo alguno argentino, y basta mirar cualquier publicación ilustrada del período para identificar numerosos ejemplos de la extensión de esa moda en la cultura visual global. Cf. Patricia Mears, “Orientalism”, en Valerie Steele (ed.), *Encyclopedia of Clothing and Fashion*, Farmington Hills, Thomson Gale, 2005, vol. 3, pp. 4-7. Específicamente sobre la difusión en Argentina de noticias sobre Oriente y referencias orientalistas, Bergel, *op. cit.*, y sobre motivos pictóricos, bibliografía e indumentaria de corte orientalista, así como de su recepción por parte de la crítica, Esther Espinar Castaner, “Gregorio López Naguil y la crítica artística orientalista en Buenos Aires”, *Cuadernos del CILHA*, vol. 13, n° 16, Mendoza, 2012, pp. 80-104.

con forma de turbantes (“inspirados quizás en Scheherazade”),¹²⁶ y a ese “soplo de barbarie”¹²⁷ que la nueva moda trajo consigo, tal como señalan, no sin horror, las publicaciones populares:

Mi esposa (...) —se queja un padre en una carta a la sección “Charla femenina” de la revista *Iris*— era una mujer discreta en su vestir y en su hablar. (...) actualmente se ha entregado por completo al modernismo y ha cambiado totalmente su persona. (...)

¡Mis hijas! (...) Me indignan sus indumentarias livianas, exageradamente cortas y escotadas. Yo creí siempre que ese modo de vestir era tan solo para cierta categoría de mujeres. (...)

Parece que todavía nos falta el don de un gusto nuestro, íntimamente ligado a nuestras costumbres y a nuestras tradiciones.¹²⁸

El texto está ilustrado por una figura femenina enfundada en un vestido escotado hecho de telas superpuestas —un principio opuesto a la sastrería occidental— y un tocado consistente en un turbante con plumas, comúnmente asociado a la moda orientalista (Fig. 18).¹²⁹ La cita sugiere que esta moda no solo podía ser percibida como indeseable por extranjera e indecorosa porque exponía áreas del cuerpo femenino, sino porque era propia de las mujeres del espectáculo, no del todo decentes o indecentes del todo: bailarinas como Ida Rubinstein (que fue convocada por Diaghilev para actuar en la producción de *Scheherazade* por los *ballets russes* en 1910) y otras *demi-mondaines* como Mata Hari, que algunos años antes habían instalado en París el gusto por las danzas exóticas, los elaborados tocados de perlas y los sugerentes vestidos orientalizantes.

Sin embargo, a juzgar por las numerosas fotografías de bailarinas y actrices que presentaban sus espectáculos en Buenos Aires, y que aparecían vestidas a la oriental en las secciones gráficas en todo tipo de revistas,¹³⁰ esas artistas europeas tenían una larga lista de seguidoras que el público acogía favorablemente (Fig. 19 a-c). Por otro lado, las referencias orientalizantes fueron también utilizadas en la ilustración publicitaria para asociar los productos publicitados a la sensualidad y la belleza (Fig. 20), lo que señala, además de la relativa aceptación que tenía ese imaginario, que el componente “aristocrático” que se le había adosado a través del retrato fotográfico de estudio era también rentable para vender productos a

¹²⁶ Victoria Ocampo, *Testimonios: sexta serie*, Buenos Aires, Sur, 1963, p. 33.

¹²⁷ Carmen Peers de Perkins, *Éramos jóvenes... seguimos andando. El siglo y yo*, Buenos Aires, Letras de Buenos Aires, 1983, p. 56.

¹²⁸ *Iris*, año 2, n° 54, 11 de marzo de 1921.

¹²⁹ Véase Harold Koda y Andrew Bolton, “Paul Poiret (1879-1944)”, en *Heilbrunn Timeline of Art History*, Nueva York, The Metropolitan Museum of Art, 2000, www.metmuseum.org/toah/hd/poir/hd_poir.htm (septiembre de 2008, consultado por última vez el 30 de diciembre de 2015); Richard Harrison Martin y Harold Koda, *Orientalism. Visions of the East in Western Dress*, Nueva York, The Metropolitan Museum of Art, 1994.

¹³⁰ Fotografías de mujeres del espectáculo en atuendo orientalista pueden verse, entre otros ejemplos, en *Tit-Bits*, año 2, n° 30, 29 de enero de 1910; *Mundo Argentino*, año 2, n° 62, 13 de marzo de 1912; *Mundial*, año 3, n° 29, septiembre de 1913; *Myriam*, año 2, n° 4, mayo de 1917; *Vida Porteña*, año 5, n° 188, 19 de junio de 1917; *Iris*, año 1, n° 52, 25 de febrero de 1921; *El Sol*, año 1, n° 2, 29 de septiembre de 1928.

mujeres de otros sectores sociales, más allá de la condena por extranjerizante que pudiera recibir esa moda en las secciones de opinión.

Más aún, podría argumentarse que el hecho de que esa cualidad ilícita se encarnase en un estilo que significaba a un otro fue lo que aseguró su éxito y su efectividad para correr algunos de los límites impuestos a la definición de “la mujer argentina” hacia fines de la primera década del siglo XX.¹³¹ No obstante, no habría que exagerar tampoco el arraigo de esta moda orientalista, ya que en la práctica, tal como fue adoptada por las argentinas, no tuvo una especificidad local visible, consistió más que nada en *acentos* orientalizantes, y se dio sobre todo en el terreno de la representación (fotográfica en primer lugar), no del uso cotidiano, lo que me inclina a entenderla como un gesto hasta cierto punto consciente, con una significación cultural propia. El dato de que esta moda fuera usada sobre todo para retratos y figuraciones en la prensa suspende, por otra parte, su incompatibilidad con el imperativo del decoro doméstico bajo el que vivía la mayor parte de las mujeres. Sugiero interpretarlo, por eso mismo, como un gesto de afirmación deliberado que funcionó en el plano de la fantasía sin poner en riesgo la respetabilidad ni la hegemonía del modelo clásico, y que sirvió en cambio para incorporar significados a la definición de “mujer argentina”.

En efecto, los elementos orientalizantes que organizan el exotismo¹³² de algunos retratos fotográficos de mujeres de la alta burguesía, al igual que los retratos de actrices, son pocos, pero eficaces: reiteran el tocado hecho de perlas que cuelgan de una oreja a otra por debajo del mentón y que se distribuyen por encima de la cabeza en estructuras con diseños geométricos, a veces rematadas por plumas, dándole al rostro un marco llamativo (Fig. 21 a-d). Otras veces, un gran medallón metálico (que en algo remite a la bandeja de Salomé) funciona como marco exotizante (Fig. 22). Con algunas poses y gestos se retoma la sintaxis de la pintura orientalista europea, como el abandono en los brazos y manos, la cabeza hacia atrás o hacia el lado en

¹³¹ Cabe señalar que así como fue representada como “bárbara”, la moda oriental se asoció también con la idea de libertad y modernidad de un modo llamativo para la mentalidad occidental contemporánea, que asigna a los pueblos orientales costumbres unilateralmente despóticas y retrógradas. En la revista *Olympia*, por ejemplo, un artículo oponía las rigideces occidentales con respecto a la moda femenina a la modernidad de los mandatarios orientales respecto del mismo tema: “Mientras la Sociedad de las Naciones, el supremo tribunal defensor de los derechos del hombre, atropella los de la mujer, poniendo restricciones a la vestimenta de sus empleadas (...) en Oriente ocurre todo lo contrario. Sus dictadores lo son a la inversa que en Occidente: Kemal Pachá usa su poder omnímodo para desterrar el velo con que la mujer turca cubría, por mandamiento religioso, su rostro, la reina Sourya de Afganistán predica con el ejemplo vistiendo a la moderna; en Siria se celebra una manifestación en la que marchan todas las mujeres con la cara descubierta. (...) Dirijamos, pues, nuestra vista hacia Oriente y nos evitaremos el peligro de tropezar y caer por andar a tientas”, “La libertad en la elegancia mantendrá su imperio”, *Olympia*, año 3, n° 33, 6 de febrero de 1929, p. 49. Posiblemente una perspectiva de este tipo se entroncara con el cambio de actitud respecto de la idea de Oriente que tuvo lugar en Argentina en la década del veinte y que, como mencionara arriba, ha documentado Martín Bergel en su libro, *El Oriente desplazado*, *op. cit.*, capítulo 2.

¹³² Peter Mason sugiere que el exotismo es, ante todo, un “efecto representacional”; una referencia descontextualizada de algo tomado de otra parte, que adquiere un nuevo sentido en un nuevo contexto. Creo que esta definición es adecuada para caracterizar el exotismo de los retratos orientalistas de las señoritas distinguidas. “Infelicitities, or the exotic is never at home”, *Infelicitities. Representations of the Exotic*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1998, pp. 1-15.

gesto meditativo, la otra mano sobre el pecho o sosteniendo la cabeza; el aire perezoso, la mirada incitante, afirmativa, gestos que leídos en serie con las representaciones de Oriente que circulaban en las ilustraciones, las pinturas y las películas, contribuyen a connotar en estas representaciones la idea de exotismo. Pero ¿con qué objetivo? ¿Qué significa retratarse para una revista ilustrada en un atuendo que remite a una moral sexual heterodoxa, en pose de lánguido ofrecimiento, mirando sugestivamente hacia la cámara?¹³³ (Fig. 23 a y b).

De las propias imágenes y los textos que las acompañan surgen algunas hipótesis: en primer lugar, la idea de que la emulación de esa moderna moda europea funcionó como una forma alternativa de enfatizar la distinción de las argentinas, con la salvedad de que se trataba de una moda europea que al tiempo que afirmaba la diferencia del otro y se permitía gozar de lo prohibido en virtud de esa diferencia, lo sometía a una mirada normativa que confirmaba la superioridad sobre él.¹³⁴ En este sentido, si la moda orientalista europea fue una forma de apropiación y posicionamiento con respecto a un otro (exótico y sensual aunque barbárico), la moda orientalista argentina, calcada de la europea, podría ser entendida como una aspiración —de un grupo social reducido pero influyente— de trascendencia de una condición cultural subalterna, heredada de la colonia, y de posicionamiento en igualdad de condiciones con respecto al Viejo Continente.¹³⁵

¹³³ La mayoría de estos retratos aparecieron en las revistas *La Ilustración Sud-Americana*, *Plus Ultra* y *Myriam*. De los que he encontrado, los que recrean el escenario del harén de forma más completa son “Cuadro oriental formado por la señora Elena Pech de Raynaud y por las señoritas Fany y Teresa Pouchan”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 485, 15 de marzo de 1913 y “Señoritas Hortensia Figueroa y Marga Peña”, *Myriam*, año 2, n° 1, febrero de 1917. Véase también “Señorita Josefina Udaondo”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 503, 15 de diciembre de 1913; “Señoritas Silvina Cobo y María Elena Saguier”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 495, 15 de agosto de 1913. Algunos otros de medio cuerpo, en los que priman los accesorios, son “María Teresa Pearson Quintana”, *Myriam*, año 1, n° 6, diciembre-enero de 1915-1916; “Señorita Mercedes de Alvear”, *Myriam*, año 2, n° 8, junio de 1916; “Srta. Elvira Bosch Alvear”, *Plus Ultra*, año 2, n° 9, enero de 1917; “Isabel Pearson Quintana”, *Plus Ultra*, año 3, n° 24, abril de 1918; “Señorita Josefina Díaz Vélez Escalada”, *Plus Ultra*, año 7, n° 75, julio de 1922; “Señorita Marina Pilar Mauriño”, *Plus Ultra*, año 9, n° 95, marzo de 1924; “Elvira Láinez. Deslumbradora visión del misterioso Oriente”, *Plus Ultra*, año 11, n° 125, septiembre de 1926; pero también ocasionalmente en *El Hogar*, como en “Sra. M. Ortiz Basualdo de Becú”, año 15, n° 432, 11 de enero de 1918; “Señorita Elvira Láinez”, *Para Ti*, año 5, n° 228, 21 de septiembre de 1926 (esta foto salió ese mismo mes reproducida en *Plus Ultra*, año 11, n° 125, septiembre de 1926, y sería reproducida dos años más tarde en *El Hogar*, año 24, n° 991, 12 de octubre de 1928).

¹³⁴ Para un análisis de las operaciones ideológicas implicadas en la pintura orientalista del siglo XIX véase Linda Nochlin, “The imaginary Orient”, en *The Politics of Vision. Essays on Nineteenth-Century Art and Society*, Nueva York, Harper & Row, 1989, pp. 33-59.

¹³⁵ Algunas reflexiones sobre esto en Jill Beaulieu y Mary Roberts, *Orientalism's Interlocutors: Painting, Architecture, Photography*, Durham y Londres, Duke University Press, 2002, y en relación con el contexto argentino Martín Bergel, *El Oriente desplazado*, op. cit. Según Bergel, de hecho, la utilización de referencias a Oriente como modo de afirmar la superioridad cultural argentina (por oposición, y en dependencia de una asociación de lo oriental a valores negativos) fue un expediente usual de la intelectualidad argentina del siglo XIX (con Sarmiento a la cabeza). Es la actitud que, según Bergel, vira en los años veinte hacia una representación más positiva, que a su vez habilita, según pienso, que en las revistas argentinas aparezcan representaciones de mujeres de la alta sociedad vestidas a la oriental. La operación a la vez continúa afirmando cierta superioridad y se beneficia, en un contexto en que la propia definición de feminidad muta, de los nuevos significados asociados a la idea de Oriente. En otro orden, si la relación con el modelo pictórico orientalista europeo es tan estrecha como sugiero, lo que falta en estas recreaciones son los sirvientes negros (muy convocados en este tipo de pintura), que precisamente enfatizaban las diferencias de estatus dentro de la misma estructura del harén: sirvientes

Pero esta operación de apropiación no carece de dobleces: al localizarse en mujeres de la alta burguesía, estos gestos orientalistas podían ser concebidos tanto como un dispositivo de afirmación de modernidad y superioridad cultural, como de posesión y sujeción:¹³⁶ echadas sobre alfombras, en recintos cerrados que recuerdan a las representaciones de cautivas en harenes, entregándose pasivamente a la mirada de un espectador, provocándola a través de gestos largamente codificados como sensuales, estas mujeres funcionaron a la vez como sujetos de esa modernidad y superioridad y como objetos de goce estético; como misterio tan impenetrable como Oriente y como territorios a conquistar que a fin de cuentas apenas condimentaban con un dejo de exotismo lo que se esperaba de una mujer a la vez moderna, deseable y disponible: al igual que la misma nación argentina. La dimensión fantástica de la operación se cimentaba, por otra parte, en la propia vocación exhibicionista de estas representaciones, que al ofrecerse a la mirada del espectador violaban el principio rector del harén oriental: su inaccesibilidad a los ojos masculinos.¹³⁷

Sin embargo, no quisiera dejar de mencionar aquí cuán significativo es el hecho de que algunas mujeres decidieran personalmente retratarse en esos atuendos, dar resonancia a ese eco de libertad sexual y estructuras familiares poligámicas que iba al choque contra la moral burguesa dominante. Porque si bien es innegable que el imaginario orientalista, y en especial la representación del harén, ha funcionado históricamente como una fantasía erótica masculina, las fuentes visuales y textuales señalan que hasta cierto grado la decisión de adoptar esa referencia cultural y los sentidos asociados a ella era de las propias mujeres que encargaban sus retratos, seguían una moda específica a la hora de vestirse para eventos sociales, asistían a determinados espectáculos y consumían accesorios de moda difusamente orientalizantes que habían visto promocionados en las revistas ilustradas. Por este motivo, me permito sugerir que para algunas mujeres las revistas —o en todo caso la fotografía— funcionaron como mediadoras y articuladoras de deseos identitarios *otros* que excedían los límites de la feminidad sancionada como viable en la Argentina del período,¹³⁸ sin tampoco desmarcarse de ella del todo, en especial

negros al servicio de cautivas blancas. Me pregunto si en virtud de la popularidad de ese tipo de pintura en los ambientes letrados, el carácter “superior” de las mujeres del harén no quedaría quizás sobreentendido, abonando aún más el argumento en favor de la comprensión de esta moda como un dispositivo de afirmación de superioridad cultural, aun sin la presencia de los sirvientes.

¹³⁶ Una señorita distinguida, por ejemplo, fue descripta junto a su retrato (que la mostraba de perfil y con turbante) como “Un tipo de belleza íntegramente argentino. Lo es, desde luego, por la expresión de inteligencia discreta, aristocrática, intuitiva. Lo es por todos los rasgos del semblante (...) y hasta por la reminiscencia de pasividad oriental que trae su actitud involuntariamente profunda (...)”, en *Almanaque de la Mujer*, año 2, n° 2, 1930, p. 137.

¹³⁷ Sobre esta dialéctica propia de las representaciones visuales del harén, y su relación con la fantasía, véase Ruth B. Yeazell, *Harems of the Mind. Passages of Western Art and Literature*, New Haven y Londres, Yale University Press, 2000.

¹³⁸ Yeazell insiste justamente sobre la dimensión casi instrumental de la imaginación acerca de la diferencia de Oriente respecto de Occidente, la variedad de usos a los que sirve la representación de la diferencia, un punto que permite pensar las apropiaciones orientalizantes en la prensa más allá de la fantasía erótica inmediata. Por otro lado, al igual que la figura de la *flapper*, la referencia orientalista de estos retratos desplazaba la pretensión

porque la escenificación orientalista permitía, al mismo tiempo, que esas fotografías fueran y no fueran retratos (que esas mujeres concretas fueran y no fueran el tema de la fotografía).¹³⁹

El caso de las figuras de andaluzas que componen la segunda vertiente mencionada, por otra parte, es bien distinto. Estas representaciones cubren un espectro de publicaciones más amplio, desde las más baratas y efímeras hasta las de gran formato, precio alto y mayor envergadura material (Fig. 24 a y b). Teniendo en cuenta que en los textos periodísticos se las asocia comúnmente con la cultura mora,¹⁴⁰ propongo pensarlas como un “orientalismo de simbiosis”¹⁴¹ que, en vez de diferenciar y rebajar, exhibió a lo andaluz como un legado cercano y valorable, y que debe entenderse en serie no solo con la revalorización local de la cultura española en general sino específicamente de su componente árabe. Véase por ejemplo el marco figurativo que reitera en sus dos primeros números la portada de la revista *América Hispana*: un arco túmido, típico de la arquitectura islámica, rodeado de motivos decorativos abstractos, que encuadra en un caso un paisaje y en otro la vista de la iglesia jesuita de Alta Gracia, en la provincia de Córdoba, aunando en una misma composición el legado cristiano y el árabe.¹⁴² Esta revalorización fue visible, además de en las revistas, en proyectos arquitectónicos y programas decorativos contemporáneos de estilo morisco, entre otros el Salón Alhambra del Club Español de Buenos Aires o algunas estaciones del subterráneo decoradas con motivos islámicos,¹⁴³ que en el contexto inmigratorio argentino fueron comprendidos, según Gutiérrez

de libertad desde la política hacia la sexualidad, aunque sin riesgo de desorden social. Sobre esto último, Carolyn Kitch, “The flapper”, *The Girl on the Magazine Cover*, *op. cit.*, pp. 121-135. En el orden de las prácticas, por otra parte, recordemos que algunos viajeros que visitaron la Argentina a principios de siglo señalaron la doble moral que reinaba en el país y la naturalización de que los hombres tuvieran amantes, un comportamiento que J. A. Hammerton vinculó específicamente con la moral oriental llamándolo “actuar como un pachá”, lo que nos hace de nuevo redimensionar la iconografía del harén. Véase J. A. Hammerton, *The Real Argentine. Notes and Impressions of a Year in the Argentine and Uruguay*, Nueva York, Dodd, Mead and Company, 1915, p. 214. Sobre la moral de los argentinos y las relaciones de género a principios de siglo comentada por los viajeros véase Milagros Belgrano Rawson (de donde tomé la referencia a Hammerton), “Sofocante Buenos Aires. Representaciones de género en la literatura de viajes sobre Argentina (1880-1920)”, *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, 10 de enero de 2010, <http://journals.openedition.org/nuevomundo/58439>; (consultado por última vez el 3 de enero de 2017).

¹³⁹ Véase Marcia Pointon, *Portrayal and the Search for Identity*, Londres, Reaktion Books, 2013.

¹⁴⁰ Un poema titulado “Andaluza”, de Francisco Aníbal Riu, señala por ejemplo este vínculo: “Trasunto del colorido / del sentimiento español, / como un ámbito de sol / en tus mejillas fundido... / Tiene tu carne el latido / de los morunos regazos / y cuando ciñes los lazos / de tus amores espacias... / buenaventuras de gracias / en el arco de tus brazos”. *Caras y Caretas*, año 14, n° 674, 2 de septiembre de 1911.

¹⁴¹ “Por encima de todo me parece que la simbiosis entre España y el islam nos proporciona un maravilloso modelo alternativo al crudo reduccionismo de lo que se ha dado en llamar ‘el choque de civilizaciones’”. Edward Said, “Prólogo a la nueva edición española”, en *Orientalismo*, *op. cit.*, p. 10. En sintonía, Martín Bergel ha propuesto el término “orientalismo invertido” para referir a la revalorización de lo oriental en la Argentina de la década del veinte. Es esa actitud la que se explora en lo que sigue del apartado: en palabras de Bergel, “la posibilidad de pensar al Oriente ya no como una diferencia —una otredad— de la cual, en pos de conquistar un camino de progreso, era preciso separarse, sino como un espacio de complicidad con el cual era posible y aun deseable converger” (en el caso aquí tratado específicamente a través del legado andaluz). La cita en Bergel, *El Oriente desplazado*, *op. cit.*, p. 15.

¹⁴² *América Hispana* apareció en julio de 1920 con el objetivo de fomentar los vínculos hispano-americanos, y comprendía una selección de artículos de autores españoles y argentinos. Se distribuía en varios países.

¹⁴³ El Salón Alhambra, del arquitecto Enrique Folkers, con decoración mural de Francisco Villar y Léonie Matthis, se inauguró en 1912. Desde principios de los años treinta se inauguraron estaciones de la línea C del

Viñuales, “como una de las maneras de brindar a los recién llegados referencias a través de las cuales se sintieran identificados”.¹⁴⁴

Más aún, tanto las pinturas de motivos andaluces como los proyectos arquitectónicos de estilo neoárabe constituyen un capítulo específico de la historia del arte español (y también del arte americano) que ha sido estudiado en relación con el orientalismo europeo en cuanto manifestación diferencial de ese fenómeno cultural.¹⁴⁵ Estos enfoques legitiman la interpretación en clave orientalista de una buena parte de las pinturas y materiales visuales de procedencia española que circularon no solo en Argentina sino en toda América Latina gracias a las gestiones de marchands peninsulares que buscaban (y encontraron) aquí un interesante nuevo mercado para sus artistas.¹⁴⁶ La adquisición de obras de este tipo por parte de coleccionistas locales, su reproducción profusa en las revistas ilustradas y la emulación de sus temas y procedimientos por los artistas vernáculos sin duda contribuyeron a revalorizar la cultura española en el ámbito local, que comenzó a ser representada como parte del pulso de la ciudad.¹⁴⁷ Por ejemplo, en un texto de 1912 aparecido en *Caras y Caretas* ilustrado por el español Alejandro Sirio con figuras de bailaoras, un articulista describía una reunión de españoles del siguiente modo (Fig. 25):

subterráneo de Buenos Aires con decoraciones murales de motivos españoles, concebidas por Martín Noel y Manuel Escasany. La estación Independencia, en especial, está decorada con vistas de Granada y otras ciudades del sur de España, y con mayólicas que reproducen la divisa árabe “Y no hay vencedor sino Dios”.

¹⁴⁴ Gutiérrez Viñuales, “El hispanismo como factor de mestizaje estético en el arte americano (1900-1930)”, *op. cit.*, p. 170.

¹⁴⁵ Gutiérrez Viñuales, “El orientalismo en el imaginario urbano de Iberoamérica. Exotismo, fascinación e identidad”, en J. A. González Alcantud (ed.), *El orientalismo desde el sur*, Barcelona, Anthropos, 2006, pp. 231-259; Luis Sazatornil Ruiz, “Andalucismo y arquitectura en las Exposiciones Universales 1867-1900”, en *Andalucía: una imagen en Europa (1830-1929)*, Sevilla, Fundación Centro de Estudios Andaluces, 2008. Téngase en cuenta que el folclore español fue objeto de una mirada exotizante tanto desde la propia España como desde afuera (por muchos artistas modernos), en una operación análoga a la que llevaron adelante, por ejemplo, los artistas rusos respecto de sus propias costumbres nacionales, recuperadas como elementos exóticos. Véase AA.VV., *La noche española. Flamenco, vanguardia y cultura popular 1865-1936*, Madrid, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2008. Hubo además pintores españoles que produjeron pintura orientalista sobre temas situados fuera de sus fronteras nacionales. Sobre este tema Enrique Arias Anglés, *Pintura orientalista española 1890-1930*, Madrid, Fundación Banco Exterior, 1988; del mismo autor “La visión de Marruecos a través de la pintura orientalista española”, *Mélanges de la Casa de Velázquez*, 2007, <http://mcv.revues.org/2821> (consultado por última vez el 30 de diciembre de 2015), y la producción de artistas como Jenaro Pérez de Villaamil, Mariano Bertuchi, Antonio Fabrés, etc.

¹⁴⁶ Al respecto, María Isabel Baldasarre, *Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2006; Ana María Fernández García, *Arte y emigración. Catálogo de pintura española en Buenos Aires*, Oviedo, Universidad de Oviedo, 1997; de la misma autora, *La pintura española en Buenos Aires, 1880-1930*, Oviedo, Universidad de Oviedo, 1997. Sobre los intercambios entre España y Argentina véase también Yayo Aznar y Diana Wechsler (comp.), *La memoria compartida. España y la Argentina en la construcción de un imaginario cultural 1898-1950*, Buenos Aires, Paidós, 2005.

¹⁴⁷ María Elena Babino se refiere a la difusión de obras españolas y a algunos intercambios entre artistas españoles y argentinos a través de las revistas ilustradas, las exposiciones y los salones. “Los modelos españoles en la construcción de la identidad artística argentina 1910-1930”, *Rasgos de identidad en la plástica argentina*, Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano, 1994, pp. 79-107.

Buenos Aires puede permitirse el lujo de disfrutar de todos los espectáculos del mundo, por trasplante. Y arraigan de tal modo, por exóticos que parezcan, que las veces desconoce uno la ciudad (...).

Días atrás, pasando por la calle Rivadavia los jacarandosos ¡jolés!, y las palmas de la flamenquería importada, nos hicieron detener el paso ante un negocio que ostentaba el título “Colmao Sevillano”. (...)

Lo que provocaba la admiración de toda aquella flamenquería trasplantada era una graciosa hembra que subida encima de una mesa, y al compás del guitarrero de dos chulos y del alegre sonar de las castañuelas, se bailaba un garrotín con todas las de la ley.

La moza era bella en verdad, de esa belleza luciférica que atrae a los hombres, su cuerpo se cimbreaba con gracia y desenvoltura, sus pies trazaban ágiles trenzados y repiqueteaban armónicamente sobre la mesa.¹⁴⁸

Más allá de las referencias que aluden a la escena como algo de carácter exótico, importado, trasplantado, pero arraigado en la ciudad, lo que interesa señalar a partir de esta cita, y en vista de las innumerables representaciones de andaluzas que poblaron las revistas ilustradas, es que parte de aquella revalorización de lo español se sustentó en representaciones de mujeres exotizadas tanto a través de accesorios poco comunes en el atuendo cotidiano femenino de estas latitudes (peinetas, mantillas, abanicos, vestido de falda ancha con volados y mantones de Manila, que por su misma procedencia referían a lo oriental)¹⁴⁹ como a través de poses y gestos codificados en la pintura orientalista sobre temas españoles, y que aparecieron no solo en reproducciones de pinturas (españolas y argentinas)¹⁵⁰ (Fig. 26) sino también en ilustraciones y fotografías de bailaoras que se presentaban en los teatros locales y extranjeros¹⁵¹ (Fig. 27), en fotografías de fiestas de colectividades españolas¹⁵² (Fig. 28), en disfraces de carnaval,¹⁵³ en publicidades¹⁵⁴ y también, en ocasiones, en las secciones de retratos fotográficos de señoritas distinguidas (Fig. 29).

Además de exóticas, sobre todo en las ilustraciones y pinturas las andaluzas aparecían como mujeres de una sexualidad intensificada y en ocasiones hasta peligrosa, connotada por su

¹⁴⁸ Eduardo Marthur, “La perla del Colmao”, *Caras y Caretas*, año 15, n° 730, 28 de septiembre de 1912.

¹⁴⁹ Nótese, por ejemplo, que la ganadora del concurso de Miss Argentina de 1930 fue fotografiada en *Crítica* vistiendo un mantón de Manila, que como ha señalado Cecilia Tossounian al analizar esta imagen, “no solo comunicaba la idea de exotismo, sino también de cosmopolitismo”. En Tossounian, *op. cit.*, p. 230.

¹⁵⁰ “Las tres gracias”, *Plus Ultra*, año 2, n° 15, julio de 1917; “La danza”, *Plus Ultra*, año 2, n° 14, junio de 1917; “Gitana”, *Plus Ultra*, año 3, n° 23, marzo de 1918; “Florista andaluza”, *El Hogar*, año 15, n° 434, 25 de enero de 1918; “La mujer del mantón amarillo”, *Plus Ultra*, año 4, n° 43, noviembre de 1919; “Bailes gitanos. Bulerías”, *Plus Ultra*, año 5, n° 53, septiembre de 1920; portada de *Iris*, año 1, n° 49, 4 de febrero de 1921; portada de *Para Ti*, año 1, n° 28, 21 de noviembre de 1922.

¹⁵¹ El caso paradigmático es sin duda el de “La argentina”, una célebre bailaora y coreógrafa de padres españoles que hizo una notable carrera en Europa, especialmente en París, lo que refuerza la idea de que la danza española era percibida como algo casi tan exótico como los *ballets russes*. Ninotchka Devorah Bennahum, *Antonia Mercé, “La Argentina”: Flamenco and the Spanish Avant Garde*, Hanover y Londres, Oxford University Press, 2000. “La argentina” apareció por ejemplo en *Plus Ultra*, año 13, n° 149, septiembre de 1928; *Femenil*, año 2, n° 31, 12 de abril de 1926. Otro ejemplo en “La macarena, danzarina española que con gran suceso se presenta en el teatro Avenida”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 53, 10 de enero de 1912.

¹⁵² Por ejemplo, entre otros, “En los pabellones de España. Fiestas regionales”, *Caras y Caretas*, año 13, n° 633, 19 de noviembre de 1910.

¹⁵³ “Otra vez Momo ríe”, *Olympia*, año 3, n° 33, 6 de febrero de 1929.

¹⁵⁴ Como la de jabón Reuter, “La salida de la fábrica”, *Fray Mocho*, año 4, n° 143, 22 de enero de 1915.

belleza “luciférica”, en palabras del cronista citado arriba, su mirada penetrante y sus gestos extáticos, que también las volvían irremediabilmente seductoras. Aquí, las representaciones femeninas se prueban nuevamente como sitios de interacción y negociación de procesos sociales, sujetos y objetos de colonizaciones simbólicas, más que simples registros de gustos, costumbres o modas. Ya que la figura de la andaluza funcionó no solo como sinécdoque de lo español sino también como *dark lady*, un tropo que Griselda Pollock ha definido como “una de las caras de una polarización cultural de la feminidad que opone una feminidad domesticada, ya virginal o maternal (la *white lady*) a una figura peligrosa, sexualmente dominante o seductora ubicada siempre en otro lugar, conectada con los espacios de la alteridad y el exotismo, y por tanto de la sexualidad fuera de regulación”.¹⁵⁵ En cuanto tal, la andaluza condensó con eficacia las ambigüedades suscitadas por la inmigración, al igual que aquella intensamente deseada y temida al mismo tiempo.¹⁵⁶

Pero si la multiplicación de estas figuras fue un fenómeno latinoamericano —e incluso internacional— antes que argentino:¹⁵⁷ ¿puede ser asociado al problema de la construcción de una representación nacional? Si seguimos la opinión de Gutiérrez Viñuales, para quien la Argentina se convirtió en “piedra angular del hispanismo propiciado desde España”,¹⁵⁸ pienso que sí. Más allá de la gravitación innegable de los ilustradores españoles en la industria editorial argentina del período, que explicaría las preferencias por los motivos y temas de ese origen, quisiera sumar a la hipótesis anterior la idea de que estas representaciones de andaluzas también resultaron convocantes y fueron tan reiteradas porque establecían lazos de continuidad entre la nueva Argentina de los inmigrantes españoles y la vieja Argentina del pasado colonial;¹⁵⁹ una continuidad que buscó su expresión en discursos diversos, de los cuales el visual no fue el menor.

¹⁵⁵ “A tale of three women. Seeing in the dark, seeing double, at least, with Manet”, *Differencing the Canon. Feminist Desire and the Writing of Art's Histories*, Londres y Nueva York, 1999, p. 249.

¹⁵⁶ Nira Yuval-Davis señala en esta línea que la representación corporal del “otro” tiende a poner la sexualidad en el centro del imaginario racial y contribuye a proyectar sobre ese otro tanto placeres como temores. *Gender & Nation*, *op. cit.*, en especial pp. 51-53.

¹⁵⁷ Considérense, por ejemplo, *La dama del mantón* (1914) y *La criolla del mantón* (1915), de Saturnino Herrán, o la fotografía del mismo título de Librado García Smarth (1922), reproducida en Carlos A. Córdova, *Tríptico de sombras*, México D.F., Conaculta/Cenart/Centro de la Imagen, 2012, p. 81. Pintura española circuló en toda América hispana, véase por ejemplo el catálogo *Pintura española en Chile*, Santiago de Chile, Museo de Bellas Artes, 1999. Más aún, como me ha señalado Cecilia Tossounian, el mantón de Manila se utilizó como elemento exotizante y modernizante en todo el mundo durante este período.

¹⁵⁸ “El hispanismo como factor de mestizaje...”, *op. cit.*, p. 177.

¹⁵⁹ Un dato pertinente en este sentido es el que señala Miguel Ángel Berlanga, para quien según las estadísticas, en el siglo XVI el 40% de los emigrados a América eran andaluces. “A partir de la segunda mitad del siglo XVII, la emigración andaluza comenzó a descender, al tiempo que aumentaba la de gallegos, cántabros y vascos, llegando incluso a ser minoritaria la presencia de andaluces en la América contemporánea. Pero el hecho de que Andalucía protagonizara lo que Domínguez Ortiz llama los ‘años fundacionales’, le lleva a concluir que ‘andaluces, sostenidos por extremeños y canarios, configuraron la sociedad colonial durante un siglo largo, le dieron su arte, su lengua, sus costumbres, y no sólo a criollos sino a la población de color. Después, este crisol ha seguido actuando como instrumento de asimilación’”, “Lo andaluz popular y los gitanos”, en *El flamenco, un arte musical y de la danza*, Granada, Universidad de Granada (http://www.ugr.es/~berlanga/captulo_1_lo_andaluz_popular_y_los_gitanos.html, consultado por última

Aunque la andaluza tiene algunas especificidades, el traje pegado al cuerpo de curvas marcadas, el mantón extendido, el abanico abierto, guardan a fin de cuentas algunas semejanzas con la manola madrileña y su vestido con volados, peineta con mantilla y otros accesorios con los que se retrataron algunas señoritas distinguidas de apellidos españoles (Fig. 30 a y b). Este traje tiene, además, una identidad visual innegable con el traje de “dama antigua”, un disfraz que refiere a las señoras de la colonia, utilizado aún hoy en los actos escolares argentinos, que aparecía con cierta frecuencia en las ilustraciones de las revistas ilustradas, como por ejemplo en una portada *La Novela Semanal* donde se ve a una mujer de miriñaque junto a una sirvienta negra bajo el título “Remembranzas” (Fig. 38 b), o en “Antaño”, en *Myriam*, donde se representa a una pareja de tiempos coloniales, ella de vestido con miriñaque y peineta (Fig. 31).¹⁶⁰ Exposiciones como la del artista español Juan Alonso en 1924, dedicada a la “Buenos Aires colonial”, obras literarias de corte hispanista como las de Enrique Larreta o el inicio de colecciones de espíritu neocolonial pueden ser pensadas también como parte del mismo gesto.¹⁶¹

Por otro lado, pienso que el componente exótico de estas representaciones de mujeres, enfatizado por las propias publicaciones, contribuyó a volverlas atractivas y que a través de ellas la identidad española adquirió poder de seducción, como sugiere una imponente portada de *La Nación Magazine*, de 1929, protagonizada por una mujer formidable envuelta solamente en un mantón de Manila (Fig. 32). Las figuras de bailaoras de mirada oscura, recubiertas en sugerentes mantones coloridos que resaltaban sus formas sinuosas, apelaban sensualmente al espectador para sellar su compromiso con lo representado, al tiempo que proponían a lo andaluz como una expresión sofisticada de la cultura española, valorada en Europa y por eso mismo deseable como tradición compartida. A diferencia de lo que ocurría con la moda orientalista de corte parisiense y aire de *music-hall*, su recuperación en las ilustraciones, las reproducciones de pintura y en algunos tocados y vestimentas de los retratos fotográficos funcionaba como un gesto de retorno a las fuentes más que de afirmación y de ruptura. En estas representaciones, en todo caso, el pasado mismo se proponía como territorio exótico, y su conquista, verificada en la reiteración de esas figuras en la prensa masiva era, a fin de cuentas, una de las tantas formas de reencontrar en la inmigración española una parte de las raíces de la cultura nacional.

vez el 1 de enero de 2016). Es necesario aclarar, de todas maneras, que en la Argentina de principios del siglo XX el principal origen étnico español que se revalorizaba, al menos en la alta burguesía, era el vasco.

¹⁶⁰ “Remembranzas”, *La Novela Semanal*, año 12, n° 549, 21 de mayo de 1928; “Antaño”, *Myriam*, año 2, n° 9, octubre de 1916.

¹⁶¹ Babino, *op. cit.*, p. 88; sobre el coleccionismo neocolonial de personajes como Martín Noel, Marcelo E. Pacheco, “Nacionalismo neocolonial y nacionalismo acriollado”, *Coleccionismo de arte en Buenos Aires 1924-1942. Modelos de lo nacional y lo cosmopolita, de lo tradicional y lo moderno*, Buenos Aires, El Ateneo, 2013, pp. 145-152. Pacheco señala que “El gesto de recuperación de lo colonial suponía, además, el reconocimiento de un linaje que ligaba a las familias de la elite porteña con sus antepasados”.

3.2 Las afroporteñas, la cultura popular y la obliteración de la negritud en la representación de la feminidad argentina moderna

En oposición a la visibilidad de las referencias orientalizantes, la presencia de tradiciones afroporteñas en las representaciones de mujeres argentinas en la prensa ilustrada de interés general es tenue, lo que no deja de llamar la atención en un país con pasado esclavista que asume como uno de sus ritmos nacionales al tango, un género musical de origen afroamericano consolidado entre fines del siglo XIX y principios del XX.¹⁶²

“¿Qué ha pasado con los negros en este país? ¿Por qué han desaparecido? Es raro encontrarse con uno de ellos en las calles de Buenos Aires. Sin embargo, en mi infancia...”¹⁶³ comienza Victoria Ocampo uno de sus volúmenes de testimonios, recordando a los afroporteños que trabajaban en su casa paterna y que, en 1960, parecían haber sido borrados de la composición étnica argentina. Si bien la narrativa de “desaparición” de los afroporteños ha sido largamente debatida, y existen registros de la vitalidad de las colectividades de ascendencia africana a lo largo de nuestro período,¹⁶⁴ lo cierto es que en el registro de las representaciones circuladas por la prensa periódica, los afroporteños ocupan un lugar escaso y, cuando son señalados como tales,¹⁶⁵ se los representa según esquemas de un repertorio que reproduce sobre sujetos diversos significados estables, de efecto homogeneizante.¹⁶⁶

¹⁶² Ricardo Rodríguez Molas, *Los afroargentinos y el origen del tango*, Buenos Aires, Desmemoria, s. f.

¹⁶³ Victoria Ocampo, *Testimonios: sexta serie, op. cit.*, p. 11.

¹⁶⁴ Andrews, *op. cit., passim*; Lea Geler, *Andares negros, caminos blancos. Afroporteños, Estado y nación argentina a fines del siglo XIX*, Rosario, Prohistoria Ediciones/TEIAA, 2010. Sobre las mujeres, Marta Goldberg, “Mujer negra rioplatense (1750-1840)”, en Lidia Knecher y Marta Panaia (comp.), *La mitad del país. La mujer en la sociedad argentina*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1994, pp. 67-81; de la misma autora, “Las afroargentinas (1750-1880)”, en F. Gil Lozano, V. S. Pita y M. G. Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 1, *Colonia y siglo XIX*, Buenos Aires, Taurus, 2000, pp. 66-85; Lea Geler, “Afrolatinoamericanas. Una experiencia de subversión estereotípica en el Museo de la Mujer de Buenos Aires”, *Horizontes Antropológicos*, año 18, n° 38, Porto Alegre, julio-diciembre de 2012, pp. 343-372. Sobre los afroargentinos véanse también Tomás A. Platero, *Piedra libre para nuestros negros. La Broma y otros periódicos de la comunidad afroargentina (1873-1882)*, Buenos Aires, Instituto Histórico de la Ciudad de Buenos Aires, 2004; Norberto Cirio, *Tinta negra en el gris del ayer. Los afroporteños a través de sus periódicos entre 1873 y 1882*, Buenos Aires, Teseo/Biblioteca Nacional, 2009. Sobre representaciones visuales de afroporteños, María de Lourdes Ghidoli, “Potencia de los estereotipos. Retrato intervenido de Ernesto Mendizábal, periodista afroporteño”, *Boletín Americanista*, n° 63, Barcelona, 2011, pp. 57-76; de la misma autora, “‘Falucho vale poco en comparación a su raza’, Variaciones en torno a un monumento”, en María de Lourdes Ghidoli y Juan Francisco Martínez Peria (comp.), *Estudios Afrolatinoamericanos. Nuevos enfoques multidisciplinarios. Actas de las Terceras Jornadas del GEALA*, Buenos Aires, Ediciones del CCC, 2013, y la tesis de Ghidoli, *Estereotipos en negro. Representaciones y autorrepresentaciones visuales de afroporteños en el siglo XIX*, Rosario, Prohistoria, 2016.

¹⁶⁵ En las fotografías de prensa es relativamente común identificar sujetos afroporteños integrados a las instituciones y actos sociales argentinos, pero a diferencia de lo que ocurre con algunos artículos periodísticos que se les dedicaron especialmente, en ellas no se los señala en cuanto tales. Esta constatación refuerza precisamente la idea de que las representaciones tuvieron un peso específico en la conformación de la narrativa de su desaparición. Cf. Andrews, *op. cit.*, pp. 92-93.

¹⁶⁶ Por otro lado, la pobre fortuna material de las propias publicaciones afroporteñas obtura su pervivencia en el discurso histórico, ya que se encuentran en muy pocas colecciones, y en general fuera de consulta por sus malas condiciones de conservación. Se sabe por ejemplo que hacia 1880 circulaban cerca de diez publicaciones afroporteñas, aunque en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno, en Buenos Aires, todas las copias están fuera de consulta y no he podido encontrarlas catalogadas en otros archivos.

Sin distinguir entre representaciones masculinas y femeninas, ese repertorio incluye en primer lugar una notable cantidad de ilustraciones de intención humorística que construyen a la población negra como el epítome de la alteridad primitiva: vestidos con taparrabos, descalzos, portando lanzas y modificaciones corporales en la nariz o las orejas, se los opone a la occidentalidad civilizada de “los blancos” de la que formaría parte la Argentina.¹⁶⁷ El tratamiento se refuerza, acumulativamente en distintas revistas, a través de la reproducción de fotografías de tribus africanas, que también muestran a hombres y mujeres de piel negra, desnudos y exhibidos como pruebas de primitivismo.¹⁶⁸ Esta es una actitud patente, además de en las ilustraciones, en discursos acerca de lo que constituye la “grandeza” del país. Por ejemplo, en un artículo de *Plus Ultra* que trata de desmentir la creencia en nuestro escaso desenvolvimiento cultural, uno de los protagonistas de un diálogo ficticio entre amigos se queja de que en una conferencia “decía un honorable yanqui que los argentinos eran todos mulatos y vivían borrachos... errores de los que se ha de triunfar, ya que se encargarán de desvirtuarlos personalidades de la cultura” puesto que “Buenos Aires es, ya hace rato, una ciudad de primera fila”.¹⁶⁹

Otra forma de representación de los afroporteños son las fotografías que los presentan como restos de una cultura en desaparición, destacables solo en cuanto testimonio de un tiempo pasado (Fig. 33 a y b).¹⁷⁰ Este tipo de representaciones, que los muestran encuadrados de frente, como posando ante la cámara o el lápiz de algún naturalista, guarda alguna relación con los álbumes costumbristas que circularon durante el siglo XIX,¹⁷¹ y es preciso enmarcarlo en el contexto del pensamiento modernizador de entresiglos para dimensionar la desvalorización que implicaban para la cultura afroamericana, ya que al ubicarla en un tiempo

¹⁶⁷ Por ejemplo, “Homo sapiens de Linneo”, *Caras y Caretas*, año 6, n° 246, 20 de junio de 1903; “La vida cara”, *Almanaque Penser* de 1913; “La bañadera”, *PBT*, año 13, n° 269, 15 de enero de 1910; “Un hallazgo inquietante”, *El Plata*, año 4, n° 55, noviembre de 1911; “Noticias del interior”, *Tit-Bits*, año 5, n° 225, 18 de octubre de 1913; “Vida social africana”, *Fray Mocho*, año 9, n° 403, 13 de enero de 1920.

¹⁶⁸ “Los negros massai del África oriental”, *PBT*, año 7, n° 291, 25 de junio de 1910; “Curiosas manifestaciones de lealtad en los pueblos que comen carne humana”, *El Suplemento*, año 7, n° 143, 3 de marzo de 1926.

¹⁶⁹ “El palacio de la familia Paz”, *Plus Ultra*, año 1, n° 3, 1916.

¹⁷⁰ Por ejemplo, “Las industrias del pasado”, *Caras y Caretas*, año 20, n° 1003, 22 de diciembre de 1917; “Muerte de la tía Rosa a los 133 años de edad”, *Caras y Caretas*, año 5, n° 209, 4 de octubre de 1902; “La morena Florentina”, *Caras y Caretas*, año 3, n° 66, 6 de enero de 1900; “Cuatro centenarias”, *PBT*, año 7, n° 286, 14 de mayo de 1910; el “negro centenario” fotografiado en el artículo “Gente rara”, *Atlántida*, año 7, n° 360, 5 de marzo de 1925.

¹⁷¹ Natalia Majluf ha señalado que la consolidación del modelo de figura individual sobre fondo blanco, característico de las colecciones de álbumes costumbristas, tuvo relación con el crecimiento del comercio de estampas de usos y costumbres a fines del siglo XVIII y principios del XIX. Las estampas costumbristas se amoldaban a los formatos comerciales y a los sistemas de clasificación del mundo establecidos por el pensamiento ilustrado, y prometían volver visibles las diferencias entre sistemas culturales cuya unidad básica era el tipo. A través de su reproducción y circulación incesante, estos tipos adquirieron el estatus de representaciones nacionales, luego también imitadas por la fotografía. Ya en el siglo XX, sin embargo, estos tipos se consideraban documentos del pasado, por eso me interesa su persistencia en la representación de los afroamericanos en la prensa. “Pattern-Book of Nations: types and costumes in Asia and Latin America, 1800-1860”, en AA.VV., *Reproducing Nations. Types and Costumes in Asia and Latin America, 1800-1860*, Nueva York, Americas Society, 2006, pp. 15-56. Véanse por ejemplo las litografías de “La vendedora de tortas” o “La lavandera” en el álbum de César Hipólito Bacle, *Trages y costumbres de la provincia de Buenos Aires (1833-34)*.

pasado, se la representaba asimismo como menos evolucionada.¹⁷² Inversamente, cuando se representaba a los afroamericanos como sujetos modernos, el comentario implícito —y a veces explícito— era que se trataba de una ecuación improbable, como en el caso de la “morenita cocinera” que el dibujante Ramón Columba presentaba con gran sorpresa como comprobación límite de que la melena había conquistado *realmente* a todas las mujeres argentinas: su sorpresa indicaba que las afroporteñas, construidas en la prensa como sinónimo de tiempo pasado, no formaban parte de la juventud femenina moderna.¹⁷³ En otra variante en las mismas *Páginas de Columba*, junto a un poema titulado “Melenas”, que concluía después de describir distintos tipos de mujeres que “esas pitekus y gorilas darwinas / dejan crecerse también la melena”,¹⁷⁴ Columba representaba a una mujer negra de perfil casi tribal, y a otra con cara de simio. Lo moderno de la melena aparecía contrapuesto así, en realidad, a lo primitivo (Fig. 34).

Por otra parte, las fotografías e ilustraciones relativas al carnaval y al candombe fueron el sitio privilegiado de tematización de la condición popular de los afroporteños, una categorización socioeconómica que negaba su diverso grado de inserción en distintos grupos de la estructura social.¹⁷⁵ Esta representación se reforzaba en las publicidades y las tiras cómicas que recurrían a tópicos como el del mozo o la lavandera negra, oficios que, si habían sido típicos en la colonia, desde luego no reflejaban el estado ocupacional de todos los afroporteños de principios de siglo. Si bien es cierto que otros documentos tendieron a matizar esta uniforme representación de clase,¹⁷⁶ esta fue apuntalada por algunas ilustraciones y obras artísticas que al representar escenas de servidumbre oponían a sujetos negros a empleadores de piel más clara, y que constituyen un ejemplo específico de construcción de un sujeto subalterno a partir de indicadores étnicos.

¹⁷² La asociación de los afroporteños con el pasado se reforzó, asimismo, a través de su caracterización como extremadamente longevos, reiterada en las notas periodísticas que se les dedicaron. Ver María de Lourdes Ghidoli, “Del retrato al estereotipo. Afrodescendientes en la Buenos Aires de fines del siglo XIX y principios del siglo XX”, ponencia presentada en las XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia, octubre de 2013. Sobre la representación de sociedades no occidentales como estancadas en el tiempo, para generar la idea de una diferencia evolutiva, véase también Inés Yujnovsky, “Fotografías de un viaje en el tiempo a Tierra del Fuego”, en AA.VV., *El tiempo expandido*, Madrid, PhotoEspaña, 2010, pp. 277-283.

¹⁷³ “La melena porteña”, *Páginas de Columba*, año 1, n° 15, 28 de noviembre de 1923.

¹⁷⁴ “Melenas”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 31, 29 de octubre de 1924.

¹⁷⁵ “El candombe callejero”, *Caras y Caretas*, año 2, n° 19, 11 de febrero de 1899; “La noche de San Baltazar. El candombe”, *Caras y Caretas*, año 21, n° 1013, 2 de marzo de 1918; “La danza de la sangre”, *Caras y Caretas*, año 20, n° 999, 24 de noviembre de 1917. Otra inflexión es la presentación en carácter de “bufones” o entretenimiento popular. Cf. Ghidoli, “Biguá y otros dionisiacos: intento de identificación de una pathosformel”, *Eadem Utraque Europa*, año 5, n° 8, San Martín, junio de 2009, pp. 73-89.

¹⁷⁶ Cf. el artículo “Gente de color”, *Caras y Caretas*, año 8, n° 373, 25 de noviembre de 1905, en que se muestra a cuatro jóvenes presentadas como la “aristocracia” afroporteña, o las fotografías de figuras públicas como el payador Gabino Ezeiza (reproducida en Andrews, *op. cit.*, p. 202), que lo muestra como un caballero burgués. Véase también el joven negro que aparece como un “cultor del dibujo”, junto a sus retratos, en un artículo sobre los oficios de los presos, *Atlántida*, año 7, n° 352, 8 de enero de 1925.

Por ejemplo, una pintura de Ana Weiss que apareció reproducida en dos revistas diferentes,¹⁷⁷ titulada *Mi amita*, ubica en un segundo plano a la supuesta voz de la locución del título —la figura de una mujer de mediana edad y piel oscura, que con su mirada baja demuestra su pleitesía, a la manera de las ilustraciones sobre tiempos coloniales— detrás de una joven de piel blanca y ojos claros que mira al espectador detrás de un abanico, observando una pose similar a la que adoptaban en algunos casos las señoritas retratadas en estudios fotográficos (Fig. 35 a y b). En otro caso, una publicidad de la sección de lencería de una casa de modas construye la superioridad de una mujer blanca y esbelta vestida con un camisón claro a través de su oposición a una sirvienta negra de menores proporciones, con la cabeza tapada por un turbante y el cuerpo cubierto por un mantón de estampado geométrico que la mimetiza con el piso en damero (Fig. 36).¹⁷⁸ Un recurso similar utiliza otra publicidad que muestra a una estilizada joven moderna agachándose a recibir la caja de bombones que le extiende un sirviente negro de proporciones notablemente inferiores, mientras el texto de la publicidad alude a la distinción de quien recibe el regalo: una vez más, la diferencia en el color de piel codifica la diferencia de clase.¹⁷⁹ En los tres casos, el modo en que se compone a las figuras en términos de forma y color y su localización dentro del espacio pictórico organizan una relación de diferencia que al tiempo que destaca a la figura de piel blanca configura la condición dependiente de la de color (Fig. 37).

Este tipo de escenas y oposiciones tiene una historia en sí misma. Son frecuentes por ejemplo en la pintura orientalista, así como en obras claves del modernismo, como la *Olympia* de Manet, y en el ámbito rioplatense aparecen ya en algunas estampas decimonónicas, como *Porteña en el interior del templo* de J. L. Pallière, que representa a una dama de compañía de piel negra junto a su ama, o *Señora porteña por la mañana* de César H. Bacle, una lámina en la que dos mujeres conversan en presencia de un pequeño criado negro. Estas imágenes tuvieron en la prensa del período que estudiamos sus sucedáneas en las representaciones del pasado colonial (como la ilustración “Remembranzas” que mencionamos arriba), en las que el paso del tiempo, justamente, se señalaba a través de la presencia de una sirvienta negra acompañando a una joven de piel blanca (Fig. 38 a y b).

Sin embargo, en la prensa argentina de principios de siglo las imágenes que tematizaban estas relaciones fueron menos frecuentes que las que sí lo hacían, ya que por lo general las sirvientas fueron representadas con iguales características físicas que sus empleadoras,¹⁸⁰ un

¹⁷⁷ *Myriam*, año 2, n° 7, noviembre de 1917, y *Plus Ultra*, año 3, n° 28, agosto de 1918.

¹⁷⁸ Publicidad de Maison Adhémair, *Myriam*, año 2, n° 11, diciembre de 1916.

¹⁷⁹ Publicidad de Los Dos Chinos, *El Hogar*, año 24, n° 990, 5 de octubre de 1928.

¹⁸⁰ El igualamiento de patronas y sirvientas en términos de apariencia física ya ha sido notado por Gisela Kaczan, cf. “Alegorías de distinción y presagios de exclusión social en imágenes de mujeres (circa 1920)”, *Estudios Feministas*, vol. 21, n° 3, Florianópolis, septiembre-diciembre de 2013. Se trata, por otra parte, de un fenómeno típico de la prensa periódica ilustrada internacional de principios de siglo, en la que se priorizó la

fenómeno que no solo eludía el conflicto implícito en la construcción de una diferencia de clase a partir de una diferencia en el color de piel sino que ejercía una obliteración simbólica de la histórica explotación de los sujetos de ascendencia africana por parte de la burguesía local,¹⁸¹ a la que se representaba ya como habiendo superado esa fase de su evolución cultural. Esto explica en parte, quizá, por qué la representación de mujeres afroporteñas en la prensa fue aun más escasa que la de hombres.

En cualquier caso, más allá de la invisibilidad a que fueron sometidas como sujetos históricos, en los discursos sobre el cuerpo “la negritud” apareció en negativo, como problema a resolver. La responsable de la sección femenina de una revista apuntaba:

¿Qué quieren ustedes que conteste a las que me dicen “Soy muy morena, tengo el pescuezo oscuro, ¿cómo he de hacer para aclararlo?”. ¿No comprende esa morocha que si es “muy morena” lo natural es que tenga el pescuezo, ó mejor dicho el cuello, oscuro? Para blanquearlo habría que darle una mano de pintura y yo no aconsejo el empleo de tales reprobables recursos.¹⁸²

Con todo, gran cantidad de publicidades de productos para el cutis, de poemas y de imágenes reforzaban, en esfuerzo conjunto, el ideal de blanqueamiento que hemos analizado en el primer capítulo, y que aquí aparece ligado a problemas de representatividad cultural y social. En efecto, en la representación de “la mujer argentina” en la prensa ilustrada no hubo lugar para las mezclas raciales. Cuando fueron representadas para significar la feminidad argentina burguesa, es decir dominante, las mujeres fueron siempre de piel clara; si no lo eran significaban otra cosa.¹⁸³ En este sentido, el blanqueamiento de la población femenina como condición misma de la feminidad¹⁸⁴ no solo fue un deseo más o menos consciente de la comunidad social que producía y consumía las revistas ilustradas, y que se articulaba a través de las representaciones visuales y textuales, sino su propio efecto sobre esa comunidad, sobre sus prácticas y sus valores; el blanqueamiento fue tanto la causa como el efecto de la representación.

representación de un solo tipo físico como norma de la feminidad. Sobre este tema en la prensa norteamericana véase por ejemplo Jennifer Scanlon, *Inarticulate Longings. The Ladies' Home Journal, Gender, and the Promises of Consumer Culture*, Nueva York, Routledge, 1995, pp. 34-37.

¹⁸¹ Véanse los testimonios recogidos por Marta Goldberg, “Las afroargentinas (1750-1880)”, *op. cit.*, pp. 66-85.

¹⁸² Mlle. Jeannette, “Ante el espejo”, *Caras y Caretas*, año 15, n° 717, 29 de junio de 1912.

¹⁸³ El cuerpo de las mujeres negras, por ejemplo, sirvió a lo largo del siglo XIX para caracterizar un tipo de sexualidad desregulada, en oposición a una controlada, característica de las mujeres burguesas. Aunque esta asociación ya no es predominante en la prensa ilustrada de las primeras décadas del siglo XX en relación con las afroporteñas, en la representación de bailes como el candombe las contorsiones de los cuerpos femeninos remiten a la misma idea, especialmente si se los compara, por ejemplo, con la rígida compostura de las mujeres presentadas como “señoritas”. Sobre la mistificación de la sexualidad de las mujeres negras, M. Goldberg, “Las afroargentinas”, *op. cit.*

¹⁸⁴ Véase a modo de ejemplo el texto que acompaña una publicidad en la que un joven le explica a su acompañante en un vagón de tren que “Todas esas jóvenes que ostentan cutis negros y espesos, como de cuero curtido (...) son desgraciados que, o ignoran la existencia del afamado Jabón Reuter, u obcecados, persisten en arruinar, perder o anular una de las más espléndidas bellezas que les haya otorgado la naturaleza: la frescura y la rozagancia de la piel”. Aquí la negritud aparece no solo como indeseable sino, más aún, como antinatural, tal como vimos en el capítulo 1. *El Hogar*, año 7, n° 148, 15 de marzo de 1910.

Por otra parte, como apuntamos ya al referirnos a la sorpresa con que Columba representaba la melena de la “morenita cocinera”, otra inflexión clave en la representación de afroporteñas fue su localización (reforzada por su asociación con el pasado y la extracción de clase popular) en el extremo opuesto al de la “joven moderna”, que hacia la tercera década del siglo se convirtió en un concepto estable capaz de condensar algunas características socialmente valoradas para la definición de la feminidad argentina.¹⁸⁵ Paradójicamente, las afroporteñas fueron desplazadas de esta representación en el momento mismo en que Occidente descubría lo africano como inspiración de su modernidad. En efecto, en el momento en que Josephine Baker ascendía como figura estelar del espectáculo moderno (un lugar que las propias revistas argentinas no vacilaron en otorgarle a raíz de su visita a Buenos Aires) el único papel que esas mismas revistas ofrecían a las mujeres negras argentinas era el de restos de un pasado en vías de desaparición.¹⁸⁶

Ya que aunque la “porteñita moderna”, tal como fue construida en la prensa, podía coquetear con la cultura afroamericana a través de la aproximación a formas musicales que tenían allí su origen, como el tango o el jazz,¹⁸⁷ eso no alteraba su etnicidad: en las representaciones impresas se la construyó siempre como una joven de clase media o alta, de piel clara y cuerpo andrógino.¹⁸⁸ Exactamente así la representa una ilustración en *Idea Latina*, una revista de la colectividad española e italiana en la Argentina, titulada “Jazz-band” (Fig. 39):¹⁸⁹ en el centro de un moderno salón de baile una figura femenina estilizada adopta una pose afectada que reproduce los gestos de sus acompañantes, todos jóvenes de piel blanca, que la rodean a izquierda y derecha. Por detrás, una banda de músicos negros ejecutan sus instrumentos. Aunque comparten el espacio del salón, músicos y bailarines no interactúan. Son dos universos paralelos. El hecho de que esta ilustración apareciera, más aún, en una revista cuyo público era inmigrante, refuerza la idea de que la tradición afroamericana, aunque bien antigua en el país, se representó en la prensa como un anillo más exterior y más distante del

¹⁸⁵ Este es el tema de la tesis de Cecilia Tossounian, *The Body Beautiful and the Beauty of Nation: Representing Gender and Modernity (Buenos Aires 1918-1939)*, *op. cit.*

¹⁸⁶ Josephine Baker presentó su espectáculo en Argentina en 1929. Debo aclarar que las revistas que publicaron artículos sobre ella la alabaron a la vez como un ejemplo extremo de la modernidad de posguerra y como una expresión de primitivismo que encandilaba al público por su extravagancia. Todos los artículos mencionaron el color de su piel como fuente de su atractivo: *Plus Ultra* la describió, por ejemplo, como “una hermosura de la indefinible tonalidad negroide” y como “musa del jazz que representa la extravagante locura artística de la gente de color, contagiándose a la gente de rostro blanco” (año 14, n° 158, junio de 1929). Y *El Hogar* comentó que “Hombres de ojos azules y viejos pergaminos, jóvenes y ancianos, democratizaron su rancio concepto de la pigmentación, ante la deidad que surgía” (año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928).

¹⁸⁷ Por ejemplo, “El día social de la porteñita último grito”, *Iris*, año 2, n° 73, 29 de julio de 1921.

¹⁸⁸ Cf. con el caso mexicano en Deborah Dorotinsky, “Nuevas mujeres: cultura visual, utopías sociales y género en la primera mitad del siglo XX”, en Hugo Arciniega, Louise Noelle y Fausto Ramírez (coord.), *El arte en tiempos de cambio. 1810/1910/2010*, México DF, IIE, 2012, pp. 416-453; también en Anne Rubenstein, “La guerra contra ‘las pelonas’. Las mujeres modernas y sus enemigos, Ciudad de México, 1924”, en Gabriela Cano, Mary Kay Vaughan y Jocelyn Olcott (comp.), *Género, poder y política en el México posrevolucionario*, México DF, FCE, 2009.

¹⁸⁹ “Jazz-band”, *Idea Latina*, año 1, n° 8, 1 de abril de 1924.

núcleo identitario argentino que la de los inmigrantes españoles o italianos, percibidos a fin de cuentas como parte de un territorio cultural común.

Por eso mismo, otra manifestación de la lógica detrás de la selección de tradiciones culturales a la hora de construir un marco de referencia para la cultura nacional fue la relación que se estableció en las imágenes y los textos con el patrimonio cultural europeo en detrimento de la tradición afroamericana. Por ejemplo, una viñeta en la revista *Iris* comparaba la “música de cámara de ayer”, una sonata interpretada por un músico de expresión solemne y atentamente escuchado por un grupo de señoritas vestidas a la moda europea de principios del siglo XIX, con el “tango americano de hoy” al que la ilustración aludía con la figura de un músico negro que sostiene un palillo de bombo y sonríe mientras lo escuchan dos jóvenes modernas. La comparación además establece, sin condenarla excesivamente, una pérdida de pudor de un siglo a otro, y esta idea se refuerza —y se expresa con mayor claridad— en un artículo de Carmen S. de Pandolfini que comparte página con la viñeta. En ese artículo, ilustrado con la imagen de una pareja que baila con los brazos abiertos, ella enfundada en un vestido casi transparente, justamente se compara la música extranjera “de bombos y platillos” con las “músicas nuestras”, en las que Pandolfini celebra la ausencia de “requiebros, como en el tango —que no es nuestro porque en ningún momento refleja tan siquiera un poco del alma de nuestros gauchos—, nada de apretones ni de giros voluptuosos”. El artículo establece así una línea muy clara entre aquello procesable como tradición y aquello que proviene de las “mil corrientes que vienen de otras varias regiones”, pero más interesante aún es que señala a las damas de sociedad (y no a las propias mujeres del interior) como las encargadas de dar mayor difusión a esos valores propios. Hacia el final se pregunta:

¿Cuál será la dama que abra su palacio a una fiesta de tradición (...) reuniendo a un grupo exquisito de mujeres nobles que, sintiéndose profundamente argentinas, hayan aprendido sus danzas y, como hadas, hagan revivir en los suntuosos salones los encantos de nuestra tierra?¹⁹⁰

Indudablemente, a diferencia de lo que sucedía con la tradición europea, en las primeras décadas del siglo las formas musicales de origen afroamericano fueron percibidas como manifestaciones de una cultura popular que se extendía de manera conflictiva hacia las clases altas en parte gracias a su estatus exótico y provocativo, pero no formaban parte aún de lo que la cultura dominante asumiría como representativo de lo nacional.

Un ejemplo aún más elocuente de este rechazo y del grado de extranjería con que se veía la cultura afroamericana es la diatriba de una articulista de *El Hogar* contra las jazz-band, que lamentaba ver incorporadas “a los salones señoriales de la sociedad” y de cuya extensión

¹⁹⁰ “Música de cámara” y Carmen S. de Pandolfini, “Charla femenina”, ambas en *Iris*, año 2, n° 57, 1 de abril de 1921.

acusaba a una “inundación” de “negros y mulatos que soplan en instrumentos infernales y golpean sobre cacerolas de todas formas y tamaños”, “negros trashumantes que traen como herramientas un aparato cualquiera que hace ruido”, cuando en realidad “el país necesita hombres que lleguen con una pala para roturar la tierra”.¹⁹¹ Como hemos visto, el tango era objeto de similares sospechas de ajenidad y primitivismo: otra viñeta humorística en *Iris* representaba a un turista de porte distinguido que miraba a una pareja bailar tango y comentaba: “¿Eso es el tango? ... Sin embargo, me parece haber visto iguales contorsiones en una danza de... de... Ya recuerdo... del Congo”.¹⁹² En *Tit-Bits*, aún otra viñeta ironizaba sobre el “progreso” estableciendo una comparación entre la “danza guerrera de los salvajes” representados como hombres negros, desnudos y con lanzas y escudos en la mano, y la “danza elegante de los hombres civilizados”, posiblemente un tango, protagonizada por una pareja a la moda que reproducía los mismos gestos de los supuestos salvajes.¹⁹³ Con tal marco de referencia, no resulta sorprendente que aun habiéndolo experimentado de París a Buenos Aires, la propia Victoria Ocampo afirmase más tarde que “Nuestro tango (...) carece de las credenciales para representar al país en el nivel de algunos de nuestros escritores, artistas y científicos”.¹⁹⁴

En definitiva, los ejemplos mencionados sugieren que, al localizarlas fuera del presente y en la cultura popular, las tradiciones afroporteñas fueron doblemente desplazadas del mapa de referentes identitarios; de allí que sobre las mujeres que las encarnaban —que siempre han sido concebidas como el sitio de reproducción de la cultura—¹⁹⁵ recayera un manto persistente de invisibilidad, y que sus representaciones funcionaran, a diferencia de lo que ocurrió en el caso de las tradiciones orientales, como la contracara devaluada del progreso y la modernización. Por inefable que fuera, la definición de mujer argentina negaba, de esa y otras múltiples maneras, la representatividad de las mujeres de ascendencia africana respecto de una “feminidad nacional”.

3.3 *Chinas pampas, chinitas, Venus criollas e indias: lo autóctono como un lugar de ambigüedad para la representación de una feminidad nacional*

Distinta fue también la operación en relación con las tradiciones indígenas y criollas, que conforme avanzaba el siglo XX fueron objeto de una revalorización que, en cuanto reacción a la masiva inmigración urbana, y localizando “lo nacional” en el campo, se articulaba con un

¹⁹¹ María Luisa Estrada, “Los problemas de la frivolidad”, *El Hogar*, año 21, n° 809, 17 de abril de 1925.

¹⁹² “Reflexión de un turista”, *Iris*, año 1, n° 47, 21 de enero de 1921.

¹⁹³ “¡Progresamos!”, *Tit-Bits*, año 5, n° 214, 9 de agosto de 1913.

¹⁹⁴ En realidad ya en los años veinte una institución moderna como Amigos del Arte, a la que Ocampo estaba vinculada, había promocionado el tango entre sus actividades. Lo mismo con el jazz: aunque lo disfrutara, Ocampo lo ubicaba entre sus gustos menos confesables, y, tal como afirma Omar Corrado, lo consideraba “una modesta provocación ante las convenciones sociales y estéticas de la cultura ‘alta’ del momento”. Un análisis más pormenorizado de la relación de Ocampo con la música popular en Corrado, *Música y modernidad en Buenos Aires (1920-1940)*, Buenos Aires, Gourmet Musical, 2010, pp. 156-162.

¹⁹⁵ Nira Yuval-Davis, “Cultural reproduction and gender relations”, *Gender & Nation*, *op. cit.*, pp. 39-67.

proceso de inversión de la dicotomía civilización-barbarie tal como había funcionado en el siglo XIX.¹⁹⁶ También las representaciones femeninas se hicieron eco de estos desplazamientos, que a principios de siglo resultaron en el deseo, manifiesto esporádicamente en las revistas ilustradas entre otros discursos, de definir un tipo femenino autóctono vinculado con el ámbito rural. Este tipo se depositó en ocasiones en la figura de la “china”, un término derivado de la voz quechua usada para referirse a una sirvienta mujer,¹⁹⁷ que luego incorporó nuevas acepciones, como la de mujer india o mestiza, compañera del gaucho, mujer del campo o paisana, o sirvienta criolla.¹⁹⁸

Aunque las publicaciones ilustradas se hicieron eco y contribuyeron a la configuración de ese tipo social, este no tuvo características del todo estables. En efecto, los significados asociados con la figura de la china fueron complejos y en ocasiones contradictorios, tanto en lo relativo a su caracterización étnica como moral. De hecho, la fortuna del término parece ligada al mismo destino social del gaucho, en ocasiones celebrado por su valentía y en otras desacreditado por su pereza y su naturaleza sanguinaria y barbárica.¹⁹⁹ Del mismo modo, la representación de la china osciló entre la construcción de un tipo idealizado que se asoció con los valores burgueses de domesticidad (espera a su hombre en el rancho, le ceba el mate y cocina) y la estigmatización a través de ella de comportamientos que desestabilizaban el concepto burgués de feminidad, como la moral sexual heterodoxa y la falta de arreglo personal. Así como, de una parte, a principios del siglo XX se valoraba el carácter servicial de las empleadas domésticas mestizas, llamadas “chinitas”, la indeseabilidad de la “china pampa” (es decir, la india) queda explicitada en el refrán criollo “Mate amargo y china pampa, solo por necesidad”.²⁰⁰

En relación con esta oscilación, David Viñas encuentra en la novela *Quilito* de Carlos María Ocantos (1892), que tiene entre sus personajes a Pampa —una sirvienta india a quien el niño de la casa llama “china fea”, “de pelos cerdosos, irreductibles a la disciplina de la

¹⁹⁶ Altamirano y Sarlo, “La Argentina del Centenario...”, *op. cit.*, pp. 183-185; Rodríguez Molas, “Actitudes y opiniones de los poseedores de la tierra”, *Historia social del gaucho*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1982, pp. 237-260.

¹⁹⁷ Según la tercera acepción de “chino/a” en el *Diccionario de la Real Academia Española*, Madrid, RAE, 23ª edición, 2014.

¹⁹⁸ Sobre la construcción textual de la figura de la china en léxicos criollos y obras de viajeros, Diana Marre, *Mujeres argentinas: las chinas. Representación, territorio, género y nación*, Barcelona, Publicacions de la Universitat de Barcelona, 2003.

¹⁹⁹ Esta representación negativa tiene su matriz en textos como el *Facundo* de Sarmiento (1845). Sobre la transición hacia una representación más positiva véase Rodríguez Molas, “Actitudes y opiniones de los poseedores de la tierra”, *op. cit.*, especialmente pp. 237-247. Desde luego, la revalorización de la cultura nativa, expresada en el criollismo a fines del siglo XIX, es reveladora del viraje hacia una representación del gaucho como tipo nacional, luego abrazado también por intelectuales como Lugones. Ver Adolfo Prieto, “Funciones del criollismo”, *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2006 [1988], pp. 145-193; Terán, “El pensamiento finisecular”, *op. cit.*; Devoto, “El momento del Centenario”, *Nacionalismo, fascismo y tradicionalismo*, *op. cit.*

²⁰⁰ Pedro Luis Barcia, *Léxico del mate*, Buenos Aires, Academia Argentina de Letras, 2007, p. 94. También se registra la variante con “mate dulce”.

peineta”—, un momento de recapitulación del proyecto roquista de eliminación del indígena, precisamente porque Pampa es “la clásica *chinita* que por razones polémicas, humanitarismo o gesto paternal llegará a ser vista como la ‘flor silvestre’ en contraposición a la ‘corrupta cortesana europea’, significando primero el ‘interior’ y luego el ‘alma’ antagónica de la ‘externidad corporal’ en deterioro a lo largo de esa decisiva inversión de la dicotomía de Sarmiento que se produce sobre el 1900”.²⁰¹

Pero esta ambigüedad tenía una historia aún más larga:²⁰² así como algunas fuentes habían reconocido en las mujeres nativas mayor amabilidad, docilidad y amor por el trabajo que en los gauchos, otros viajeros que recorrieron la pampa entre el siglo XVIII y principios del XIX difundieron sobre ellas opiniones negativas. Félix de Azara reprobó su suciedad y que no ejercieran labores como el tejido o la costura, y Francis Bond Head las criticó por indolentes e inactivas, sugiriendo además que no se atenían a vínculos familiares convencionales.²⁰³ Lo cierto es que si bien el nomadismo obligado por el trabajo rural contribuyó a la inestabilidad de las formaciones familiares en la pampa, el origen económico de esta situación social fue sintomáticamente ocultado asignando a las mujeres nativas una “naturaleza” promiscua e infiel.²⁰⁴

Aunque el énfasis en esta laxa moral sexual de las mujeres de campo pareciera haber permeado algunas de sus representaciones visuales a lo largo del siglo XIX —o eso sugieren obras de José León Pallière que aparecieron en nuestro período reproducidas en la prensa, como *Idilio criollo*, *Interior de un rancho* o *Un nido en la pampa*, en las que la blusa caída de la figura femenina y sus hombros descubiertos funcionan como catalizadores del significado (Fig. 40)—,²⁰⁵ fue sobre todo en las representaciones textuales donde las características físicas de las chinas adquirieron mayor relevancia. Un vocabulario criollo de 1910 informaba, por ejemplo, con evidente placer:

Las chinas o sirvientes indígenas de Buenos Aires visten pollera larga y vaporosa que pone de relieve los contornos delicados de un busto por desgracia pobre de caderas y pechos. Estos, que se agostan pronto, son de curvas exquisitas y señalados, no por una frambuesa, sino por una mora negra muy sazónada.²⁰⁶

²⁰¹ “Ocantos y *Quilto* (1892): chinas, niños, militarotes y mercado”, *Indios, ejército y frontera*, Buenos Aires, Santiago Arcos, 2003 [1982], p. 287.

²⁰² Y una trayectoria posterior igual de larga. En *Nuestra Patria* (Buenos Aires, Ángel Estrada, 1910, p. 277), Carlos O. Bunge afirmaba por ejemplo, retomando los mismos tópicos de los viajeros del XIX, que las “chinas laboriosas (...) cuidan sus flores y sus gallinas, tienden ropas al sol, parten leña, van por agua a la acequia, ordeñan las cabras (...). Son, por lo común, bastante limpias de ropa: algunas, muy aseadas, visten simplemente camisa y enagua, todo muy planchado y muy blanco”, agregando además que son mansas, “compañeras ideales”.

²⁰³ Richard Slatta, “Las mujeres y la vida familiar”, *Los gauchos y el ocaso de la frontera*, Buenos Aires, Sudamericana, 1985, pp. 104-124.

²⁰⁴ Marre, *op. cit.*, pp. 160-162.

²⁰⁵ Estas imágenes, aunque circulaban sobre todo entre coleccionistas, aparecían cada tanto reproducidas en las revistas. Véase por ejemplo *Ilustración Histórica Argentina*, año 2, n° 9, 1 de agosto de 1909 y año 2, n° 14, 1 de enero de 1910.

²⁰⁶ Ciro Bayo, *Vocabulario criollo español sud-americano*, Madrid, Librería de los sucesores de Hernando, 1910.

Varios años después, unos versos publicados en la revista *Nativa*, dedicada a los temas rurales, volvían a ocuparse de las mismas partes del cuerpo para definir a la mujer “de raza”:

Su aliento tiene el aroma
De las flores campesinas;
Y bajo las telas finas,
los senos, en floración,
Destacan la tentación
de sus turgencias divinas!²⁰⁷

A esta representación sexualizada, que hacía del cuerpo de la china un objeto de apropiación, se agregó otra que, sin dejar de insistir sobre sus cualidades físicas, encontraba en ellas una clave del valor de la china para representar el alma nacional. En la misma revista *Nativa*, que en los años veinte prestó especial atención a estos temas porque era una revista de temática campera y programa nacionalista, un articulista argumentaba que la mujer nativa (“planta indiana, flor española”), con su belleza de “flor silvestre”, es decir no corrompida por los usos modernos, es “la fiel heroína, la patria vestal. Es la bella imagen de nuestras benditas tierras”.²⁰⁸

Pero estas representaciones idealizantes convivían con aquella otra que traslucía en los comentarios de los viajeros y en la novela de Ocantos, y que a su modo funcionó como argumento en contra de la posibilidad de encontrar en las chinas una belleza representativa de las argentinas o siquiera una vista de interés. En 1917 la retomaban intacta Gardel y Razzano en su tango titulado “China fea” (o “China fiera”), que entre otras cosas decía de ella que “se parece al carpincho / que su voz es un relincho / y su boca una tranquera”, y “que tiene manchao el cuero, / que es guasota y nariguda, / chueca, botija y peluda”.

A lo largo de todo el período, la china pivota entre los polos de esta representación que al tiempo que la rescata como tipo potencialmente representativo porque la entiende como reserva de tradición incontaminada,²⁰⁹ la descarta por su distancia del modelo clásico, cifrada entre otras cosas en el “cuero manchado”, el pelo descontrolado y la falta general de prestancia.

Las representaciones visuales que aparecen en la prensa tienden a ser más benévolas, si bien solo recuperan algunos de los elementos con que se las invoca en los textos, principalmente las trenzas negras (que según su estado de prolijidad sugieren diferentes

²⁰⁷ Otros fragmentos del texto aludían a más características físicas: “El viento de las llanuras / y el sol ardiente, a su vez, / fueron bronceando su tez / con sus caricias más puras. / Dos trenzas, largas y oscuras / por su espalda de vestal / caen en derroche triunfal; / Y muestra su gracia agreste / luciendo un moño celeste / de cada una, al final”. Domingo F. Arietti, “De raza”, *Nativa*, año 1, n° 2, febrero de 1924.

²⁰⁸ Julio Costantini, “La mujer nativa”, *Nativa*, año 1, n° 3, marzo de 1924.

²⁰⁹ Durante la visita de la infanta Isabel con motivo del Centenario, por ejemplo, una fiesta criolla en su honor se destacó, según *El Hogar*, por su carácter “genuinamente criollo, por su índole nacional, por ser hija legítima de esta hermosa tierra, tan rica y tan fecunda” y durante la cual sorprendió a la infanta “la arrogancia de la raza en los ojos de nuestras chinas”. *El Hogar*, año 7, n° 154, 15 de junio de 1910.

cualidades morales),²¹⁰ la vestimenta y en ocasiones los ojos oscuros, aunque por lo general no enfatizan los rasgos mestizos ni la mayor o menor abundancia de las caderas y los pechos, poco resaltados por debajo de las prendas de vestir. De hecho, en términos visuales las representaciones menos sexualizadas tuvieron mayor fortuna, y para fines del siglo XIX se habían constituido como un tipo con pocas variaciones, un rasgo recurrente en la representación de tipos femeninos autóctonos, concebidos como depositarios de una tradición que no se transforma y que incluso dependen, para funcionar como tales, de la anulación de su historicidad.²¹¹

Pues justo en un momento en que el tiempo de la moda urbana se aceleraba, las chinas, sobre todo cuando fueron asociadas al rancho rural, conservaron sus faldas al piso, el delantal, la blusa de mangas largas y el pañuelo atado por delante, sin variar tampoco su peinado (trenzas largas rematadas por cintas de colores). Es el modo en que aparece una china, paradigmáticamente, en la portada del primer ejemplar de *Nativa*, pero la fórmula se repite desde *PBT* hasta *Plus Ultra*, pasando por los semanarios *Gran Guiñol*, *Mundo Argentino*, *El Cuento Ilustrado*, *La Semana Universal*, *Fray Mocho*, *Iris* o la revista mensual *Aconcagua*, es decir en un rango de publicaciones muy amplio, a lo largo de todo el período (Fig. 41 a-e).²¹²

A esa invariabilidad aluden más de una vez las propias publicaciones: no es infrecuente que las narraciones breves que tematizan las relaciones rurales o los artículos de opinión sobre esas tradiciones introduzcan comparaciones convencionales entre la aceleración y el cosmopolitismo de la vida urbana y el tiempo detenido, resguardado, del interior rural.²¹³ No es infrecuente tampoco que se mencione a la china como vara contra la cual se mide la pérdida

²¹⁰ La metáfora moral no solo se articula con la tradición iconográfica que asigna a las mujeres de cabello suelto y despeinado mayor libertad sexual, sino que tiene relación con uno de los castigos que los gauchos ejercían sobre las mujeres que les eran infieles: cortarles las trenzas y colgarlas a la cola del caballo para humillarlas. El castigo está referido en Slatta, *op. cit.*, p. 107, que lo toma de Daniel Granada, *Reseña histórico-descriptiva de antiguas y modernas supersticiones del Río de la Plata*, Montevideo, Barreiro y Ramos, 1896, p. 80. Sobre esto véase por ejemplo la ilustración de “Idilios silvestres”, *Caras y Caretas*, año 3, n° 106, 13 de octubre de 1900, en que un gaucho está a punto de cortarle las trenzas a su china, representada con gesto fiero. Otra representación de una china despeinada en “Filosofando”, *Caras y Caretas*, año 11, n° 483, 4 de enero de 1908.

²¹¹ La asociación de las mujeres con la tradición es uno de los polos característicos de su representación. Para el caso mexicano, por ejemplo, Adriana Zavala, *Becoming Modern, Becoming Tradition*, University Park, Pennsylvania State University Press, 2010, *passim*.

²¹² Ejemplos en “Pelando la pava”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 1, n° 16, 16 de agosto de 1898; “El último recurso”, *Caras y Caretas*, año 2, n° 38, 24 de junio de 1899; “En la pampa”, *Almanaque Sudamericano*, 1900; “Ven, mi gallarda morocha”, *La Semana Universal*, año 1, n° 22, 30 de mayo de 1912; “Lo que se escribe en pizarras”, *El Hogar*, año 15, n° 434, 25 de enero de 1918; portadas de *El Cuento Ilustrado*, año 1, n° 3, 26 de abril de 1918 y n° 4, 3 de mayo de 1918; Publicidad de jabón Reuter, *Caras y Caretas*, año 24, n° 1176, 16 de abril de 1921; “Atanasilda”, *Gran Guiñol*, año 1, n° 34, 20 de abril de 1923; la ilustración del citado poema “De raza”, *Nativa*, año 1, n° 2, febrero de 1924; “Mano a mano”, *Nativa*, año 1, n° 11, noviembre de 1924; portada de *Mundo Argentino*, año 16, n° 824, 3 de noviembre de 1926; portada de *Aconcagua*, año 1, n° 5, mayo de 1930.

²¹³ “La garra tentadora del modernismo deja sentir débil su zarpazo en los rincones provincianos”, se comenta por ejemplo en un artículo sobre las tradiciones rurales en Jujuy en el que, además, se reproducen unos versos dirigidos a una china. Véase Carlos Soliveréz, “El culto a la tradición”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928. Sobre esta posición en los discursos nacionalistas de intelectuales como Manuel Gálvez, Oscar Terán, “El pensamiento finisecular”, *cit.*; Devoto, “El momento del Centenario”, *Nacionalismo, fascismo y tradicionalismo*, *op. cit.*, pp. 41-105.

relativa de costumbres tradicionales: la pollera corta de la patrona que llega a la estancia con sus hijas, por ejemplo, es “causa de escándalo entre las chinitas” de una ficción breve en *El Hogar*. Sin embargo, ello no impide que el “gauchito” protagonista del relato prefiera antes que a las chinitas a la patroncita rubia, una de “aquellas criaturas de otra naturaleza y de piel tan blanca, que parecía de leche”,²¹⁴ representada en la ilustración que acompaña el artículo como una joven de melena y falda a la rodilla, contrapuesta a la china de trenzas, moño y falda larga de volados (Fig. 42).

Una inversión similar en la valoración de las costumbres criollas ocurre en una publicidad de productos importados, cuya aceptación extensa entre la población se comunica con una viñeta que representa a un gaucho instando a su china a adoptar en la cocina el aceite importado en vez de la grasa, una modificación significativa de las costumbres culinarias criollas que, según la viñeta, son aquello descartable que la china aún resguarda.²¹⁵ Menciono estos ejemplos no solo porque expresan hasta cierto punto cómo la figura de la china se utilizó como índice de inmutabilidad cultural, sino también porque matizan las representaciones nostálgicas de las costumbres rurales que tienden a entenderse, a menudo, como actitud unitaria de la prensa del período. Estos ejemplos ponen en cambio el acento en la fluctuación que caracterizó los discursos sobre las chinas aun cuando sus representaciones visuales se nutrieron de un repertorio muy limitado de recursos (cuando no de las mismas imágenes),²¹⁶ tal como ocurrió con el gaucho.

Lo mismo puede decirse de las ilustraciones y fotografías que los mostraban juntos, también fuertemente formulaicas: hablando a través de la tranquera, descansando ella sobre el pecho de él o a veces a caballo, en pocas combinaciones gestuales y posturales que habían quedado fijadas ya, por otro lado, en las fotografías de gauchos de fines del siglo XIX.²¹⁷ Con todo, comparadas con estos las chinas tuvieron mucha menor visibilidad, e incluso en ocasiones hubo representaciones de “mujeres nativas” (no siempre llamadas argentinas) que las mostraban vestidas con el atuendo de los gauchos, no con traje de china, como si la vestimenta

²¹⁴ Carlos Alberto Leumann, “La patroncita rubia”, *El Hogar*, año 25, n° 1001, 21 de diciembre de 1928.

²¹⁵ Publicidad de la importadora L.A.D. en *Athéna*, año 1, n° 3, 1928.

²¹⁶ He encontrado al menos un caso en que dos publicaciones diferentes utilizaron la misma ilustración de Juan Hohmann para acompañar una breve ficción situada en el ámbito rural, con una diferencia de 17 años (*Caras y Caretas*, año 10, n° 448, 4 de mayo de 1907; *Nativa*, año 1, n° 5, mayo de 1924). Por otro lado, también en *Nativa* se reproducía la ilustración de Carlos Clérice utilizada para la portada de la primera edición de *La vuelta de Martín Fierro*, de 1879, en una publicidad de una nueva edición de la obra que, según informaba el texto, incorporaba todas las ilustraciones originales, lo que indica la larga circulación de las imágenes impresas.

²¹⁷ Muchas representaciones de gauchos también repetían los mismos tipos de escenas, incluso a nivel compositivo. Verónica Tell ha estudiado el caso de las fotografías de gauchos de Francisco Ayerza, que fueron reproducidas en varias revistas porteñas del cambio de siglo, y argumenta que la cuidadosa puesta en escena de estas imágenes señala precisamente el momento en que el gaucho se convertía en una figura simbólica antes que real. Tell, “Los gauchos de Francisco Ayerza: migraciones por las páginas de las revistas ilustradas de fines de la década de 1890”, ponencia presentada en el 54 International Congress of Americanists, julio de 2012.

verdaderamente representativa de lo criollo fuera la del tipo masculino. Por ejemplo, una portada de 1917 del semanario popular *Vida Porteña* dedicado a las fiestas de mayo reproduce la fotografía de la actriz María Esther Podestá de Pomar que la presenta en traje de gaucho, “vistiendo el típico traje que encarna el alma nativa” (Fig. 43).²¹⁸

Dado que, como ha señalado ya Cecilia Tossounian, a diferencia de otras figuras femeninas latinoamericanas —la china poblana o la “india bonita”, que en México sirvieron como sitios de condensación de características nacionales—,²¹⁹ en Argentina la figura de la china fue marginal en los discursos nacionalistas.²²⁰ Y me atrevería a afirmar que esto fue así porque sus significados asociados eran, como he intentado demostrar, ambiguos e inestables: la china no servía como tipo autóctono puro porque la tradición literaria y gráfica que existía sobre ella desde el siglo XIX no era lo suficientemente unívoca en cuanto a sus virtudes morales y sus cualidades físicas.²²¹

En este punto, las representaciones de chinas que circularon en las publicaciones más baratas y populares se diferencian de otras representaciones utilizadas para definir un tipo de belleza autóctono a partir de rasgos físicos indígenas, como las pinturas y esculturas nativistas. Estas tuvieron un momento de especial visibilidad en los salones y casas de exhibición hacia los años treinta,²²² pero sus presupuestos ya se venían preparando desde antes en las ilustraciones y los poemas circulados por la prensa de nuestro período, como ejemplifica entre otras la ilustración que acompañaba un poema de Alfredo Bufano titulado “Sol mendocino” y que

²¹⁸ *Vida Porteña*, año 5, n° 184, 22 de mayo de 1917. La misma actriz aparece con un traje similar también en la portada de *Gran Guinól*, año 1, n° 19, 5 de enero de 1923.

²¹⁹ Joanne Hershfield ha analizado de qué modo la china poblana, y el traje de tehuana, se consolidaron en México como tipos nacionales promovidos por el Estado, por los intelectuales nacionalistas y por empresas comerciales sobre la base de una circulación previa de tipos nacionales mexicanos fabricados por los viajeros europeos, antes y durante el siglo XIX. A principios del siglo XX, estas referencias fueron incorporadas en la moda mexicana elegante como gestos modernos, ya que exotizaban las tradiciones locales. La figura de la china poblana se convirtió, por eso mismo, en un significante de tradición, modernidad e identidad nacional al mismo tiempo, a diferencia de lo que ocurrió en Argentina, donde en todo caso lo exótico se buscó en la tradición española que hemos estudiado arriba, no en las chinas pampeanas. Hershfield, “La moda mexicana. Exotic women”, *Imagining la chica moderna. Women, Nation, and Visual Culture in Mexico 1917-1936*, Durham y Londres, Duke University Press, 2008, pp. 127-155. Esto ya ha sido señalado antes por Cecilia Tossounian, quien al analizar los concursos de belleza organizados para elegir a Miss Argentina indica además que el carácter mestizo, representado en general por la figura de la china, no apareció como un aspecto valorado en esos concursos. *The Body Beautiful...*, *op. cit.*, pp. 236-237.

²²⁰ Carlos Masotta, en su estudio de las postales de gauchos, ha notado el mismo fenómeno, a diferencia de lo que sucedió con las postales de indios, en las que las representaciones de mujeres son mayoritarias. “Representación e iconografía de dos tipos nacionales. El caso de las postales etnográficas en Argentina 1900-1930”, en AA.VV., *Arte y antropología en la Argentina*, Buenos Aires, Fundación Espigas, 2005, p. 78.

²²¹ Dicho esto, que es el caso mayoritario, debo señalar que hay excepciones. En 1902, por ejemplo, *Caras y Caretas* reprodujo una caricatura de Cao acerca de las proyecciones de diapositivas implementadas por un funcionario estatal, Alberto B. Martínez, para promocionar a la Argentina en el extranjero. En la imagen representada en la caricatura se ven dos gauchos y una china. Reproducido en Szir, *op. cit.*, p. 109.

²²² Marta Penhos, “Nativos en el Salón. Artes plásticas e identidad en la primera mitad del siglo XX”, en Marta Penhos y Diana Wechsler (coord.), *Tras los pasos de la norma. Salones nacionales de bellas artes (1911-1989)*, Buenos Aires, CAIA/Del Jilguero, 1999, pp. 111-152.

representaba a una mujer maciza, reclinada, semidesnuda, que sostenía un racimo de uvas, en una página de la revista ilustrada *Columbia* (Fig. 44).

Lo que caracteriza a estas representaciones y las diferencia de las de la china es que insistieron en configurar el tipo a través de la exhibición del cuerpo desnudo, en una operación que idealizaba a la vez que sometía a inspección el cuerpo femenino, enfatizando su diferencia respecto del modelo clásico, pero proponiéndolo como comparable a él. Es notable, en este sentido, la utilización muy frecuente del término “Venus” en los títulos de esas obras e incluso en poemas como el siguiente, que representaban el cuerpo indígena —no sin enorme violencia simbólica— como cercano a la animalidad y destinado fatalmente a la conquista:

Venus morena, en la que el sol ha impreso
el ósculo voraz de una ansia loca,
tu muslo, es muslo cincelado en roca,
tu busto, es busto modelado en yeso.

Juega en tus labios el amor travieso,
y tu alto pecho, que a morder provoca,
es un manjar con que la hambrienta boca
se deleitara en el festín del beso.

Los requiebros persiguen tu hermosura,
como a una sierva voladores lazos,
alguien te enlazará por la cintura.

Y entre la flama tropical, entonces
feliz mancebo en sus robustos brazos
hará gemir tu doncellez de bronce.²²³

La trayectoria de este tipo de representaciones se comprueba por ejemplo en la fortuna de la *Venus criolla* de Emilio Centurión (1934) (Fig. 45), una pintura que podría analizarse palmo a palmo con este poema, publicado una década y media antes de que la obra ganara el premio del Salón Nacional. Se comprueba también en el hecho de que esta pintura, tal como ha señalado Marta Penhos, funcionó a lo largo de la década del treinta como cabeza de serie de un nutrido conjunto de desnudos femeninos que reproducían y consolidaban ese ideal de belleza telúrico que se apartaba notablemente de las representaciones visuales de las chinas.²²⁴ En efecto, a diferencia de la china esta figura es rotunda y maciza, y sus proporciones, si bien armónicas, no son las del modelo clásico. El color moreno de la piel desnuda se enfatiza por el contraste con el paño blanco contra el cual se exhibe; los ojos rasgados y los rasgos aindiados son uno de los puntos centrales de la caracterización. Esta obra y otras vinculadas a ella funcionan descontextualizando y desnudando los cuerpos y proponiéndolos como alegorías de

²²³ José Santos Chocano, “Venus india”, *Caras y Caretas*, año 20, n° 975, 9 de junio de 1917.

²²⁴ Por ejemplo, *Criolla*, de H. Ainscouth (1937) y *Flor de cardón*, de J. De Luca (1937).

lo indígena, a veces también de lo criollo, pero no como caracterizaciones de un tipo social y humano, histórico y real, sobre el que pesan estigmas de clase, que en definitiva es lo que era la china aun en sus representaciones más idealizadas.

Véase por ejemplo la portada de enero de 1928 de la revista *Riqueza Argentina*, dedicada a las industrias regionales del país, protagonizada por una india desnuda, de espaldas, con una trenza que recorre su columna, sentada y sosteniendo el peso de su cuerpo sobre un brazo de tal modo que la postura final, apenas ladeada, destaca el perfil del pecho y el muslo descubierto sobre el que se apoya el otro brazo, que sostiene una lanzadera con la que la india teje al telar un mantón con motivos andinos (Fig. 46). Es una representación que no solo se preocupa más por mostrar la sensualidad del cuerpo desnudo que la destreza manual de la india —el cuerpo que se contorsiona levemente al apoyarse sobre el brazo izquierdo lo inhabilita, en realidad, para el tejido— sino que se esfuerza en proporcionar a la figura una serie de indicadores inequívocos respecto de su alteridad: las piezas de cerámica pintada, el collar que cuelga de la espalda y el tejido que la cubre de la cintura hacia abajo refuerzan su caracterización como india en un espacio pictórico que se cierra abruptamente con el tejido colgante del telar ante el que ella trabaja. Esta india, nos dice la ilustración, que recordemos es una portada de una revista titulada nada menos que *Riqueza Argentina*, conserva su pureza indígena, cifrada en el cuerpo desnudo. No es una india asimilada, mucho menos una india contemporánea, sino una abstracción de la idea de lo que una india ha de ser para representar la riqueza argentina. Tal como está, se la ofrece a la mirada sin oponer conflicto alguno.

En contraposición, la figura de la china pareciera haber tenido menos éxito en cuanto condensación de una belleza nativa, posiblemente porque sobre ella gravitaban menos las definiciones étnicas que las socioeconómicas, y el hecho de que no representara a la clase acomodada era problemático a la hora de caracterizar lo nacional. Dado que en las primeras décadas del siglo XX chinas eran tanto las mujeres de campo (al servicio, tal como se estructuraba la explotación agropecuaria del período, de un patrón de estancia) como las sirvientas urbanas, muchas de ellas migrantes internas, y en este sentido el término aludía más a su lugar en una estructura de clase que a su condición india o mestiza. Con todo, aunque marginal y limitada a ciertas características elementales, su presencia persistió en algunos discursos visuales de corte más popular (ilustraciones de ficciones semanales, postales, partituras de tango), posiblemente porque generaba mayor identificación en el público inmigrante que la pura belleza indígena exaltada por los artistas; lo que nos habla de los grados variables de eficacia y de poder de convocatoria de las representaciones según su público potencial.

Por otro lado, muy importante es señalar que las representaciones de indias no se agotaron en las ilustraciones, las pinturas y los poemas que idealizaban su belleza y la proponían como un símbolo de riqueza nacional tan conquistable como el territorio (y que,

vale decir, numéricamente no conforman un corpus numeroso sino muy escaso dentro de las revistas, lo que les quita representatividad en relación con el problema que nos ocupa, el del concepto “mujer argentina”). Por el contrario, las revistas ilustradas pusieron también en circulación otras representaciones de las mujeres aborígenes, cuya distancia respecto de las que ya he mencionado es indicativa de la inexistencia de un discurso estable acerca de “la cuestión del indio” y de su pertenencia a la cultura argentina en la segunda y tercera década del siglo.²²⁵ Más bien, en los artículos ilustrados con fotografías la comprensión de la cultura aborígena ya como algo exótico, ya en proceso de integración y desaparición definió a su vez otras formas de representar a las mujeres indias. Aunque en algunos textos de corte indigenista la fotografía se usó todavía para exaltar a la “raza aborígena” como raíz profunda, si bien ya casi extinta, de una difusa alma nativa,²²⁶ las fotos que circularon con mayor frecuencia sobre las poblaciones indígenas se distanciaron de esas representaciones, como si la propia técnica circunscribiera un tono y un repertorio de temas posibles, diferentes de los que podían tratarse a través de ilustraciones o reproducciones de pinturas, que tendían a idealizar, abstraer y estetizar.

En efecto, todavía en la segunda y tercera décadas del siglo la técnica fotográfica imponía cierta presunción de objetividad y subrayaba, aunque la mirada interesada la traicionara, una vocación etnográfica. Sin embargo, este poder “documental” de la fotografía²²⁷ sirvió a distintos discursos sobre la población indígena: por un lado se la siguió utilizando —como en el siglo XIX, o en las postales contemporáneas— como prueba del primitivismo y exotismo de los indios, y por el otro sirvió para demostrar en cambio su laboriosidad, la tendencia de las

²²⁵ Aunque las principales incursiones militares cesaron a principios de la segunda década del siglo XX, la prensa siguió publicando artículos sobre el tema y alimentó periódicamente el debate entre distintas opiniones acerca de cómo administrar a las poblaciones indígenas. La yuxtaposición de informaciones sobre esta cuestión creó, pienso, un sistema de inteligibilidad del “problema del indio” que tendió a homogeneizarse a partir de la acción de la prensa, aunque no creo que haya sido unánime. Ver por ejemplo las distintas posiciones entre “La cuestión de los indios”, *Fray Mocho*, año 9, n° 424, 8 de junio de 1920 y Enrique M. Ruas, “El problema del indio”, *El Hogar*, año 15, n° 433, 18 de enero de 1918.

²²⁶ Por ejemplo Humberto Frías, “Los aimaras”, donde se afirma que la civilización indígena “guarda tesoros insospechados que podrían aprovecharse para dar nuevos rumbos a esta raza enérgica”, en un artículo acompañado por fotografías de aimaras presentados en diferentes situaciones. *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 2, 22 de octubre de 1924, pp. 56-57.

²²⁷ Como ha sido señalado en numerosos estudios específicos sobre el dispositivo fotográfico, la presunción de objetividad y la cercanía de la fotografía a la verdad fueron dos argumentos vigentes a lo largo del siglo XIX para fundamentar la cientificidad de la nueva técnica e instituir la como una forma de producción de imágenes de naturaleza muy diferente al arte plástico, aunque se apoyara en este en términos compositivos e iconográficos. Se ha señalado suficientemente, asimismo, que las manipulaciones técnicas (composición y retoques) instalaron desde el inicio de la fotografía el conocimiento de que no era, por más presunción de verdad con que se la presentara, una técnica neutra respecto de lo representado. Aun así, durante el período abarcado por esta tesis, la verosimilitud del discurso fotográfico se confundió más de una vez con la veracidad de lo puesto en imagen por las revistas ilustradas. Específicamente el fotoperiodismo y la fotografía etnográfica se presentaron en los discursos de las revistas, en ocasiones, como discursos con un grado de objetividad mayor que otras representaciones. Es a este tipo de fotografías que me refiero en este apartado sobre las representaciones de indias. Sobre el peso de la presunción de objetividad en la fotografía de indios en Argentina, Marta Penhos, “Frente y perfil. Fotografía y prácticas antropológicas y criminológicas en Argentina a fines del siglo XIX y principios del XX”, en AA.VV., *Arte y antropología en la Argentina*, Buenos Aires, Fundación Espigas, 2005, pp. 17-64.

indias a cuidar de la prole con el mismo cariño que las mujeres occidentales, su coquetería y formas de acicalarse, y sus diferentes industrias artesanales, es decir, todos aspectos que enfatizaban su relativo encuadramiento dentro de parámetros de conducta occidentales.

De modo que una parte de las representaciones de indios que aparecieron en la prensa se propusieron como pruebas de que la asimilación era posible y la aculturación necesaria; fueron una respuesta a la pregunta acerca de la posibilidad y conveniencia de incorporar a los pueblos originarios a la definición de la nación.²²⁸ Implicaron, por esto mismo, un giro significativo respecto de los discursos exterministas del siglo XIX, que habían tenido en la pintura de malones y cautivas un apoyo iconográfico.²²⁹ Pero fueron también un derivado complejo de los estudios antropológicos y criminalísticos que entre fines del XIX y principios del XX habían tenido un desarrollo considerable en el país, y que habían usado la fotografía de indios, según ha estudiado Marta Penhos, como instrumento de clasificación y de conocimiento de “lo otro” sospechado de amenazar el orden social²³⁰ y como estrategia de derrota simbólica de su peligrosidad.²³¹

En esta variante, las fotografías muestran a los indígenas vestidos como paisanos criollos, los hombres en contextos laborales como los ingenios o las misiones agrícolas, las mujeres cuidando a sus hijos, hilando o cocinando, los niños en las escuelas estatales o misionales, es decir cada uno ocupando lo que la cultura occidental entendía como su lugar natural (Fig. 47).

²²⁸ Mariana Giordano y Patricia Méndez, “Justificando un proyecto: textos y fotografías de los frailes de Propaganda Fide sobre los indios chaqueños”, en *Poderes de la imagen. I Congreso Internacional de Teoría e Historia de las Artes/IX Jornadas del CAIA*, Buenos Aires, CAIA, 2001, Cd-rom. Las autoras han estudiado específicamente las memorias, informes y fotografías tomadas en las misiones franciscanas en el Chaco en las que es patente la intención de justificar el proyecto civilizador de la misión, demostrar su superioridad respecto de la ocupación militar y responder de ese modo a la pregunta acerca de la posibilidad de incorporar a los indígenas a la población nacional.

²²⁹ Véase Laura Malosetti Costa, “Buenos Aires-Chicago: *La vuelta del malón*”, *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*, *op. cit.*, pp. 241-285, y también Cristina Iglesia, “La mujer cautiva: cuerpo, mito y frontera”, *La violencia del azar. Ensayo sobre literatura argentina*, Buenos Aires, FCE, 2003, pp. 23-38.

²³⁰ Penhos, “Frente y perfil...”, *op. cit.* Cabe señalar que las fotografías de indios “reducidos” a las que me refiero también tenían un antecedente de fines del siglo XIX, por ejemplo en las tomadas por el fotógrafo Ernesto Schlie en la Colonia Florencia, en el Chaco santafesino, que tal como señala Giordano muestran a indios “mansos” acompañados de sacerdotes franciscanos. Véase Mariana Giordano, “Convenciones iconográficas en la construcción de la alteridad. Fotografías del indígena del Gran Chaco”, en AA.VV., *Discutir el canon. Tradiciones y valores en crisis. II Congreso internacional de teoría e historia de las artes/X Jornadas del CAIA*, Buenos Aires, CAIA, 2003, pp. 147-160. Sobre la utilización de la fotografía en Argentina como instrumento de disciplinamiento y de construcción de otredad también ha escrito, retomando algunas reflexiones de Penhos, Andrea Cuarterolo en “The social construction of the photographic portrait in 19th-Century Rio de la Plata”, *Oxford Research Encyclopedia of Latin American History*, diciembre de 2015, disponible en <http://latinamericanhistory.oxfordre.com/view/10.1093/acrefore/9780199366439.001.0001/acrefore-9780199366439-e-105> (consultado por última vez el 20 de octubre de 2017).

²³¹ Como en el conocido caso del retrato del cacique Pincén por el fotógrafo Antonio Pozzo, que Penhos ha analizado convincentemente como una de las representaciones románticas del indio que lo dotan de los atributos de la peligrosidad y, al mismo tiempo, subrayando el artificio de la toma, los subvierten. En “La fotografía del siglo XIX en la construcción de una imagen pública de los indios”, en *El arte entre lo público y lo privado. VI Jornadas de Teoría e Historia de las Artes*, Buenos Aires, CAIA, 1995, pp. 109-125; al respecto véase también Tell, “La fotografía y el mapa. Registros (y ficciones) de la expansión territorial”, *La fotografía en la construcción de relatos de la modernización argentina (1871-1898)*, *op. cit.*, capítulo 1.

Como ha sido ya señalado por otros investigadores, estas fotografías se corren de los parámetros del registro etnográfico como un dispositivo de construcción de alteridad primitiva porque no posan el objetivo sobre las costumbres, sobre la vestimenta, sobre las herramientas de estas comunidades, aislándolas y señalándolas como distintas y atrasadas. En cambio, al pretender mostrarlos “positivamente”, integrados a grupos interétnicos, ejerciendo labores agrícolas, asistiendo a la escuela, las madres cuidando de sus hijos como cualquier otra madre proletaria, el mensaje que procuran comunicar es que los indios han sido incorporados, o están en vías de incorporación, al capitalismo agrario (aunque más no sea como explotados de ese sistema), que sus vínculos comunitarios se han reformado dentro de los parámetros de la familia nuclear burguesa y que el Estado (o la Iglesia) desarrolla con relativo éxito la tarea de asimilación. Y todo esto, como sugiere por ejemplo la fotografía de los onas “vestidos como gente civilizada” que reprodujeron tanto *La Vida Moderna* como *Vida Ilustrada* con nueve años de diferencia (Fig. 48),²³² si no significa una integración completa a la población nacional, al menos no implica su absoluta desvinculación de ella, y afirma tácitamente que el potencial éxito en la asimilación de los indígenas reside en la obliteración de su cultura y tradiciones.²³³

Más aún, algunas de las fotografías que he encontrado en las revistas habían sido originalmente tomadas por fotógrafos profesionales o funcionarios oficiales para argumentar en favor de distintas formas de administrar a las poblaciones indígenas, y al parecer encontraron su lugar en las páginas de las revistas después de circular en informes, postales o colecciones particulares.²³⁴ Esta migración de las imágenes de un circuito a otro —como sucedía también, por ejemplo, con los retratos de señoritas distinguidas— nos habla de una interacción estrecha del sistema de la prensa con los resortes del poder gubernamental,

²³² La fotografía muestra a cinco onas vestidos de paisanos mirando hacia la cámara, apareció en “El hombre que exploró la Patagonia”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 152, 9 de marzo de 1910 y en *Vida Ilustrada*, vol. 2, n° 46, 13 de septiembre de 1919. Véase también el “Cacique de pura cepa nativa quien, transigiendo con las exigencias del progreso, abandonó sus pilchas para vestir el antiestético traje de los hombres blancos”, en Atilio Chiappori, “La selva y el indio”, *Plus Ultra*, año 8, n° 91, noviembre de 1923; la “madre chiriguana acompañada de su prole”, *ibidem*; y “Un tehuelche, que viste casi como el colono que está a su lado”, Ralph, “Entre los indios del Sud”, *Caras y Caretas*, año 16, n° 759, 19 de abril de 1913. Sobre la utilización de la fotografía en las misiones salesianas en el sur para justificar el proyecto evangelizador antes que para hacer registros etnográficos, Eugenia Scarzanella, “La raza moribunda”, *Ni gringos ni indios. Inmigración, criminalidad y racismo en la Argentina 1890-1940*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, 2003, pp. 141-172.

²³³ Diana Lenton, “Pueblos originarios y Estado argentino. Una incómoda relación”, en Mariana Giordano *et al.*, *Indígenas en la Argentina. Fotografías 1860-1970*, Buenos Aires, El Artenauta y Cedodal, 2012, pp. 11-14.

²³⁴ He encontrado una de las fotografías que representa una escuela indígena, atribuida hoy a Alberto Ingimbert, que ilustra el artículo “Notas de tierra adentro. Las misiones franciscanas en el Chaco”, *Caras y Caretas*, año 21, n° 1009, 2 de febrero de 1918, entre la serie de fotos que aparentemente encargó el padre Giuliani, de la misión Laishí, c. 1914, para mostrar los progresos hechos en la civilización de los indígenas. Según Giordano, la foto se conserva en placa de vidrio en el Cedodal, y ha sido reproducida en distintos trabajos. Véase Giordano y Méndez, “Justificando un proyecto...”, *op. cit.*; Giordano, *Indígenas en la Argentina*, *op. cit.*, p. 82. Véanse también las fotos reproducidas sobre la visita al ingenio San Martín del Tabacal, en *Plus Ultra* (año 8, n° 91, noviembre de 1923), tomadas como registro antes de pasar a la reproducción masiva.

eclesiástico, económico.²³⁵ La prensa funcionaba en estos casos como una suerte de vidriera amplificadora de los debates a propósito de la cuestión indígena que, en vez de proponer a estas poblaciones como reserva de identidad, mostraban en cambio su adecuación a normas occidentales (retratísticas, vestimentales, laborales, familiares), lo que significaba también la primacía del modelo “civilizado” por sobre cualquier otra forma de representación de lo indígena, incluso la representación nativista.

El lugar de las mujeres en esta operación era central porque eran ellas en especial quienes aparecían ejemplificando este nexos con el mundo “civilizado”, en el extremo opuesto al que asumían sus representaciones en las ilustraciones o los poemas, y en ocasiones los textos destacaban en términos positivos su adaptabilidad y adecuación, entre otras cosas, a las normas patriarcales.²³⁶ Lo que estas fotografías trataban de demostrar era que “se puede sacar partido del indio”,²³⁷ “que son perfectamente asimilables a la civilización”²³⁸ y que, por otro lado, dada la proporción minoritaria de estas poblaciones, “nos corresponde velar por que despierte en cada niño indígena el corazón de un argentino”.²³⁹ Por eso mismo, este tipo de artículos y de fotografías ejercen una violencia específica sobre estas comunidades “trasladadas”, “sometidas”, “trabajando”, cuyos integrantes se muestran como seres sin recursos, sin voluntad y ya casi sin tradiciones,²⁴⁰ reorganizados para la fotografía y a merced de los frailes, patrones y funcionarios estatales que, como denunciaban contemporáneamente algunos críticos sociales, aprovechaban la desintegración de los pueblos originarios para obtener mano de obra barata con la que explotar las industrias regionales, tal como muestra una entre varias fotografías de *Caras y Caretas* que retrata a los indígenas que trabajaban en el ingenio Ledesma (Fig. 49).²⁴¹

Pero en las revistas este discurso se complementó además con un segundo conjunto de representaciones sobre la población indígena en las que, al igual que sucedía en el caso de algunas representaciones de afroporteños, persisten estrategias compositivas heredadas del

²³⁵ Masotta ha hecho referencia a la solidaridad que se verifica, precisamente, entre el capitalismo impreso y la consolidación de la explotación de la fuerza de trabajo indígena. *Op. cit.*, pp. 81-83.

²³⁶ “(...) los matacos no perdonan a las infieles. Y es que ellos no faltan al compromiso conyugal y se cuidan de meterse en honduras donde quede mal parado su prestigio de ‘pater familiae’ consciente de sus derechos y obligaciones. Diremos, al pasar, que el régimen de la familia mataca se basa en el patriarcado”, comenta por ejemplo Enrique Rojas en “Por la región de los matacos”, *Caras y Caretas*, año 20, n° 962, 10 de marzo de 1917.

²³⁷ Ralph, “Entre los indios del Sud”, *Caras y Caretas*, año 16, n° 759, 19 de abril de 1913.

²³⁸ *Ibidem.*

²³⁹ Santiago Fuster Castresoy, “Sepamos amoldar las razas”, *Caras y Caretas*, año 32, n° 1619, 12 de octubre de 1929.

²⁴⁰ Masotta registra esta representación como una “feminización” de las poblaciones, queriendo referirse a su aspecto derrotado. No creo que sea un término adecuado, aunque comparto la interpretación de que se trata de representaciones que los muestran vencidos.

²⁴¹ Este juicio aparece por ejemplo en artículos ya citados como el Humberto Frías, “Los aimaras”, *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 2, 22 de octubre de 1924; Enrique Rojas en “Por la región de los matacos”, *Caras y Caretas*, año 20, n° 962, 10 de marzo de 1917; “La cuestión de los indios”, *Fray Mocho*, año 9, n° 424, 8 de junio de 1920; Santiago Fuster Castresoy, “Sepamos amoldar las razas”, *Caras y Caretas*, año 32, n° 1619, 12 de octubre de 1929. Todos hacen referencia a los maltratos.

siglo XIX, como la toma grupal de mujeres y niños amontonados, la de hombres solos o en grupo, con atuendo o atributos característicos, la de la comunidad en su conjunto, muchas veces realizando algún tipo de actividad colectiva, o la de las mujeres trabajando en labores como la cestería, la molienda de granos y, sobre todo, el tejido a telar. En estas fotografías, los indígenas aparecen en general en un entorno natural, y en algunos casos se recortan las figuras de frente sobre fondo blanco —una figura sola, vestida en traje típico o desnuda— acompañándolas de un epígrafe que las menciona como “ejemplares” o como “tipos” (Fig. 50). Penhos ha analizado todas estas estrategias y las ha vinculado a las estampas litográficas de los álbumes de tipos y costumbres de regiones remotas que circulaban desde el siglo XVIII. Esas estampas alimentaron la iconografía de las fotografías etnográficas del siglo XIX y su influencia era todavía clara en las que circularon en la prensa durante por lo menos las tres primeras décadas del siglo XX. La filiación es evidente, por ejemplo, en el caso de las representaciones de indias trabajando al telar, moliendo granos o confeccionando cestos, así como en algunas composiciones de grupo, que recrean las estampas por ejemplo de Pallière, que también fueron reproducidas en la prensa (Fig. 51 a y b).

Estas representaciones, complementarias a las que mostraban a los indios acriollados, sí se avenían a las reglas de la fotografía de vocación etnográfica que había tenido su auge durante el siglo XIX,²⁴² y enfatizaban la idea de que estas comunidades, si no habían sido asimiladas, vivían en un tiempo detenido.²⁴³ Las composiciones contribuían a destacar su atraso al insistir sobre su pobre cultura material, al recrear artificialmente algunas prácticas y rituales o al describir las vestimentas y tocados típicos, como si no hubieran sufrido cambios al contacto con la población blanca, proponiendo, en palabras de Mariana Giordano, “una escenificación de la realidad delimitada por el foco de la cámara”.²⁴⁴ El hecho mismo de que fotografías tomadas a principios de siglo siguieran circulando en las páginas de las revistas más de una década después, habiendo perdido ya su autoría y reenmarcadas, por ejemplo, como “fotografía artística” (como en el caso de la india toba usando el mortero que aparece en la revista *Femenil*,

²⁴² La llamo fotografía de “vocación” etnográfica porque, aunque pretende describir objetivamente los usos y costumbres de las comunidades, muchas veces termina construyéndolos artificialmente, lo que da por tierra con su intencionalidad descriptiva.

²⁴³ Este aspecto de la fotografía etnográfica ha sido muy trabajado por los antropólogos, a partir de la perspectiva inaugurada por Johannes Fabian (*Time and the Other. How Anthropology makes its Object*, Nueva York, Columbia University Press, 1983). Además de las fotografías, los textos también enfatizaban la sensación de un tiempo detenido, como en un artículo que empezaba: “No ha muerto el pasado. Además de vivir en las páginas de nuestra historia, vive aún en muchas regiones de la patria, no en las ruinas, sino en los hombres y en la tierra. Ahora como entonces el aborigen lucha cuerpo a cuerpo con los obstáculos que la naturaleza le opone. La frase consagrada diría que vive al margen de la civilización; pero se hace preciso agregar que lo debe a la incuria de esa misma civilización. Vedlos manejando los útiles laboriosos doblemente que la tradición les legara. Las mujeres pegadas al huso y al telar arcaicos; ellos cultivando el suelo como si la agricultura moderna no existiese”. “De tierra adentro”, *Caras y Caretas*, año 24, n° 1182, 28 de mayo de 1921. Por otro lado, la coexistencia de representaciones de indios asimilados e indios en estado “primitivo” ya ha sido señalada por Giordano, y aquí comprobamos la extensión de esta coexistencia en la prensa.

²⁴⁴ Giordano, “Convenciones iconográficas...”, *op. cit.*, p. 154.

una toma de H. G. Olds, Fig. 52),²⁴⁵ sugiere ya la consideración de los sujetos de esas fotografías como detenidos en el tiempo.

Los motivos iconográficos no eran muy variados. Todavía en 1930, *Plus Ultra* publicaba un artículo sobre los “indios del Chaco” profusamente ilustrado con escenas características de la vida en diferentes tribus. Las fotografías, cuyo autor no se mencionaba y que aparecían enmarcadas con motivos indígenas, mostraban por ejemplo a una figura tirada en el piso junto al “hechicero [que] por medio de cánticos y ensalmos se dedica a curar a un paciente”; un hombre de perfil vestido con túnica y otros accesorios se presentaba como “uno de los mejores y más elegantes ejemplares de la extraña sociedad chorote”; otra composición de grupo, de tres hombres de torso descubierto y tocados de plumas, retratados de frente, se describía como “tres indios chorotes en plena selva dirigiéndose al monte en busca de cacería”. Las mujeres, en cambio, se presentaban todas en actitudes más sedentarias, una de ellas “preparando la comida”, otras como “buenas operarias” de una “fábrica de chicha”, otra más cocinando en una “escena de costumbres donde el varón lleva la parte cómoda” (Fig. 53).²⁴⁶

Si bien se las presentaba como escenas típicas, como ilustración verídica y suficiente (el autor del artículo informaba, de hecho, que las había enviado a un profesor de Buenos Aires para “cooperar en la ilustración de una obra sobre etnología americana”),²⁴⁷ con la ayuda de los epígrafes el repertorio de actividades fotografiadas reproducía, con artificiosidad evidente, la división sexual del trabajo vigente en las sociedades occidentales.²⁴⁸ Más aún, puestas en serie con otras fotografías tomadas de tribus indígenas de otras partes del mundo, cuya reproducción en las mismas o en otras revistas invitaba a la comparación, las representaciones traicionaban su vocación de registro de las particularidades locales porque tendían a repetir las mismas escenas y la misma división de tareas dentro de cada tribu,²⁴⁹ abonando la idea de que, a fin de cuentas, el primitivismo se *veía* (y quizá por lo tanto *era*) igual en todas partes.²⁵⁰

²⁴⁵ *Femenil*, año 2, n° 18, 11 de enero de 1926. Esta foto ya había sido publicada en 1901 por *La Ilustración Sud-Americana*, y había circulado también en postales. Véase Luis Priamo, “La obra de H. G. Olds en la Argentina”, *Nuestro.cl*, 15 de marzo de 2012, <http://www.nuestro.cl/biblioteca/textos/harry6.htm> (consultado por última vez el 5 de enero de 2016). No es el único caso de repetición de fotografías con muchos años de diferencia, véase nota 231.

²⁴⁶ “Los indios del Chaco. Su vida y costumbres”, *Plus Ultra*, año 15, n° 170, junio de 1930.

²⁴⁷ En este sentido, la prensa demostraba no haber recibido aún el impacto de la “crisis de confianza” en la fotografía que, según Elizabeth Edwards, estaba teniendo lugar desde aproximadamente la segunda década del siglo XX en la práctica de los antropólogos europeos. “Introduction”, en Edwards (ed.), *Anthropology and Photography 1860-1920*, New Haven y Londres, Yale University Press, 1992, p. 4. Por otro lado, señalemos la diferencia entre esta actitud hacia la fotografía y aquella que caracterizaba el retrato fotográfico de estudio de las señoritas distinguidas, donde como hemos visto se asumía que los retoques eran parte del retrato.

²⁴⁸ Aun cuando existían ya sobrados registros de que las tareas no se dividían exactamente del mismo modo. Sobre la distinta organización sexual del trabajo entre las poblaciones aborígenes argentinas, véanse los comentarios de Mirta Zaida Lobato en *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*, Buenos Aires, Edhasa, 2007, pp. 26-30.

²⁴⁹ Una nota sobre exploradores de África en *Gran Guñol* reproducía la foto de un “hermoso tipo de indígena” (año 1, n° 19, 5 de enero de 1923); otra sobre los pigmeos aparecida en *El Suplemento* mostraba a “un guerrero dayak listo para entrar en combate” y a un “miembro de la tribu dormido bajo la acción del

No hay que dejar de señalar en este mismo sentido que al disponer a la vista fotografías de comunidades indígenas muy distintas en puestas en página similares, con titulares semejantes, la prensa contribuía con una fuerza específica a estandarizar la mirada sobre los pueblos no occidentales y a exotizar, a su vez, a los del territorio argentino. Todos ellos se presentaban en artículos profusamente ilustrados que, por su diagramación, hacían de los indígenas representados fenómenos “vistosos” pero equivalentes. El hecho de que compositivamente puedan confundirse, por ejemplo, la fotografía de una comitiva de indios osagos junto al presidente norteamericano y el de una comitiva chiriguana junto a un ministro argentino,²⁵¹ o incluso que se informara en el epígrafe de otro retrato colectivo que se trataba de “un numeroso grupo de indios chiriguanos (...) traído a Buenos Aires con propósito de exhibición”,²⁵² refuerza la sensación de que estos grupos, tal como eran presentados por la prensa, eran elementos ajenos a la cultura nacional (Fig. 54 a y b). Incidentalmente, es posible que de este modo la prensa también contribuyera a que los avances del Estado argentino sobre los territorios indígenas se comprendieran como equiparables a las acciones coloniales europeas, como si ambas avanzadas estuvieran justificadas por la misma información de base, aquella mostrada por las fotografías.

Por eso digo que las representaciones de los indios en estado acriollado y en estado “primitivo” no eran, como podría pensarse, contradictorias, sino complementarias. Ambas demostraban de una u otra manera que, sin la colaboración del blanco, las tribus permanecerían en la ignorancia y el atraso, como algo ajeno a la cultura nacional (la utilización recurrente de un “ellos” al hablar de estos pueblos, en contraposición a un “nosotros”, es expresiva a este respecto). De hecho, uno y otro enfoque podían aparecer en la misma revista; textos e imágenes podían incluso, a veces, sostener uno u otro discurso para reforzarse mutuamente, como en el caso de un artículo sobre los pilagás que afirmaba que “A menudo el roce con la civilización los transforma” y que “influyen en tal cambio (...) los medios que se les facilita para lograr su adelanto, entre los cuales no es el menor el regalo de ropas”,²⁵³ mientras las fotografías los mostraban con el torso desnudo, como en un momento anterior al deseado “adelanto”.

alcohol, mientras un mago trata de hacerle resucitar con exorcismos” (“Los pigmeos de la Malasia”, año 10, n° 325, 28 de agosto de 1929), todas escenas muy similares a las mencionadas de *Plus Ultra*.

²⁵⁰ Edwards se ha referido al modo en que la fotografía contribuyó a volver concretas, visibles, creaciones mentales (en este caso el primitivismo indígena), *op. cit.*, p. 7. Deborah Poole también ha señalado, esta vez en el caso de las *cartes de visite* que retrataban a “tipos indígenas”, cómo el formato y encuadre siempre similar daba la sensación de igualar a todos los indígenas (en su análisis, los americanos). Poole, *op. cit.*, p. 120.

²⁵¹ Sección gráfica en *Atlántida*, año 7, n° 359, 26 de febrero de 1925, y “El doctor Lobos en Jujuy”, *Caras y Caretas*, año 14, n° 668, 22 de julio de 1911.

²⁵² “Indios chiriguanos en Buenos Aires”, *Atlántida*, año 7, n° 355, 29 de enero de 1925.

²⁵³ “Indios pilagás, del norte argentino”, *Atlántida*, año 12, n° 596, 12 de septiembre de 1929.

La *Caras y Caretas* que en 1914 publicaba, por ejemplo, un artículo como “Los trabajadores indígenas del norte”, ilustrado con fotografías de indígenas vestidos como paisanos y siendo trasladados en convoy hacia el ingenio Ledesma,²⁵⁴ incluía en uno de sus números de 1928 una serie de artículos de variedades sobre las “tribus indígenas” que se acompañaban, dentro de la misma sección del índice, con otros sobre “flora argentina”, “fauna argentina”, datos geológicos de la Argentina, un artículo acerca del hombre prehistórico de Buenos Aires, y otros sobre las industrias regionales.²⁵⁵ Aunque algunos de estos textos hacían referencia a la incorporación de indios a las explotaciones de recursos naturales, y a su progresiva mezcla y desaparición, la ubicación en este índice es sugestiva respecto de la consideración de los pueblos originarios como parte de un universo de fenómenos naturales que caracterizaban el territorio argentino. Pero al proponerlos como tales, la prensa colaboraba en la comprensión de los indígenas no como ciudadanos sino como recursos explotables, lo que servía una vez más como argumento a favor de la expropiación y la asimilación; la “naturaleza” indígena se transformaba, en este intercambio, en parte de la “cultura” nacional.

Si bien en este tipo de artículos no se insiste especialmente sobre las diferencias entre hombres y mujeres, las distintas actividades que se les atribuyen en las fotografías y las esporádicas menciones de las características físicas de las mujeres contribuyen a señalarlas como los verdaderos “ejemplares puros” a través de los cuales sería posible establecer la mayor o menor cercanía de cada tribu a la “raza blanca”. Las tobas se describen por ejemplo como “bien plantadas y fornidas; son en general de una fealdad salvaje y es su coquetería y distinción llevar el rostro bien tatuado”,²⁵⁶ mientras que de las pilagás se dice que “sus rasgos faciales son de una gran perfección si se los compara con los de miembros de otras tribus, respecto a un modelo ideal de raza caucásica”.²⁵⁷ Las chiriguanas, a su vez, se presentan como “las más pasables entre las indias del Chaco, en general feas y repugnantes”,²⁵⁸ aunque otro artículo ilustrado con la fotografía de cuatro chiriguanas de distinta edad comenta, bajo el epígrafe “Evolucionismo de las chiriguanas”, que se trata desde la infancia hasta la mediana edad de un “tipo casi bello”, mientras que “Después, los estragos del paludismo y la chicha destrozan las facciones, como puede verse en los cuatro tipos de la fotografía”.²⁵⁹ La calidad de la reproducción no permite discernir el alcance de tales estragos, más allá de cierta delgadez en las mejillas de la mujer de mayor edad, pero el epígrafe sentencia que lo que la cámara registra es aquello que caracteriza la evolución de todas las mujeres chiriguanas. Más aún, introduce la idea

²⁵⁴ “Los trabajadores indígenas del norte”, *Caras y Caretas*, año 17, n° 825, 25 de julio de 1914.

²⁵⁵ Había artículos dedicados a los maticos, abipones, mocovíes, tobas y chiriguanos. *Caras y Caretas*, año 31, n° 1547, 26 de mayo de 1928.

²⁵⁶ *Ibidem*.

²⁵⁷ “Indios pilagás, del norte argentino”, *cit.*

²⁵⁸ “Los chiriguanos”, *Caras y Caretas*, año 31, n° 1547, 26 de mayo de 1928.

²⁵⁹ “Las mujeres chiriguanas”, *Caras y Caretas*, año 24, n° 1162, 8 de enero de 1921.

de que en estos pueblos la evolución va decididamente hacia atrás, incluso si en el punto de partida se trata de un tipo “casi bello”. A fin de cuentas, parece afirmar, lo que impide que estas mujeres funcionen como ejemplares de una belleza autóctona es, precisamente, la pérdida de su pureza. El argumento llegaba desde el lado opuesto al mismo punto que hemos visto desarrollado en los poemas y en las pinturas e ilustraciones nativistas, que exaltaban la pureza indígena como factor *sine qua non* para hablar de una belleza nativa.

Este artículo es especialmente representativo del lugar paradójico que, luego de este largo rodeo, hemos logrado comprender se adjudicó a las mujeres indígenas en la definición de la “mujer argentina”. Ya que si, por un lado, la prensa celebró su belleza de otro calibre como si fuera una cifra de cierta pureza nativa, por el otro la misma prensa contribuyó a difundir la idea de que el mejor destino de los indígenas era la asimilación, con la consecuente desvalorización y obliteración de las tradiciones autóctonas que, supuestamente, la india representaba con su pureza. El problema del tiempo es, por eso mismo, un problema fundamental de estas representaciones: la tradición nativa, parecen decirnos, es valorable solo en la medida en que no se prolongue; en tanto ya no se prolonga, en el presente no hay nada valorable en estos pueblos. El lugar de las mujeres indígenas es paradójico porque ellas son el nexo entre un mundo y otro, son a la vez la tradición nativa y son, deben ser, la prueba de que la tradición ha sido superada. Las representaciones que las muestran ejerciendo las mismas labores que la prensa mostraba eran características de todas las mujeres argentinas establecen con estas últimas un vínculo de continuidad que refuerza el modelo burgués (y confirma a las indias como mujeres), pero al mismo tiempo implica la eliminación de lo específicamente autóctono que como efecto colateral las desplaza hacia los márgenes de la “feminidad nacional”. Funcionan, por eso mismo, como un referente posible para esta solo en la medida en que se muestran, como en las ilustraciones, como un pasado puro, es decir no sometido a las presiones del tiempo y la contemporaneidad.

Inversamente, cuando las representaciones, en especial fotográficas, las exhiben por fuera o acomodadas a la misma civilización que las revistas celebraban como parámetro para hablar del progreso de la cultura nacional, lo que triunfa no es el enriquecimiento armónico de la cultura argentina con los aportes de la cultura nativa, sino el peso asfixiante de la cultura europeísta,²⁶⁰ y la primacía del modelo burgués occidental sobre cualquier otro modelo de representación femenina. Comprobamos así, nuevamente, que el mestizaje no es una opción en la definición de “la mujer argentina”, lo que la diferencia de otros tipos nacionales

²⁶⁰ En el mejor de los casos, en el pensamiento de intelectuales como Ricardo Rojas, por ejemplo, los indios pueden ser valorados como “antepasados espirituales” por su vínculo primario, anterior al de todo otro poblador, con el territorio que da base a la nación. Lo que sugiere este punto de vista es una valoración por su pasado, no por su presente. Véanse sus *Blasón de plata*, Buenos Aires, La Facultad, 1922 [1910]; *Eurindia*, Buenos Aires, La Facultad, 1924; Penhos, “Nativos en el Salón. Artes plásticas e identidad en la primera mitad del siglo XX”, *op. cit.*, pp. 114-119.

latinoamericanos, y que en todo caso los factores privilegiados como representativos provienen más de una cultura de clase que de idiosincrasias étnicas (lo que a fin de cuentas acomoda bien a una sociedad aluvional como la argentina, por más idea de “crisol de razas” que circulara en los ambientes letrados).

De hecho, el lugar de las indígenas en la representación de “la mujer argentina” es, teniendo todo esto en cuenta, un caso extremo. Vinculada más que ninguna otra tradición al territorio que daría origen a la argentinidad de la mujer argentina, la mujer indígena sin embargo no es representativa *salvo* como pasado puro y abstracto; como presente, por el contrario, para pertenecer al colectivo “mujeres argentinas” debe desaparecer en cuanto india. El lugar asignado a las indígenas sintetiza bien, por esto mismo, la configuración de la tradición selectiva²⁶¹ que estaba en marcha en la Argentina de las primeras décadas del siglo, y que alcanzaría en las representaciones alegóricas de la república y de la patria una condensación específica. Ese es el tema de la última sección de este capítulo.

4. La República Argentina y “la mujer argentina”

El concepto de “mujer argentina”, tal como hemos visto, operó en sus definiciones sucesivas en la prensa una selección de tradiciones. Por un lado, al representar a las “bellezas argentinas” como mujeres de una belleza clásica, atemporal, la prensa local contribuyó a instalar la idea de que “la mujer argentina” descendía no de una tierra nativa sino de un ideal proveniente de la cultura clásica europea. Pero las mujeres a quienes se elegía para encarnar ese ideal descendían, a su vez, de una larga línea hereditaria que las unía con aquellas damas patricias que habían sentido el fervor por la patria naciente a principios del siglo XIX. De estas matronas, que la prensa a partir de fines de siglo contribuyó a conservar en la memoria, las mujeres de la alta burguesía recibían su legitimación para representar a todas las mujeres nacidas en la República: muchas de ellas pertenecían aún a las mismas familias patricias y continuaban las tareas institucionales (educativas, de beneficencia) que sus antecesoras habían inaugurado y definido, en esa inauguración, como una de las contribuciones específicas de las mujeres al país. Aunque sin duda variable, la belleza de estas mujeres se configuraba a través de recursos compositivos, gestuales, de iluminación y de vestuario que, mientras restablecían justamente los vínculos con el ideal clásico, homogeneizaban un concepto de belleza femenina que la prensa, al presentarla como específicamente argentina, generalizaba como expresión cultural de todas las mujeres del país y, más aún, como expresión visible de su fibra moral. Recordemos que, tal como señala Ernst Gombrich, la belleza humana, y en especial la belleza femenina, se utilizó

²⁶¹ Definida por Raymond Williams como una “versión de un pasado formador y un presente preformado, que así se vuelve poderosamente operativo en el proceso de definición e identificación cultural y social”. “Traditions, institutions, and formations”, *Marxism and Literature*, Oxford, Oxford University Press, 1977, p. 115.

convencionalmente para representar la idea de bondad, apelando a una serie de cadenas asociativas que unirían lo material con lo moral.²⁶²

Esta norma de belleza, un concepto físico pero, como hemos dicho, también moral, incorporó a lo largo del período que estudiamos algunas variaciones, pero más que nada desplazó del centro de referencias culturales que conformaban ese ideal las tradiciones que menos se ajustaban a la idea de una nación blanca, pura, económicamente poderosa y culturalmente moderna, si bien respetuosa de sus tradiciones. Por ese motivo, las representaciones de “bellezas argentinas” pudieron absorber ocasionalmente algunas referencias orientalistas y hasta algunos elementos criollos, pero no se hicieron ningún eco de la tradición afroporteña ni mucho menos de la indígena, y en cambio plantearon la imposibilidad de conciliar esas otras tradiciones como parte de la moderna “feminidad nacional”.

Mi pregunta en este punto es ¿qué impacto tuvieron entonces estas selecciones en la representación visual de la República Argentina? ¿Existe una correlación entre estas operaciones de definición de “la mujer argentina” y la representación alegórica de la patria? Ya que si tradicionalmente las alegorías de ciudades, de Estados y de regiones, pero también de conceptos abstractos y de virtudes, entre otras cosas, se encarnaron en figuras femeninas, la representación de nuestra Argentina debía ser, también ella, una figura de mujer.²⁶³ Y exactamente así fue, destacándose además la prensa como uno de los primeros soportes de la representación alegórica de la patria: el isologotipo que encabezaba la publicación antirrosista *El Grito Argentino*, impresa en Montevideo en 1839, mostraba una mujer descalza, vestida a la antigua, que sostenía con la mano izquierda una cornucopia, símbolo de la abundancia, y alcanzaba con la derecha una bandera argentina, mientras conducía un carro triunfal.²⁶⁴

A esta figura la siguieron otras composiciones similares, que mostraban a la Argentina sentada o de pie, pero siempre vestida a la antigua y en ocasiones confundida con la figura de la Libertad (caracterizada por el gorro frigio), tal como había sucedido en las representaciones de la República Francesa.²⁶⁵ En 1856, con la instalación de la estatua de la Libertad, encargada al francés Joseph Dubourdieu, como remate de la Pirámide de Mayo,²⁶⁶ se completó el proceso

²⁶² “El sueño de la razón. Símbolos de la Revolución Francesa”, *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*, México D.F., FCE, 2003, pp. 166-167.

²⁶³ Marina Warner, *Monuments & Maidens. The Allegory of the Female Form*, Nueva York, Atheneum, 1985. Véase también Joan B. Landes, *Visualizing the Nation. Gender, Representation, and Revolution in Eighteenth Century France*, Ithaca, Cornell University, 2003 [2001]. Específicamente sobre la representación femenina de la República, AA.VV., *Emblèmes de la liberté. L'image de la République dans l'art du XV^e au XX^e siècle*, Berna, Staempfli, 1991.

²⁶⁴ José Emilio Burucúa, Andrea Jáuregui, Laura Malosetti Costa y Lía Munilla Lacasa, “Influencia de los tipos iconográficos de la Revolución Francesa en los países del Plata”, en AA.VV., *Imagen y recepción de la Revolución Francesa*, Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano, 1990, p. 133.

²⁶⁵ En 1792 se decidió que el primer sello de la República Francesa llevara como imagen la alegoría de la Libertad. Maurice Agulhon, *Marianne au combat*, París, Flammarion, 1979, pp. 25-30.

²⁶⁶ Julio E. Payró, *Prilidiano Pueyrredón, Joseph Dubourdieu, la Pirámide de Mayo y la Catedral de Buenos Aires*, Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, 1970. Payró señala que la figura fue instalada en la Pirámide en mayo de 1856 y unos meses después modificada: el gorro frigio que coronaba la lanza pasó a tocar la cabeza de la

de fusión de las ideas de libertad y república en una sola figura femenina que reunía atributos de ambas: el gorro frigio, el pecho descubierto, la lanza y el escudo nacional, cuyo diseño se había establecido en la Asamblea del año XIII y reiteraba elementos similares: gorro frigio sobre una pica, laureles a los costados y sol naciente sobre una división del campo elíptico en celeste y blanco, donde aparecían unas manos estrechadas que simbolizaban la unión y la fraternidad.²⁶⁷ La prensa no tardó, como han señalado ya en un trabajo colectivo José Emilio Burucúa y otros autores, en identificar precisamente esa figura como la Libertad-República o directamente la República, como en una caricatura aparecida más tarde en *El Mosquito* que mostraba al presidente Sarmiento esculpiendo él mismo la estatua, en una síntesis de lo que la tarea de gobierno implicaba en términos materiales, pero también simbólicos.

Esta figura representaba un ideal abstracto, la idea de gobierno republicano, que hundía sus raíces en la Antigüedad, precisamente en la república romana, ese poder político y militar que, al conquistar una nueva colonia, acuñaba monedas con representaciones alegóricas de esos nuevos territorios que los mostraban como mujeres jóvenes, drapeadas, descalzas y sosteniendo un escudo y una lanza. Pero recogía asimismo una referencia mucho más cercana en el tiempo, la de la República Francesa, que hacia el cambio de siglo, y después de enormes turbulencias, reafirmaba justamente los principios republicanos que habían inflamado la Revolución de 1789 y que desde entonces, con múltiples variaciones en el medio, se habían vinculado con la idea de libertad, identificada en sus alegorías, como ya hemos dicho, con el gorro frigio.²⁶⁸ Es preciso aclarar, por otro lado, que algunos de los elementos que funcionaron como atributos de las nuevas alegorías territoriales de las ex posesiones españolas provenían de la tradición colonial, y habían sido continuados y resemantizados después de la Independencia.²⁶⁹ En cualquier caso, para la década de 1850, tal como Burucúa afirma en el mismo trabajo colectivo mencionado antes, “La alegoría de la Libertad-República es (...) asimilada, sin discusiones en torno a su función simbólica. Ha llegado de Europa revestida de

figura, que antes llevaba una corona cívica y el pelo suelto. La lanza, por otro lado, adquirió su moharra metálica, hoy desaparecida. El autor también cita un artículo de 1859 que criticaba que la figura no representara inequívocamente ni a la Libertad ni a la República, lo que confirma que ya se mezclaban ambas. Véase pp. 58-64.

²⁶⁷ Un análisis del escudo nacional en Burucúa *et al.*, *op. cit.*, pp. 131-133. En otro artículo, Burucúa junto a Fabián Campagne sostienen que las manos estrechadas provenían de la tradición holandesa, aunque también aparecen en las representaciones de la República Francesa y han sido asociadas por Agulhon con la masonería. Véase Burucúa y Campagne, “Los países del Cono Sur”, en Antonio Annino, Luis Castro Leiva y François-Xavier Guerra (comp.), *De los imperios a las naciones: Iberoamérica*, Zaragoza, Ibercaja, 1994, pp. 349-381; Maurice Agulhon y Pierre Bonte, *Marianne. Les Visages de la République*, París, Gallimard, 1992.

²⁶⁸ El gorro frigio proviene del *pileus* romano, un sombrero en forma de huevo que se daba a los esclavos como símbolo de libertad cuando se emancipaban. Según Gombrich, durante la Revolución comenzó a confundirse con la mitra frigia, plegada en la parte de arriba y asociada a la vestimenta asiática, y estas a su vez con el bonete rojo de los presos. Gombrich, “El sueño de la razón...”, *op. cit.*, pp. 170-175.

²⁶⁹ Véase Juan Ricardo Rey Márquez, “Nacionalismos aparte. Antecedentes republicanos de la iconografía nacional”, en AA.VV., *Las historias de un grito. Doscientos años de ser colombianos. Exposición conmemorativa del Bicentenario 2010*, Bogotá, Ministerio de Cultura, Museo Nacional de Colombia, 2010.

cierta sacralidad y aquí muy pronto se consolida como imagen oficial”.²⁷⁰ Los autores señalan, del mismo modo, que esta consolidación se manifiesta de dos formas bien diferenciadas: por un lado, en la erección de monumentos públicos en los que se ensayan distintas variantes de una “Marianne criolla”;²⁷¹ por el otro, en la circulación masiva, en especial hacia el Centenario de la Revolución de Mayo, de imágenes múltiples, entre ellas las impresas, talladas o moldeadas sobre objetos de uso cotidiano y las difundidas por la prensa, sobre todo en los avisos publicitarios, que familiarizan al gran público con esta identificación de la Argentina: una figura femenina vestida a la antigua y tocada con los atributos de la República y la Libertad. De todos modos, aunque circulara en todo tipo de imágenes, y quizás más aquí que en otros países latinoamericanos, debemos señalar que esta figura no adquirió jamás la fuerza representativa de Marianne, así como no había formado parte de las alternativas visuales con las que se intentó reemplazar luego de la Independencia la imagen del rey, como bien ha señalado Natalia Majluf para el caso peruano, indicando además que ese desplazamiento no podría haber sido lineal —ya que se trataba de formas muy diferentes de representatividad política— y que se decantaría, a fin de cuentas, hacia los emblemas más que hacia las personificaciones y los retratos.²⁷²

Aun así, la Argentina representada en la prensa como una joven fue una imagen que sirvió para hablar del país, de sus problemas, de sus riquezas. Vale por eso la pena preguntarse: ¿qué otras características tuvo, precisamente, esta alegoría hacia el Centenario? Para empezar, fue siempre una mujer blanca. No he encontrado en ninguna ilustración de ninguna revista una alegoría de la República Argentina que recupere en su apariencia corporal alguna referencia indígena o afroamericana, lo que se condice con la selección que hemos visto la prensa operó cada vez que asumió la tarea de representar a “la mujer argentina”. En efecto, aunque en Argentina no circularon, como sí en otros países latinoamericanos en el temprano siglo XIX, alegorías del territorio que recuperaban con variaciones la iconografía de América de Cesare Ripa como una india con plumas y carcaj,²⁷³ en el caso de Argentina esa ausencia se volvió característica en las representaciones de principios del siglo XX, que sin variaciones eligieron figurar a la República como una joven esbelta, de piel blanca, cubierta con una túnica de colores claros, en ocasiones celeste y blanca como la bandera, en general de busto encorsetado muy pocas veces expuesto, es decir perfectamente decorosa, tocada con el gorro frigio y en

²⁷⁰ Burucúa *et al.*, “Influencia de los tipos iconográficos...”, *op. cit.*, p. 135.

²⁷¹ Por ejemplo, en la representación de la Argentina en el Mausoleo de San Martín, en la Catedral de Buenos Aires, inaugurado en 1880. Se entiende que el nombre Marianne refiere a la República Francesa, una denominación de enorme arraigo en el vocabulario postrevolucionario, cuyo origen exacto se desconoce, aunque Agulhon sugiere que su adopción extensa se debe a su origen popular y su matiz religioso (María-Ana), *op. cit.*, pp. 42-46.

²⁷² Véase Natalia Majluf, “De cómo reemplazar a un rey: retrato, visualidad y poder en la crisis de la Independencia (1808-1830)”, *Histórica*, vol. 37, n° 1, Lima, 2013.

²⁷³ Rey Márquez, “Nacionalismos aparte...”, *op. cit.*, pp. 18-20; véase del mismo autor “Los indígenas europeos: la india de la libertad”, *Cuadernos de Curaduría*, Bogotá, Museo Nacional de Colombia, 2005.

algunas variantes con una corona de laureles sobre un pelo abundante y ordenado, descalza, flanqueada por el escudo o la bandera nacional (Fig. 55 a y b).

Se trata muchas veces de una figura mayestática: sentada, en perfecto equilibrio, serena. En esta variante, reparte las riquezas de la tierra, como espigas de trigo, o una cornucopia, incluso un caduceo, símbolo del comercio, o el símbolo de la paz, una rama de olivo. Existe otra variante, algo más animada, de pie o a caballo, las manos en alto sosteniendo una corona de laureles, símbolo de triunfo, u ondeando una bandera, o ambas cosas a la vez (Fig. 56). De pie, se yergue otras veces rígida y solemne pero imponiendo su orden, que es el orden de la unión (simbolizado en algunas ocasiones por un haz de lictores, y también por las manos estrechadas del escudo) y del progreso, aludido quizás en la mirada recta hacia adelante o el gesto de la mano, u otras veces por los elementos de modernidad insertados en el paisaje que la rodea; una lanza o una espada recuerdan que, si es imprescindible, podrá lucharse nuevamente por esos ideales. Pero en tanto no sea necesario, la presencia en otras ocasiones de una paleta de pintor y unos pinceles en la mano evocan a las bellas artes como parte de la grandeza nacional, aluden a la tarea de creación que se extiende hacia el futuro y tal vez, al mismo tiempo, al talento creativo que informa esa gesta.²⁷⁴

La alegoría de la República Argentina es también una figura de dominio. Su escala la hace por lo general sobresalir dentro de las composiciones de las que forma parte, sean una caricatura en la portada de una revista popular, un canto a la Revolución de Mayo, una idealización de las riquezas nacionales: la Argentina es grande, más grande que las partes que la componen, y por momentos esto la convierte en una figura maternal, que vela sobre el territorio (Fig. 57). Y es una figura de triunfo, tal como nos recuerdan los laureles. Para empezar, hace triunfar el comercio, no muy alejado de la idea de progreso en esas décadas que abren el siglo XX. Con el comercio, triunfa el consumo: ahí está la alegoría de la República garantizando a todos los ciudadanos la posibilidad de adquirir cigarrillos, ginebra, aceite, seguros de vida (Fig. 58). Pero el componente político no cae en el olvido; por más simbólica que sea, triunfa también la autonomía, la independencia, la emancipación: en algunas variantes la Argentina rompe cadenas, avanza por delante de un sol naciente, planta su bandera ante quien sea que tenga delante. La Argentina es, por último, una figura de recepción y hospitalidad: en una buena cantidad de ocasiones se ubica delante del océano abarrotado de barcos que llegan; son en primer lugar los barcos del comercio, pero también los barcos del pasado español, así como los nuevos barcos que traen inmigrantes, y a los que la República les abre sus brazos, observa y recibe, definiéndose también a través de ese acto (Fig. 59).

²⁷⁴ Nira Yuval-Davis ha señalado, justamente, la centralidad de la noción de futuro en sociedades sin mito de origen común, ya que fomenta el compromiso colectivo con el destino de la nación. *Gender & Nation, op. cit.*

Sentada o de pie, la República está en casi todos los casos erguida y alerta, pero no siempre dirige su mirada hacia el espectador. En algunas pocas ocasiones la vemos reclinada, con el cuerpo algo más lánguido, y aun en esta excepción a su postura casi siempre decorosa la alegoría se hace eco del protocolo de representación de las señoritas distinguidas que pueblan las secciones de bellezas argentinas, esta vez en su variante orientalista, que las moderniza. Ya que entre una cosa y otra hay, indudablemente, muchos puntos compositivos en común. Donde la alegoría sostiene laureles u olivo, las señoritas llevan ramas de cerezo florecido; la ubicación de las manos, la forma de girar el cuello, la dirección de la mirada, el cuerpo encorsetado,²⁷⁵ pero también difuminado por las gasas, la blancura impoluta de las caras, la expresión vacía, magnánima, más allá de todo: alegorías y señoritas comparten un mismo lenguaje corporal, un mismo conjunto de significantes (Fig. 60).

He sugerido que los retratos fotográficos de debutantes no son simples retratos. No retratan propiamente nada de la identidad individual de esas mujeres, sino que componen una idea sobre lo que significa ser mujer y argentina. Las alegorías de la República confirman esa idea, le dan espesor. Unas y otras refuerzan la misma definición de la Argentina como una nación joven, europeizada, atractiva (porque es rica) pero decorosa (porque es dueña de sí misma y está bien educada), poderosa (porque la gobierna una clase pujante), moderna y a la moda, ubicada en la posición dominante que le permite velar y dar el ejemplo al resto del país, memoriosa de sus orígenes (españoles) y receptiva de sus nuevos habitantes; en su postura, su expresión y su porte, en los colores claros y los gestos sencillos y nobles que la caracterizan, se afirma como virtuosa.²⁷⁶ En ambas, el acento clásico remata estas “metáforas visuales”. Como señala Ernst Gombrich al analizar los contenidos ideológicos y contextuales de determinados elementos formales, compositivos y colorísticos, aquí “Las cuestiones sociales y morales parecen inseparablemente entrelazadas con las cuestiones de valor estético”.²⁷⁷

Esta coincidencia formal y compositiva pareciera, al mirar más de cerca, admitir por lo menos dos variantes. Por un lado, la alegoría de la República Argentina retoma en ocasiones los gestos displicentes, de factura elegante, de las señoritas a la moda, y con ello sugiere la modernidad de la nación naciente. El semanario *Fray Mocho* la representa, por ejemplo, como una joven lánguida, de gorro frigio y vestido sugestivo, reclinada sobre un brazo y observando

²⁷⁵ Marina Warner ha sugerido que el cuerpo encorsetado de algunas alegorías remeda casi la coraza de las representaciones de algunas diosas antiguas, en especial Minerva, y que remite a la virtud, ya que vuelve al cuerpo inexpugnable. Es entonces, a la vez, un instrumento que recuerda que el cuerpo femenino es inestable y sensual pero que lo presenta como virtuoso, firmemente controlado. Véase “The sieve of Tuccia”, *Monuments & Maidens, op. cit.*, pp. 258-259.

²⁷⁶ El decoro y la virtud, como señalara ya Joan Landes, fueron características apreciadas en la representación de la nación luego de la Revolución Francesa, porque la vinculaban a la civilización. Véase Landes, *Visualizing the Nation, op. cit.*, p. 5.

²⁷⁷ “Metáforas visuales de valor en el arte”, *Meditaciones sobre un caballo de juguete*, Barcelona, Seix Barral, 1968, p. 33.

todos los signos del progreso nacional: los trenes, los barcos a vapor, las fábricas y los aviones (Fig. 61).²⁷⁸ El número de *La Vida Moderna* dedicado al 25 de mayo de 1910 la muestra, por su lado, sentada ante un sillón de estilo, reminiscente a un trono, delante de un gran panel circular decorado a la francesa, vestida con un vestido blanco de corte imperio —de resonancias neoclásicas—, ajustado y escotado, con el regazo cubierto por un manto celeste delante del cual yace un gran libro (¿de la historia?) que la figura se dispone, con un movimiento de la mano indolente, a inscribir con una pluma (Fig. 62). Apoya los pies sobre un almohadón rojo de borlas doradas; el matiz monárquico²⁷⁹ de este detalle se compensa con un gran escudo nacional que le cubre el flanco, rodeado a su vez por los laureles. La cabeza, cubierta por el gorro frigio, va peinada también a la moda, con el pelo recogido en un chignon muy suelto. La figura no sonríe. Mira hacia un lado, con la cabeza apenas ladeada y los ojos algo entrecerrados. A excepción de la mano estirada que sostiene la pluma, el gesto reproduce exactamente la misma pose de centenares de retratos fotográficos de mujeres. La portada no lleva título pero habla con elocuencia: la República de 1910 es joven, hermosa, moderna y altiva, y se dispone a dejar su marca en la historia.

El solapamiento entre la alegoría y las señoritas a la moda se hace todavía más explícito en otro ejemplo, una publicidad de Tricófero de Barry (un reconstituyente para el pelo) que apareció en distintas revistas hacia el Centenario.²⁸⁰ Ilustrado con la figura de una joven sentada, vestida también con un vestido de corte imperio de color claro y encorsetada, los hombros cubiertos por un manto, la joven se peina una cabellera abundantísima que lleva suelta hasta la cintura (Fig. 63). “La República está afanada en estos momentos en hacer su ‘toilette’, preparándose para las grandes fiestas del Centenario”, informa el aviso. De no ser por el gorro frigio, que la joven se ha sacado y sostiene sobre el regazo, podría pasar por cualquier otra ilustración publicitaria protagonizada, como ya era costumbre en las revistas ilustradas, por una figura femenina. Pero la identificación entre la joven y la República, entre la “toilette” y el heroseamiento del país para los festejos patrios, entre la salud general de la joven, y en especial de su pelo, y el de la República, es posible porque existe ya, para los lectores de estas revistas, una identificación previa entre la Argentina y “la mujer argentina” en su definición hegemónica. Y esta identificación elige insistir sobre la juventud, la belleza, la salud y la modernidad de la nación que crece, todos valores que también, según hemos visto, encarnaban las señoritas distinguidas.

²⁷⁸ Portada de *Fray Mocho*, año 9, n° 422, 25 de mayo de 1920.

²⁷⁹ Ya Agulhon ha señalado que en varias ocasiones la alegoría de la República incorporó atributos de la alegoría de la Monarquía (trono, león, corona de rayos solares), que referían sobre todo a la noción de poder y dominio. *Marianne au combat*, *op. cit.*, p. 23.

²⁸⁰ *PBT*, año 7, n° 285, 7 de mayo de 1910; *El Hogar*, año 7, n° 149, 30 de marzo de 1910.

La Argentina del Centenario aparece también representada como una joven a la moda en la maquette de la alegoría reproducida en la portada de *La Ilustración Sud-Americana* del 30 de abril de 1910, que se había encargado al escultor francés Coutau para erigirla en el Banco Nación y, según se informa en la revista, se adaptaría para ilustrar alguna denominación del papel moneda circulante (Fig. 64). No he encontrado datos sobre el tal Coutau, pero es posible que por su nacionalidad y la cercanía en el tiempo, el artista hubiera visto la versión terminada de las esculturas del puente Alexandre III realizadas en París por Gustave Michel, entre ellas las alegorías de las distintas edades de Francia, terminadas hacia 1900. Planteo esta filiación porque su alegoría de la Argentina guarda alguna relación formal precisamente con la de *La France contemporaine*, representada, como ha señalado Marina Warner en su estudio sobre las alegorías femeninas, como una mujer que “cualquier paseante de 1900 (...) podría haber visto caminando por Champs-Élysées o bajando de un carruaje para visitar la Gran Exposición”. Con su torso encorsetado, el peinado elaborado y las flores en el pelo, la tela rica del traje y la envarada postura general, comenta Warner, “*La France contemporaine* representa el *grand monde*, no el *petit peuple*”, exactamente el tipo de mujer que la Tercera República quería ver representando a la Francia del cambio de siglo. De modo similar, *La Argentina* de la maquette de Coutau no es una mujer del pueblo sino una mujer sentada con gran solemnidad que porta los atributos de una nación rica y poderosa: el caduceo y la rama de olivo en cada mano, la corona de laureles en el pelo, el escudo nacional a un costado, una cornucopia del otro lado y un traje soberbio, muy similar al de la alegoría de Francia, que destaca la cintura ceñida que era moda en esos años y el pecho bien generoso, símbolo de fecundidad. La actitud es serena y altiva, una vez más equivalente a la de las señoritas de los retratos fotográficos, que recordemos se presentaban muchas veces bajo el título “El gran mundo porteño”. “Un solapamiento sugestivo entre lo real y lo ideal”, retomando las palabras de Warner.²⁸¹

Pero existe también otra variante en esa identificación, que insiste menos sobre la modernidad o el atractivo de la joven República, y más en cambio sobre su virtud, su defensa de algunos ideales, su vínculo con los episodios inaugurales de la nacionalidad y, extensivamente, sobre su espíritu maternal. Así la encontramos, por ejemplo, en las portadas de 1908 y 1909 de *Ilustración Histórica Argentina*, la revista fundada por Carranza como extensión de su proyecto de difusión de la historia patria a través de las colecciones del Museo Histórico Nacional (Fig. 65 a y b).²⁸² La República Argentina aparece allí, en 1908, también como una

²⁸¹ “The street (Paris)”, *Monuments & Maidens, op. cit.*, todas las citas en p. 28. Señalemos de paso que también esa era la representación que circulaba aquí de Francia: una joven a la moda, aunque tal vez más bataclana que la Argentina. Cf. alegorías de las dos en “Francia y los franceses en la Argentina” en el número del Centenario de *Caras y Caretas*, año 12, n° 607, 21 de mayo de 1910.

²⁸² Nicolás Kwiatkowski, “La Ilustración Histórica Argentina-La Ilustración Histórica”, en AA.VV., *Revistas ilustradas en la Biblioteca del Departamento de Artes Visuales Prilidiano Pueyrredón, Instituto Universitario Nacional de*

joven tocada con gorro frigio que lleva con la mano derecha una bandera argentina, y en la izquierda, recogida junto al pecho, una rama de olivo. Mira hacia un costado, con la expresión seria, y avanza desde la orilla de un mar agitado en cuyo horizonte resplandecen los rayos del sol. La figura no tiene el gesto asertivo de las representaciones analizadas antes, pero su expresión adusta la vuelve solemne; la bandera, el sol, el olivo y el gorro frigio completan inequívocamente la idea de patria, emancipación, paz y libertad. En la versión de 1909, obra de la artista argentina Ana Weiss al igual que la primera portada, la figura ha ganado ya corpulencia y aplomo. Parada en un interior, junto a una ventana, descorre una gran cortina que deja ver el mismo sol, al que se ha incorporado, en el centro, la inscripción “1810”, que alude desde luego al año de la Revolución. Ha perdido la bandera, pero lleva todavía la rama de olivo en la mano y el gorro frigio ha sido reemplazado por una corona de laureles. Es una versión más conservadora y menos incisiva, que ha dejado caer los símbolos más revolucionarios —el gorro, la bandera—²⁸³ en favor de una idea general de paz y gloria como resultado de las acciones del siglo anterior, en sintonía con la efusividad celebratoria previa a los festejos del Centenario, que ya estaban para entonces en marcha. En ambas versiones el vestido, aunque todavía moderno, está más disimulado por un manto que remeda una túnica antigua; en ambas también se enfatiza más el vínculo con el pasado que con el futuro, a diferencia de las representaciones más enfocadas en subrayar la modernidad de la República.

El vínculo con el pasado no era algo nuevo en las representaciones alegóricas de la patria. Ya en 1900 *La Ilustración Sud-Americana*, en aquel número donde se habían reproducido los fragmentos de la obra de Carranza dedicada a las patricias argentinas, había llevado en su portada una composición que situaba juntos, vinculándolos bajo la inscripción “1810-1900”, los rostros de tres patricias y una alegoría de la República vestida a la antigua, con una corona de laureles en la cabeza, que llevaba en la mano izquierda otra corona de laureles y una espada en la mano derecha (Fig. 66). Una columna de capitel corintio y el inicio de un arco enmarcaban el extremo izquierdo de la composición, flanqueado por unas hojas de banano; sobre el derecho, una bandera argentina y la bandera del cruce de los Andes, con el escudo bordado, contenían el gesto de la alegoría, que estiraba el brazo con la corona de laureles delante de un sol resplandeciente que emergía de la cordillera. El escudo nacional remataba la composición por debajo de los retratos de las patricias. El triunfo de la gesta patria, señalado por el sol, el gesto de la alegoría, los laureles, y su vinculación con las patricias, a través de sus

Arte, Buenos Aires, IUNA, 2007, pp. 101-102. Sobre Carranza, el MHN y la difusión de los retratos de héroes patrios, véase Laura Malosetti Costa, “¿Verdad o belleza? Pintura, fotografía, memoria, historia”, *op. cit.*

²⁸³ Agulhon señala que desde la declamación de la República Francesa en 1792 y como parte de los vaivenes que sufrió su representación, el gorro frigio se identificó crecientemente con las expresiones más aguerridas y los brazos más extremistas entre los revolucionarios, mientras que los laureles y las espigas de trigo fueron los atributos más reiterados por las versiones más conservadoras (las espigas de trigo ya aparecían como atributos de la Democracia en la *Iconología por figuras* de Cochin y Gravelot). Agulhon y Bonte, *Les Visages de la République*, *op. cit.*; *Marianne au combat*, p. 23.

retratos y de la presencia de la bandera del cruce de los Andes (bordada por ellas) adquiriría una dimensión definitiva y atemporal mediante la incorporación de elementos clásicos como la columna y la inscripción, además de la propia alegoría. De esta manera, se sellaba la continuidad entre el pasado y el presente de la patria a través, en particular, de la actuación de “la mujer argentina”.

En la recapitulación del pasado de la patria, la alegoría de la Argentina podía también acompañar a los próceres, como demuestra una publicidad que circuló en *Caras y Caretas* hacia el Centenario de la Independencia y que invitaba a encargar por correo la reproducción de una obra “impresa en 18 colores” titulada con una frase del himno nacional, *Se levanta a la faz de la tierra, una nueva y gloriosa nación*.²⁸⁴ La imagen consistía en un retrato grupal de San Martín, Belgrano, Rivadavia y Moreno acompañados, en el centro del grupo, por una alegoría de la República, tocada con el gorro frigio, con la bandera argentina en alto, vestida a la antigua, descalza, una espada en la mano derecha y el escudo cubriéndole el flanco. En este caso, la continuidad con el pasado se planteaba no solo en la reproducción de las efigies de los próceres sino también en el texto explicativo, que exhortaba al lector a volverse patriota adquiriendo la imagen; y si ya lo era también se lo invitaba a adquirir la imagen para honrar a la patria y rendir homenaje a los próceres. La imagen, en este caso, se volvía entonces un instrumento de renovación de la piedad patria que la “espléndida alegoría” era la encargada de volver atractiva a los ojos de espectadores ya muy entrenados, tal vez insensibilizados, ante las imágenes de reproducción masiva.²⁸⁵

Pero el pasado que aparecía vinculado a la República no era solo el pasado de la gesta emancipatoria de principios del siglo XIX. En menor medida, pero presentes, circulaban también alegorías de la Argentina que remitían a otros episodios de la historia donde, según la orientación de la revista donde se publicaba la imagen, se establecía un momento inaugural del presente nacional. En 1920, por ejemplo, la revista *América Hispana* reprodujo una curiosa representación alegórica de la República que la mostraba erguida, de nuevo con el gorro frigio y el escudo bordado en el manto, sosteniendo en una mano una lanza y en la otra una rama de olivo, delante de un escenario de destrucción urbana todavía cubierto por las nubes de humo de unos cañones, junto a la inscripción “La revolución argentina de 1890” (Fig. 67).

²⁸⁴ *Caras y Caretas*, año 18, n° 922, 3 de junio de 1916; año 18, n° 923, 10 de junio de 1916. Otra variante es la alegoría junto al ejército, como en la portada de *El Hogar*, año 7, n° 153, 25 de mayo de 1910, en la que la figura femenina directamente dirige su mirada hacia el pasado.

²⁸⁵ Agulhon ha sugerido ya que una de las razones por las cuales las alegorías, y con ellas la Marianne francesa, han tenido tal fortuna crítica se debe a que son representaciones de mujeres atractivas, y a través de ellas se establece un patriotismo inconsciente. *Les Visages de la République*, *op. cit.*, p. 118-119. También Joan Landes ha señalado que la iconografía de la nación como figura femenina respaldó la creación de vínculos afectivos con la patria y la nación, especialmente en los hombres, *op. cit.* Varios autores, al referirse al problema del sexo femenino de las alegorías, se han hecho eco también de la explicación convencional que lo basa en el hecho de que en la tradición latina los conceptos abstractos toman el género del sustantivo que los nombra.

El epígrafe se refería a la Revolución del Parque, durante la que la Unión Cívica había logrado, con el apoyo de un sector del Ejército, derrocar al presidente Juárez Celman, dando origen a la reorganización de las fuerzas políticas que desembocaría finalmente, casi un cuarto de siglo más tarde, en la llegada al gobierno de un partido con base popular en elecciones secretas y obligatorias. El artículo que seguía a esta alegoría enfatizaba, precisamente, la participación popular que había tenido la denominada “revolución argentina”, y reescribía el derrocamiento del gobierno para volverlo “esencialmente popular e impersonal”, provocado porque “una ominosa oligarquía de advenedizos (...) han deshonrado ante propios y extraños las instituciones de la República”, según citaba el artículo.²⁸⁶ Quizá por este motivo, la alegoría que precedía ese texto no cumplía a rajatabla con el protocolo gestual de los retratos de señoritas distinguidas: con su gesto campesino —la rama de olivo tirada hacia atrás de los hombros, como recién recolectada, la otra mano estirada, con la lanza clavándose en el piso como una escoba o un rastrillo— y su mirada desconfiada pero temeraria, esta representación particular de la Argentina hacía pensar en una madre de pueblo que, plantada delante de los restos de un combate, venía a poner orden y sembrar la paz. Sin apartarse exageradamente del modelo canónico, conservaba los rasgos principales de “la mujer argentina”, pero sugería una serie de matices a la comprensión de esta como enteramente definida por el estrecho lenguaje visual de la oligarquía argentina.

Más heterodoxa aún es la representación que ornó la segunda portada de *Caras y Caretas* en el número dedicado al Centenario de 1810. Obra de José María Cao, el dibujante español que junto a otros emigrados españoles había convertido la caricatura casi en un nuevo actor del juego político a fines del siglo XIX,²⁸⁷ la imagen representa a una joven sentada sobre una silla curul pero al aire libre, delante de un paisaje boscoso, unos pastizales y la luz amarilla del atardecer (Fig. 68). Vestida con una túnica blanca sobre el pecho, que deja el hombro al descubierto, y otra celeste alrededor de las piernas, la figura sostiene una paleta y algunos pinceles con la mano izquierda, y con la derecha un solo pincel. Tiene a uno de sus lados unos grandes libros y del otro un receptáculo donde se lee la fecha de publicación del ejemplar (“Mayo 21 de 1910”), del que asoman unas láminas o planos enrollados. La figura no mira al frente. Está levemente girada hacia su derecha, no lleva gorro frigio, bandera, escudo ni laureles, sino una vincha de color rojo sobre un pelo desgredado y negro. La piel blanca detiene la identificación con el cuerpo de una mujer indígena, que el peinado, el paisaje y la incipiente desnudez alimentan. Pero ¿es esta una representación de la Argentina? Difícil confirmarlo: aquí conviven elementos clásicos, como la vestimenta y la silla curul, y algunos atributos estables de

²⁸⁶ José G. Acuña, “La revolución argentina de 1890”, *América Hispana*, año 1, n° 1, julio de 1920.

²⁸⁷ Laura Malosetti Costa, “Los ‘gallegos’, el arte y el poder de la risa. El papel de los inmigrantes españoles en la historia de la caricatura política en Buenos Aires (1880-1910)”, en Yayo Aznar y Diana B. Wechsler (comp.), *La memoria compartida, op. cit.*, pp. 245-270.

las alegorías argentinas, como los colores de la vestimenta y los pinceles, con otros que tuercen esa caracterización, o más bien la complican al desplazarla parcialmente desde el tipo físico establecido como propio de una “mujer argentina” hacia otro menos normalizado. Lo que resulta sugestivo es que esta alegoría pareciera esbozar —con los pinceles, en los libros y en los planos— un futuro en vez de un pasado, en una efigie que, sin dejar de lado la solemnidad, imagina una fisonomía nueva para la Argentina.

Aunque en el período estudiado estos ejemplos fueron minoritarios, constituyeron una tercera alternativa respecto del modelo canónico de representación de la Argentina con los rasgos fenotípicos y el repertorio gestual de las bellezas argentinas. Este modelo, como hemos visto, se desarrolló en dos modalidades, una que resaltaba los aspectos modernos y sensuales de la joven República y otra que señalaba, en cambio, su vínculo inaugural con el pasado y su virtud. Si la primera variante, la más cercana a los retratos fotográficos, se esforzó en volver evidentes los vínculos de la nación moderna con la clase que la gobernaba, siendo el eslabón las señoritas que pertenecían a esa misma clase, la segunda en cambio retrotrajo ese vínculo al pasado, dándole una autoridad más rancia. En esta segunda variante, lo que se establecía era la continuidad entre el nacimiento de la República, la actuación de las patricias y su legado en las herederas del presente, que al igual que ellas se presentaban reproducidas en retratos en las páginas de las revistas ilustradas como mujeres virtuosas. Los acentos clásicos de estas alegorías contribuían a sugerir una identificación entre el patriciado y un tipo de republicanismo aristocratizante²⁸⁸ que encontraba en la belleza de las mujeres de clase alta —precisamente esa autodenominada “aristocracia argentina”— una síntesis de sus virtudes morales.

En este contexto, la tercera variante, sin abandonar los rasgos más característicos de la representación de la República, abría el juego —aunque muy tímidamente— a identificaciones entre la Argentina y las mujeres argentinas (ya sin comillas) que pasaban menos por el énfasis en la modernidad o la virtud de la nación y más por el lugar del pueblo en su construcción. La totalidad del pueblo, aun así, no estaba representada en estas alegorías, que prácticamente nunca incorporaron entre sus elementos referencias a la población indígena o a la de ascendencia africana, y solo lateralmente a la población inmigrante.

No siempre es posible ver la lógica que explica la aparición de una u otra variante en las portadas y las ilustraciones de las revistas ilustradas. Cambiantes como los nuevos tiempos, estas alegorías hablaban al presente inmediato de los lectores de revistas y les sugerían formas de visualizar la nación que resonaban en sus intereses cercanos y al mismo tiempo les mostraban que esos intereses participaban de los problemas de una comunidad nacional.

²⁸⁸ Sobre la supervivencia de las ideas liberales y republicanas en la elite letrada, pero también sobre sus mutaciones entre el siglo XIX y el XX, que permitían justamente que medrara ese republicanismo aristocratizante, encuentro útiles varios de los comentarios que aparecen en la obra de Fernando Devoto ya citada, *Nacionalismo, fascismo y tradicionalismo*, *op. cit.*, *passim*.

Y aunque las alegorías de la República posicionaban a las mujeres en un lugar central de esa comunidad, lo cierto es que también les adjudicaban una serie de atributos —belleza, virtud, decoro, pureza, espíritu protector, entre otros— que, en la práctica, establecían un tipo de participación específica dentro de ella, coincidente con los posibles aportes que les adjudicaban las palabras de Georg Simmel citadas al principio de este capítulo. Como señala Marina Warner, “La relación entre la convención artística y la realidad social produce sentido; la representación de la virtud bajo una forma femenina interactúa con las ideas acerca de la feminidad, y afecta el modo como actúan las mujeres así como el modo en que se ven. Tal como argumentó Aristóteles, la mimesis —la imitación— conlleva *methexis* —participación—, y entre las imágenes y la realidad ocurre un intercambio constante”.²⁸⁹ Por otro lado, al representar estas alegorías como mujeres investidas de un poder extraordinario, de libertad y hasta de ciudadanía —pues eso significaba el gorro frigio— se operaba una inversión de la situación real de las argentinas contemporáneas que funcionaba como compensación de los poderes, libertades y derechos civiles de los que las mujeres reales carecían, convocándose *al mismo tiempo* la identificación y la adhesión de esas mujeres al proyecto de nación en curso (del mismo modo como se había convocado a través de estrategias prestigiantes la identificación de *todas* las argentinas con el modelo de “mujer argentina” presentado por las señoritas distinguidas).²⁹⁰

Por este motivo, pienso que las alegorías de la República representadas por la prensa no fueron simples figuras rescatadas de las convenciones inmemoriales de la representación occidental, sino también formas de administrar simbólicamente el lugar de hombres y mujeres en el perfil cultural de la nación y de otorgar a ese lugar la autoridad del tiempo y la costumbre. El lugar fijado para las mujeres argentinas a través de la representación de la Argentina como una figura de mujer con la serie de atributos que hemos analizado fue ese: un lugar simbólico y eminentemente cultural; no de acción ni de conquista, como sería el caso con los hombres en la mayor parte de las narrativas sobre la historia argentina. Como toda cultura, sin embargo, tal como hemos visto, fue un lugar estructurado por múltiples selecciones y omisiones significativas, y más aún, atravesado por una comprensión particular de los cambios y del tiempo, que exploraré con más detalle en el próximo capítulo.

²⁸⁹ “The street (Paris)”, *op. cit.*, p. 37.

²⁹⁰ Landes, *op. cit.*, p. 18. Véase también Helga Möbius, “Images de femmes pour la République”, en AA.VV., *Emblèmes de la liberté*, *op. cit.*, pp. 53-72. Para esta autora, el hecho justamente de que las mujeres carecieran de esos derechos las volvía buenas representaciones de un ideal común y abstracto. Por otro lado, este tipo de convocatoria hecha a las mujeres para participar en términos simbólicos de la nación, pero no como ciudadanas, encuentra algún punto de diálogo con las posiciones de nacionalistas culturales como Rojas respecto de las masas, los indígenas, etc., a quienes reservaba un protagonismo simbólico negado en términos políticos. Véase Delaney y Delaney, “Imagining *el ser argentino*”, *op. cit.*

Capítulo 3

La dimensión temporal

En 1928, en ocasión de su edición número mil, la revista *El Hogar* publicó un número extraordinario de doscientas dieciséis páginas que, bajo el lema “Ayer y hoy”, revisaba los cambios y continuidades que se habían verificado en la sociedad argentina desde 1904, año de lanzamiento de la publicación, titulada inicialmente *El Consejero del Hogar*.¹ Casi la mitad de los artículos y publicidades (cerca de noventa entre unos doscientos) aludía en su mayoría a las diferencias que se apreciaban entre la sociedad antigua y la presente y repartía entre ambos sexos, de manera equilibrada, la representación de esos cambios. De la mitad restante, mientras que solo veintiséis de los artículos y publicidades estaban protagonizados por hombres, aquellos protagonizados por mujeres ascendían a ochenta y cuatro; de estos últimos casi dos tercios tematizaban de alguna manera la contraposición entre pasado y presente, y los demás utilizaban la figura femenina ya como ilustración de los contenidos textuales, ya como forma de atraer la mirada de lectores y lectoras (en especial en las publicidades). De modo que al hojear la revista, las mujeres aparecían sobrerrepresentadas cumpliendo diversas funciones retóricas, entre las cuales la principal era servir de símbolos del paso del tiempo. Los usos y costumbres de las mujeres en temas como la sociabilidad, la moda, el trabajo, el noviazgo y matrimonio, la circulación en la vía pública y las ocupaciones diarias eran el parámetro con el cual se medía ese paso, se lo hacía visible. Las transformaciones que separaban los veinticinco años recorridos por la revista podían ser, parecía afirmarse, *medidos* mediante la disposición contrastada, habilitada entre otras estrategias de diagramación por las dobles páginas, de representaciones femeninas del pasado y del presente (Fig. 1 a y b). El medio que condensaba la máxima visibilidad de los cambios era el objeto de representación más convencional de todas las revistas ilustradas: las mujeres. Habitados como estaban los lectores a ver mujeres representadas en las páginas de sus publicaciones semanales, era lógico que se esperase que la idea de transformación y cambio, de novedad y de diferencia de esa novedad respecto del pasado, se volviese inteligible a través de la utilización de la figura femenina. La familiaridad de esa figura era precisamente lo que permitía discernir entre el pasado y el presente, hacer que el tiempo, y el cambio, cobraran una dimensión visible.

Desde ya, *El Hogar* no inventó en 1928 este uso de representaciones de mujeres como vara para medir el paso del tiempo. Por el contrario, al elegir esta estrategia de comparación visual la revista se apoyaba en los usos y costumbres del periodismo gráfico del período, donde

¹ *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928.

tales operaciones eran moneda corriente.² Elegirla, de hecho, confirmaba que era una estrategia significativamente eficaz, aunque instalaba la paradoja de que las mujeres representaban *al mismo tiempo* la idea de pasado y la idea de presente o futuro. Sus representaciones, dicho de otro modo, permitían hablar de tradición y de modernidad, de valores nuevos y viejos, de la continuidad y del cambio, y esto significaba que no hablaban específicamente de ellas sino, a la vez, tanto de su época como de las tradiciones relevantes que esta había dejado atrás. O, como afirmaba la cronista social de *Plus Ultra*, a “la encantadora falange de jóvenes porteñas que son la alegría del presente y que encarnan tan hermosas promesas para el futuro (...) les corresponde mantener con serenidad y firmeza las hermosas tradiciones del hogar argentino (...), los principios que no deben ser reemplazados por las extravagantes modalidades que amenazan arraigarse en nuestra sociedad”.³

Pero ¿para qué servía esa naturalización de la idea de que las mujeres son la mejor expresión de las cualidades de una época, la encarnación de las tendencias más claras de un momento histórico y, a la vez, el reservorio de la tradición? Y por otro lado, ¿qué significados convocaba esa estrecha vinculación de las mujeres con el tiempo? ¿Qué consecuencias traía esa vinculación para la comprensión de las mujeres como actores sociales en el presente? ¿Y cómo configuraba la propia relación de las mujeres con el tiempo, justo en el momento en que este se aceleraba, estandarizaba y convertía en un regulador cada vez más rígido de las relaciones sociales?

Con estas preguntas en mente, en este capítulo mi análisis se centrará en las referencias temporales que llevan a cuestras las representaciones de mujeres en la prensa así como su puesta en página, atendiendo también a su contenido, su técnica, composición y cualidades formales. Por referencias temporales entiendo todos aquellos acentos que ubican a una representación en el tiempo, o hacen del tiempo el tema de una representación: los acentos modernizantes o retardatarios desde un punto de vista estilístico, formal y compositivo, que otorgan sentido a las representaciones y las preparan para ser percibidas como representaciones de algo novedoso o, por el contrario, de algo conservador; los elementos textuales, léxicos o sintácticos, que hacen hincapié en lo nuevo o lo tradicional; las relaciones entre aspectos visuales y textuales, que pueden llegar a poner en evidencia, a través de sus contradicciones, la noción misma de cambio, algo que necesariamente se realiza en el transcurso del tiempo. En este sentido, para dar cuenta de la dimensión temporal en las representaciones de mujeres, este capítulo, además

² Véase, por ejemplo, “La moda a través de las edades”, *Tit-Bits*, año 5, n° 213, 2 de agosto de 1913; “Buenos Aires antiguo”, *Myriam*, año 1, n° 6, diciembre-enero de 1915-1916; “El gran mundo de antaño”, *El Hogar*, año 12, n° 297, 11 de junio de 1915; “Entre la mujer antigua y la moderna”, *Fray Mocho*, año 9, n° 423, 1 de junio de 1920; “La evolución de la moda”, *Iris*, año 1, n° 47, 21 de enero de 1921; “Todo cambia”, *Iris*, año 2, n° 77, 26 de agosto de 1921; “Lo que va de ayer a hoy”, *Páginas de Columba*, año 5, n° 49, 27 de enero de 1926; “Ayer y hoy”, *Femenil*, año 2, n° 46, 26 de julio de 1926; “Mujeres de ayer y de hoy”, *La Nación Magazine*, año 1, n° 1, 7 de julio de 1929, entre muchas otras.

³ “Páginas femeninas”, *Plus Ultra*, año 1, n° 4, 1916.

de preguntarse si su contenido discursivo refiere al pasado, presente o futuro, se detendrá en el modo en que esas representaciones visibilizan una serie de cualidades relativas al tiempo y la relación que las mujeres guardan con ellas: lo nuevo, lo moderno, lo innovador, lo tradicional, lo pasado, lo conservador; cualidades que, como veremos, fueron tanto un comentario sobre las mujeres como, en general, sobre la época y el lugar de las mujeres en la época que estudiamos, un período particularmente sacudido por el cambio.

Así, más que analizar la “evolución” de las representaciones de mujeres en el tiempo —un ejercicio suficientemente ensayado y probadamente inconducente, en especial en los intentos de tipo impresionista—,⁴ me interesa en todo caso investigar de qué modo las referencias temporales sugeridas por las representaciones de mujeres aparecidas en la prensa, por sus relaciones de puesta en página, por su técnica y estilo, por un lado facilitaron a las publicaciones la comunicación de su carácter novedoso y, por otro, en términos mucho más amplios, contribuyeron a otorgarle mayor entidad a la diferencia entre hombres y mujeres; hicieron más inmediatos los posicionamientos respecto de las cualidades del tiempo pasado o el tiempo presente, así como respecto de los cambios acarreados por la transición; ayudaron a regular el uso que las mujeres debían hacer del tiempo; a privilegiar ciertas edades sobre otras (la juventud vs. la vejez); a legitimar o deslegitimar ciertas prácticas; y finalmente a dificultar el discernimiento de lo solapadamente conservador dentro de lo representado como nuevo, y de lo transformador o al menos novedoso en aquello representado como pasado o tradicional, en un contexto, además, en que la idea de “emancipación de la mujer”, con toda su carga de futuro, adquirió una visibilidad inédita en gran medida gracias a la expansión también inédita de la prensa.

Esta perspectiva temporal en relación con las representaciones de mujeres ha ido emergiendo ya en los capítulos anteriores, por un lado en torno de la figura de la mujer o la joven moderna, una creación discursiva de enorme impacto en la mentalidad del período de nuestro interés, y que ha despertado en consecuencia numerosos estudios en los últimos años.⁵ La figura de la mujer moderna, efectivamente, reunía en las primeras décadas del siglo algunas de las características centrales que definían —según discursos como la prensa, el cine, la nueva literatura— la feminidad del nuevo siglo, que se proyectaba también como representativa de los

⁴ A modo de ejemplo, dos artículos de prensa publicados en la sección femenina de la edición digital del diario *Clarín* y en la revista *Brando*: http://entremujeres.clarin.com/moda/lo-mas-trendy/cambio-ideal-belleza-largo-tiempo_0_1528647373.html; <http://www.lanacion.com.ar/1876021-cuales-son-los-origenes-del-culto-a-la-flacura> (consultados por última vez el 23 de octubre de 2017).

⁵ Es el principal objeto de estudio de Cecilia Tossounian, *The Body Beautiful and the Beauty of Nation: Representing Gender and Modernity (Buenos Aires 1918-1939)*, tesis de doctorado, European University Institute, 2010; Paula Bontempo, *Para Ti: el cuerpo de la mujer moderna (1922-1928)*, tesis de maestría, Universidad de San Andrés, 2006; y ha sido objeto de reflexión intensa también en Gisela Kaczan, *Representaciones de cuerpos femeninos vestidos. Códigos visuales en los mecanismos de producción de exclusión, emulación y distinción social. Mar del Plata 1900-1930*, tesis de doctorado, Universidad Nacional de Mar del Plata, 2011. En el contexto internacional se le han dedicado estudios específicos, entre otros AA.VV., *The Modern Girl Around the World. Consumption, Modernity and Globalization*, Durham y Londres, Duke University Press, 2008; Ann Heilmann y Margaret Beetham (ed.), *New Woman Hybridities. Femininity, Feminism and International Consumer Culture 1880-1930*, Londres, Routledge, 2004.

valores deseables de la nueva época: juventud, estilo, blancura, sensibilidad urbana y flexibilidad en cuanto a prácticas y nuevas costumbres. Pero tal como hemos visto en el capítulo anterior, esta lista excluía de la definición de feminidad moderna, privándolas por ello de representatividad en relación con su época, a las mujeres de otras extracciones sociales, generacionales, étnicas y geográficas. A través de la figura de la joven moderna el presente quedaba indisolublemente ligado a un tipo particular de comprensión de lo femenino; el tiempo se convertía en el núcleo en torno del cual gravitaba la propia definición de la feminidad, a la vez que la feminidad se convertía en la clave para hablar de las transformaciones acarreadas por el tiempo.

Sin embargo, la innegable capacidad de la figura de la joven moderna para encarnar, a través de la representación de sus prácticas y su apariencia, las transformaciones de las primeras décadas del siglo XX, ha velado en parte la diversidad de representaciones que circulaban en la prensa del período y ha contribuido a que esas transformaciones se perciban al día de hoy como unilaterales, propias de un tiempo acelerado y lineal del que la joven moderna sería la expresión completa. Claro que esto no es así. “Leemos continuamente en los periódicos que la Joven Moderna usa demasiado maquillaje, bebe demasiados cócteles, es estridente, maleducada, oportunista, pero estas dos no podrían ser más agradables, hermosas, tranquilas ni inteligentes”,⁶ comentaba por ejemplo acerca de dos amigas, hacia fines de los años veinte, un conocido del escritor inglés Anthony Powell. Tal como afirma este escritor en sus memorias (de donde está extraída la cita), esa “figura ominosa” de la joven moderna era un estereotipo fabricado en gran medida por los medios gráficos para hablar de los cambios de la vida moderna, y aunque este es un juicio proveniente de un contexto extranjero, si tal era la situación en la Inglaterra de entreguerras, aún más cautela habríamos de tener al importar la gravitación de esa figura al contexto argentino. De hecho, para dimensionar más adecuadamente el potencial modernizante que esta tuvo en el período, es preciso contrastarla con otras representaciones y prestar atención a la temporalidad que también estas llevaban consigo, de tal modo que sea posible acercarnos a una comprensión más cabal de las temporalidades múltiples que modulaban la vida cotidiana de la sociedad argentina del cambio de siglo, y del modo como la representación de esos desfases afectó las relaciones entre distintos grupos sociales y la propia construcción de la diferencia sexual a lo largo de esas décadas.

En efecto, en el capítulo anterior ya me he detenido en los contrastes que se plantearon en la prensa entre la figura de la joven moderna y otras representaciones de mujeres que aparecían, a diferencia de ella, como reservas de tradición (las señoritas de familias tradicionales y las mujeres que vivían fuera de los centros urbanos, por ejemplo), o simplemente como residuos del pasado (en el caso de las mujeres aborígenes y afroamericanas, y también, hasta cierto punto, de las mujeres inmigrantes). La inmutabilidad de algunas fórmulas de

⁶ Anthony Powell, *To Keep the Ball Rolling*, Chicago, The University of Chicago Press, 1983, pp. 152-153.

representación de estas mujeres —los acentos clásicos de las bellezas argentinas; los atuendos siempre iguales de las mujeres del campo; o la presentación de la modernidad de las mujeres negras como una paradoja, entre otros ejemplos— fue una de las formas de acentuar ese vínculo de las mujeres con el pasado. Pero esta idea, como resultará claro, no solo contradecía su proposición como epítomes de las transformaciones del presente sino que complejizaba las actitudes que las representaciones de mujeres vehiculizaban acerca del paso del tiempo.

Ya que, en rigor, como señaláramos también en el capítulo anterior, la asociación de las mujeres con el pasado o con el presente tuvo connotaciones tanto positivas como negativas: el pasado podía significar atraso y atavismo, un estado de “naturaleza”, o bien la pervivencia de tradiciones culturales venerables; mientras que lo moderno podía ser tanto una promesa de progreso como una pérdida de civilización y una caída en el caos de lo nuevo. Desde esta perspectiva, las representaciones de mujeres que contenían acentos temporales no se propusieron unívocamente como “mejores” o “peores”, más o menos exactas según refirieran al pasado o al presente, a lo viejo o a lo nuevo, sino que funcionaron, por un lado, como formas de articular visiblemente la existencia de diferencias entre las propias mujeres, entre mujeres y hombres, entre clases, grupos étnicos y generaciones, y por el otro como manifestaciones de distintas actitudes hacia los cambios que el paso del tiempo imponía y hacia el modo como estos afectaban las relaciones entre esos distintos grupos sociales.

De modo que los componentes temporales de algunas representaciones de mujeres ayudaron a tipificar visualmente las relaciones de esos distintos grupos con el tiempo y contribuyeron a naturalizar algunas de esas relaciones como más legítimas o deseables que otras. Así, en el contexto de modernización que atravesaba la Argentina, más que privilegiar unilateralmente la tradición o el progreso, las representaciones de mujeres sirvieron como formas de visualizar qué cambios y qué progreso resultaban deseables (y qué transformaciones no lo eran), y qué tradiciones y valores era necesario conservar (y cuáles no), así como cuál era el lugar de distintas mujeres en ese proceso. La exaltación de las virtudes patricias del pasado que hemos identificado en el capítulo anterior como un componente fundamental de la misión de “la mujer argentina” se contrapuso, por ejemplo, a la desvalorización de las tradiciones autóctonas que se desprende de la representación de las mujeres indígenas o afroamericanas, mientras que, por otro lado, la representación de la mujer moderna basculó entre la celebración y la condena, una indecisión que sintetizaba muy bien la ambigüedad hacia los valores de cambio y transformación que ella encarnaba, tan deseados como temidos.

Dicho de otro modo, las representaciones de mujeres que contenían acentos temporales permitieron darle cuerpo a estas diferentes actitudes hacia los cambios acarreados por el tiempo. Pero las representaciones de mujeres no se detuvieron en el comentario acerca de los cambios propios de la época y en la visibilización de las temporalidades múltiples que

alimentaban las divisiones de clase, etnia, género y generación de la sociedad argentina. Quisiera ahora complementar esta idea, que ya he explorado en el capítulo anterior al detenerme sobre todo en las diferentes actitudes hacia la tradición, con una reflexión más amplia acerca del significado de lo moderno asociado a las mujeres. Porque además de hacer visibles los cambios y el modo en que el paso del tiempo afectaba las relaciones sociales y la propia definición de la feminidad, por el simple hecho de que eran el objeto más recurrente en las revistas ilustradas, las representaciones de mujeres modernas fueron también el parámetro que hizo visibles los cambios *dentro de la propia prensa*, tanto a nivel material y técnico como discursivo y comercial, en un período de transformaciones profundas en los modos de producción y circulación de los impresos que eran, más aún, correlativas a los cambios que atravesaba la estructura productiva del país desde fines del siglo XIX.

Esta consideración, que viene a sumarse a la perspectiva anterior, me invita a empezar por las propias revistas y su relación privilegiada con el tiempo en el período que estudiamos. Ya que no es excesivo afirmar que de todos los discursos del período, la prensa fue quizás uno de los más comprometidos con la modernización, en tanto no solo creó un nuevo modo (un modo moderno) de leer, informarse y de pasar el tiempo, y enseñó a la población a vivir en una sociedad que se transformaba al ritmo de la industrialización, sino que, más aún, lo hizo impulsando una renovación de las técnicas de producción alineada con las transformaciones económicas de la Argentina.⁷ Esta conjunción de innovación técnica, material y discursiva debió articularse, por otra parte, con nuevas estrategias comerciales (de financiamiento de las publicaciones a través de la publicidad y de promoción para aumentar las ventas) que impusieron a su vez la necesidad de ofrecer un producto visualmente atractivo que pudiera competir en un mercado cada vez más saturado. Allí es donde las representaciones de mujeres se convirtieron en aliados fundamentales. Por este motivo, el vínculo entre prensa y tiempo (entre prensa y modernización, pero también entre prensa y modernidad)⁸ fue un vínculo que involucró y se realizó en parte a través de las representaciones de mujeres.

De modo que consagraré la primera sección de este capítulo a indagar de qué manera se expresó ese compromiso de la prensa con las condiciones modernas de producción,

⁷ Sandra Szir ha estudiado en profundidad este encadenamiento de transformaciones, y el papel central que adquirió *Caras y Caretas* como impulsora de la renovación de las artes gráficas, en *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas y las transformaciones del paisaje cultural de la modernidad. Buenos Aires 1898-1908*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2011. Véase también Sylvia Sáitta, “El periodismo popular en los años veinte”, en Ricardo Falcón (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 6, *Democracia, conflicto social y renovación de ideas (1916-1930)*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000, pp. 437-469.

⁸ Siguiendo el texto clásico de Marshall Berman, distingo a la modernización como proceso de transformaciones económicas, tecnológicas y sociales impulsadas por el desarrollo del capitalismo, de la modernidad como experiencia social y subjetiva intrínsecamente contradictoria, vinculada a esa modernización, en la que el presente se vive como permanentemente dinámico y cambiante, lo nuevo adquiere valor absoluto y el pasado se construye en oposición a este. Marshall Berman, *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, Madrid, Siglo XXI, 1988.

distribución y consumo que se desarrollaban en la Argentina de las primeras décadas del siglo —y que sin duda fomentaban transformaciones sociales que bien podríamos clasificar como propias de la modernidad—; qué lugar cumplieron las representaciones femeninas en la realización de ese compromiso; y cómo intervinieron la técnica, el estilo y la diagramación de distintas revistas tanto en la generación de un nuevo tipo de artefacto de lectura en el que el material gráfico era preponderante (y que por eso mismo era moderno) como en la articulación de una idea de feminidad moderna contrastada, al mismo tiempo, con otras representaciones de una feminidad más tradicional. En este último punto suscribo la hipótesis de que ambos tipos de representaciones, en su específica relación con el tiempo, sirvieron a los fines de convertir a la prensa del período en un discurso alineado con lo nuevo, aun cuando esta alineación no necesariamente haya implicado un discurso en verdad transformador respecto del rol social de las mujeres.

Pero la relación de las revistas con el tiempo no se limitó a las nuevas técnicas, la visualidad y las formas de producción y circulación de los impresos. Por el contrario, las revistas ilustradas fueron poderosos agentes de modernización también en un sentido discursivo, ya que contribuyeron a difundir una nueva comprensión del tiempo en un contexto en que la industrialización se volvía una preocupación —y hasta cierto punto, una realidad— palpable.⁹ La segunda parte de este capítulo estará por ello dedicada a analizar cómo se representó “el tiempo de las mujeres” en la prensa en relación con el tiempo masculino; cómo se lo diferenció de este, se le asignaron unas coordenadas vitales precisas, se lo desvinculó del concepto de trabajo y se lo asoció, en cambio, al ocio y el consumo. Mi interés aquí es reflexionar sobre cómo las representaciones que tematizan el modo en que las mujeres transitan y usan su tiempo ayudaron a establecer diferencias concretas entre hombres y mujeres (así como entre las propias mujeres) que son efectivas hasta el presente, e identificar de qué modo, al confundir lo nuevo con lo transformador, las representaciones de mujeres en la prensa contribuyeron a sostener ideas tradicionales sobre la feminidad, pero también a sentar precedentes discursivos para que fuera posible siquiera concebir una realidad distinta.

⁹ A pesar de que, como sostiene Fernando Rocchi en “Industria y metrópolis: el sueño de un gran mercado”, (Margarita Gutman y Thomas Reese (ed.), *Buenos Aires 1910. El imaginario para una gran capital*, Buenos Aires, Eudeba, 1999, pp. 269-280), “la industria argentina era en 1910 una realidad con logros tan importantes como desiguales”. El énfasis de este capítulo en la modernización y la ampliación del consumo se basa en el análisis del contexto económico de la Argentina del período en Rocchi, “El péndulo de la riqueza: la economía argentina en el período 1880-1916”, en Mirta Z. Lobato (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 5, *El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000, pp. 17-69; Juan Manuel Palacio, “La antesala de lo peor: la economía argentina entre 1914 y 1930”, en Ricardo Falcón (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 6, *op. cit.*, pp. 103-149; Andrés M. Regalsky, “El proceso económico”, en Eduardo José Míguez (coord.), *América Latina en la historia contemporánea*, tomo 3, *Argentina. La apertura al mundo (1880-1930)*, Madrid, Taurus/Mapfre, 2011, pp. 151-206.

1. El tiempo de las revistas: modernización, visualidad y mujeres

El proceso de modernización que cobró impulso en Argentina desde fines del siglo XIX tuvo un impacto visible en la prensa gráfica de las primeras décadas del siglo XX. Tal como ha señalado Sandra Szir en su estudio sobre *Caras y Caretas*, “la modernización dismantelaba los tradicionales modos de representación e identificación”¹⁰ de la prensa y convocaba la generación de nuevas imágenes —ilustraciones, fotografías— capaces de relatar visualmente el progreso, al tiempo que imponía nuevas formas de producción de esas imágenes, les otorgaba nuevas funciones, y reinventaba la manera de hacerlas circular entre un público creciente.

Es cierto, si seguimos a Víctor Goldjel, que ya a lo largo del siglo XIX la prensa argentina había ensayado estrategias de renovación constante del interés de los lectores; que sus formas de producción habían afectado las formas de leer y la naturaleza de lo escrito; y que en definitiva se había convertido en un agente de lo nuevo.¹¹ Sin embargo, es importante dimensionar el impacto de las nuevas tecnologías de impresión y de reproducción de imágenes que se impusieron a fines del siglo XIX a la hora de evaluar la naturaleza novedosa de la prensa del período de nuestro interés, cuya transformación más radical fue la multiplicación exponencial de imágenes en las páginas de las publicaciones, habilitada por la implementación de nuevas técnicas que acompañó el aumento de las tiradas posibilitado por la importación de prensas más veloces y eficaces, con el consecuente abaratamiento de los costos.¹²

Esta revolución en las formas de presentar la información periodística fue evidente para quienes la experimentaron. Si ya desde fines de siglo las primeras revistas ilustradas se jactaban y reflexionaban a propósito de la disponibilidad de imágenes y del modo como estas cambiaban la fisonomía de las publicaciones,¹³ todavía en 1913 la *Guía periodística* de Lerosé y Montmasson

¹⁰ Szir, *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas...*, *op. cit.*, p. 237.

¹¹ Víctor Goldjel, *Cuando lo nuevo conquistó América. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2013.

¹² Szir señala que entre 1895 y 1908 el número de imprentas, solo en Buenos Aires, pasó de 111 a 305, a las que se sumaban 27 litografías (que en 1855 eran solo dos). Además de aumentar su capacidad productiva, entre fines del siglo XIX y principios del XX las imprentas se renovaron tecnológicamente, mecanizando algunos procesos que antes se realizaban manualmente, e incorporaron a sus procesos nuevas técnicas de reproducción de imágenes, como el fotograbado de medio tono (que se implementó hacia 1893-1894 y que permitía reproducir cualquier imagen junto al texto tipográfico). Estas nuevas técnicas tuvieron un impacto visible en el aspecto de las revistas y, con ellas, en la circulación de imágenes en la vida cotidiana, tal como queda demostrado por la autora, que señala el salto entre las 229 imágenes que reprodujo en todo el año 1898 *La Ilustración Sud-Americana* y las 4800 de *Caras y Caretas* al año siguiente. Un análisis detallado de estas transformaciones en Szir, *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas...*, *op. cit.*, capítulo 3, pp. 170-236, y “Arte e industria en la cultura gráfica porteña. La revista *Éxito Gráfico* (1905-1915)”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*, Buenos Aires, Edhasa, 2013, pp. 165-195.

¹³ En un artículo dedicado a los nuevos modos de apropiación de las imágenes que habilitaron las nuevas técnicas, Verónica Tell cita un editorial de *La Ilustración Argentina* en el que la revista informa orgullosamente que reproducía más imágenes de las que había prometido en su anuncio promocional, destacando así, sugiere Tell, la importancia de las ilustraciones en su programa. “Reproducción fotográfica e impresión fotomecánica: materialidad y apropiación de imágenes a fines del siglo XIX”, en L. Malosetti Costa y M. Gené (comp.),

se sorprendía de que “la tendencia del periodismo moderno es de *síntesis*, y se acentúa esta tanto que se ha recurrido a extremar la nota gráfica que condensa, al exhibir el hecho o la cosa misma en el fotograbado, en forma elocuente, todo lo que no podría explicarse en media columna o más de información”.¹⁴ Quince años más tarde, en la edición número mil de *El Hogar* que he mencionado arriba, el editorial de la revista explicaba que, al transformarse de *El Consejero del Hogar* en *El Hogar* durante la primera década del siglo, la dirección se había preguntado si al éxito de la revista “lo hacían o no lo hacían las tapas” ya que por entonces “era la primera vez, no sólo aquí, sino en todo el mundo, que una revista de veinte centavos (...) publicaba tales tapas”. A las tapas se habían sumado más tarde, continuaba el editorial, los avisos en tricromía que “rivalizan con los de los grandes magazines norteamericanos”; un tipo de publicidad que “tiene fuerza de convicción, porque revela la calidad o la riqueza del artículo en todo lo que ella puede apreciarse por el órgano de la vista”.¹⁵ Aunque *El Hogar* sin duda pasaba por alto algunos importantes antecedentes locales a este respecto (en especial el de *Caras y Caretas*, fundada en 1898¹⁶), lo que las citas revelan es la conciencia de la importancia creciente que tenía la información gráfica no solo para informar a los lectores sino también para atraer su atención y venderles cosas, parámetro con el cual podía medirse el “éxito” de una publicación (al menos en aquellas comerciales). Y esto dependía en exclusiva de una disponibilidad técnica que solo se convirtió en realidad con la industrialización de las artes gráficas en el cambio de siglo, impulsada a su vez por la demanda de las propias revistas que, como señalaba también el editorial de *El Hogar*, era el género periodístico “donde las artes gráficas están más adelantadas”.

Pero además de su compromiso específico con la modernización de la producción de impresos, las revistas ilustradas encontraron en las industrias que fabricaban los productos impulsados por esa modernización, y en las empresas que los comercializaban, aliados estratégicos para su crecimiento y expansión. La alineación de las revistas ilustradas de las primeras décadas del siglo XX con los intereses del capitalismo industrial que poco a poco se instalaba en la Argentina no solo eran visibles para los contemporáneos sino que, más aún, llegaron a originar conflictos dentro de las propias publicaciones. En ocasión del más notable de estos conflictos —la migración de parte de la redacción de *Caras y Caretas* a *Fray Mocho* en 1912—, el periodista Ruy de Lugo-Viña comentaba en *Ideas y Figuras*, la revista que había creado el escritor anarquista Alberto Ghirardo en 1909, que “La publicación que se enriquece a

Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires, Buenos Aires, Edhasa, 2009, p. 143. Véanse también los comentarios citados por Szir sobre las técnicas fotomecánicas que se ensayaron en esa revista, *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas...*, *op. cit.*, pp. 190-191.

¹⁴ *Guía periodística argentina*, Buenos Aires, Lerose y Montmasson, 1913, p. 9.

¹⁵ “Veinticinco años de vida”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928.

¹⁶ Szir, *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas...*, *op. cit.*, capítulo 3, pp. 207-209.

costa de toda clase de avisos —los honestos y los que no lo son— es como la mujer de vida pública: como vive de todos, su existencia tiene que ajustarse a sus caprichos y exigencias”.¹⁷

Claro que además de los avisos, lo que volvía sustentables las publicaciones ilustradas era su atractivo visual, su capacidad para imantarse al ojo del lector y convencerlo de que las comprara, una exigencia que ni siquiera *Ideas y Figuras*, como había comprendido el propio Ghiraldo, podía darse el lujo de ignorar (según sugería el nombre de la publicación, aun cuando las funciones de su programa estético se pensaran como diametralmente opuestas a las del capital).¹⁸ Para ese propósito promocional, tal como demuestra también hasta cierto punto *Ideas y Figuras*, las revistas ilustradas encontraron en las representaciones de mujeres un potencial inagotable (la relación entre mujeres y venta, desde luego, ya aparecía de algún modo en el propio comentario de Lugo-Viña). Aun en aquellas publicaciones que en apariencia no explotaban esta asociación, la representación del cuerpo femenino fue ubicua, un punto de anclaje ofrecido al ojo del lector. Véanse si no los desnudos de Faustino Brughetti, o las sensuales ilustraciones simbolistas de Mateo Alonso (¡o hasta Charles Dana Gibson!) en la portada de *Ideas y Figuras* (Fig. 2 a-c);¹⁹ las reproducciones de pinturas y esculturas de mujeres desnudas en una publicación de izquierda como *Los Pensadores* (Fig. 3 a y b);²⁰ las páginas protagonizadas por fotografías de mujeres anónimas en la revista estudiantil *El Plata* o *La Vida Moderna* (Fig. 4 a y b),²¹ sin contar desde ya las incontables figuras femeninas en los avisos publicitarios de todas las revistas comerciales.

Las teóricas feministas han estudiado suficientemente de qué modo la figura femenina se convirtió en sinónimo de venta,²² una asociación que las revistas comerciales solo cumplieron

¹⁷ “Un periódico más”, *Ideas y Figuras*, año 4, n° 72, 21 de mayo de 1912.

¹⁸ Sobre *Ideas y Figuras* y la función social del arte reproducido en revistas, Ana Lía Rey, “Apuntes para pensar el arte anarquista a través de la revista *Ideas y Figuras*”, *Entrepassados*, año 16, n° 32, Buenos Aires, 2007, pp. 89-104. Sobre Ghiraldo y sus publicaciones anteriores a *Ideas y Figuras*, Laura Malosetti Costa e Isabel Plante, “Imagen, cultura y anarquismo en Buenos Aires. Las primeras publicaciones ilustradas de Alberto Ghiraldo: de *El Sol* a *Martín Fierro*”, en Malosetti Costa y Gené (comp.), *Impresiones porteñas...*, *op. cit.*, pp. 197-244.

¹⁹ Los desnudos de Faustino Brughetti, que aparecieron en el n° 6 (29 de junio de 1909), fueron acusados de inmorales y suscitaron un descargo en el n° 8 (20 de julio de 1909), donde Ghiraldo afirmaba la diferencia de *Ideas y Figuras*, dedicada a aquellos capaces de “sentir el arte”, respecto de las publicaciones pornográficas. Los desnudos de Mateo Alonso aparecieron en el n° 24 (26 de enero de 1910), las mujeres de Gibson en el n° 11 (20 de agosto de 1909).

²⁰ Véase por ejemplo la reproducción de una obra de Van den Bos, *Eva*, a página completa, en *Los Pensadores*, año 3, n° 101, 9 de diciembre de 1924; o la portada que reproducía la obra *Le Bain* de Charles Gleyre, año 4, n° 108, 24 de marzo de 1925.

²¹ Por ejemplo, la fotografía a página completa de una mujer con flores bajo el título “Lirios y rosas”, en año 3, n° 48, 15 de abril de 1911, o una ilustración titulada “Atractiva”, en año 3, n° 50, junio de 1911. *El Plata* también reprodujo varias ilustraciones de Charles Dana Gibson.

²² Un análisis clásico, que señala el carácter posesivo de la mirada propuesta por el gran arte sobre el cuerpo femenino (lo que facilitó después su vinculación a la venta de mercancías), en Linda Nochlin, “Eroticism and female imagery in Nineteenth-Century art”, en Linda Nochlin y Thomas B. Hess (ed.), *Woman as Sex Object. Studies in Erotic Art 1730-1970* (Art News Annual n° 38), Nueva York, Newsweek, 1972, pp. 9-15; también Griselda Pollock, “What’s wrong with ‘images of women?’”, *Screen Education*, n° 24, Glasgow, 1977, pp. 25-33; Abigail Solomon-Godeau, “The other side of Venus: the visual economy of feminine display”, en Victoria de Grazia y Ellen Furlough (ed.), *The Sex of Things. Gender and Consumption in Historical Perspective*, Berkeley, Los Ángeles y Londres, University of California Press, 1996, pp. 113-150. En relación específica con las revistas, Margaret Beetham sostiene que el nuevo énfasis puesto sobre el acto de mirar al adquirir productos, un

en consolidar, extendiéndola a todo tipo de productos. Las publicaciones locales aprendieron rápidamente la lección. En 1922, por ejemplo, un especialista norteamericano en comercio internacional que había visitado América Latina para estudiar las prácticas publicitarias usadas en la región reparaba en su informe en la centralidad de la figura femenina en la publicidad gráfica y aseguraba sobre los avisos ilustrados que “Quizá nada en la línea de los anuncios de este tipo atraiga más fuertemente a los latinoamericanos de todas las clases que la forma femenina, tan desnuda como sea posible. (...) Sin importar cuán liberal sea el artista en su forma de colorear (...) y en su reproducción de la silueta femenina dentro del marco de la decencia, [al reproducir una mujer desnuda] no se teme causar la hostilidad de ningún latinoamericano de cualquiera de los dos sexos o cualquier vocación”.²³

Que las figuras de mujeres desnudas resultaran atractivas a los ojos de potenciales consumidores no debería extrañar ya a nadie. Pero al señalar que esta atracción era eficaz tanto en hombres como en mujeres, el experto reconocía el protagonismo que habían adquirido estas últimas en la ampliación del consumo, lo que nos obliga a entender este fenómeno en sus inflexiones específicas de género. La reiteración del mismo comentario en distintas partes del informe indicaba que el trabajo de campo lo había convencido de que “las mujeres latinoamericanas son asombrosamente rápidas para apreciar y adoptar cualquier innovación”, y que eso las hacía destinatarias particulares de los avisos ilustrados.²⁴ Más interesante aún es que el autor se detuviera a señalar la atención que dedicaban las mujeres a la lectura de revistas ilustradas, en especial aquellas más lujosas en términos materiales, donde según su opinión valía la pena que los anunciantes extranjeros concentraran sus esfuerzos:

Las mujeres sudamericanas son aún más esclavas del estilo que sus hermanas de los Estados Unidos, y cualquier información autorizada sobre este tema importante y en constante mutación recibirá sin duda la atención más seria y cuidadosa. En consecuencia, a *Vogue* y a las publicaciones para la alta sociedad que ya hemos mencionado, y que se imprimen en Buenos Aires y Río, se les da una lectura y relectura atenta que uno pensaría inusual para países de este tipo, donde la inundación de publicaciones hace difícil que los lectores les dediquen más que un vistazo.²⁵

Las mujeres, según se desprende de estas citas, no solo eran el material gráfico que aseguraba el éxito de las publicidades, y con estas de las revistas y de los bienes publicitados,

cambio que se produjo en el siglo XIX, llevó a erotizar las mercancías de tal modo que se estableciera con ellas una relación de deseo. Para esto, la publicidad se apoyó en las nuevas posibilidades técnicas y recurrió a la larga relación del arte con la representación erotizada del cuerpo femenino, que fue el instrumento de erotización de las mercancías. “Advancing into commodity culture”, *A Magazine of her Own? Domesticity and Desire in the Woman's Magazine, 1800-1914*, Londres y Nueva York, Routledge, 1996, p. 143-145.

²³ W. E. Aughinbaugh, *Advertising for Trade in Latin America*, Nueva York, The Century, 1922, p. 38. El libro de Aughinbaugh aparece referenciado en Ricardo Salvatore, “Yankee advertising in Buenos Aires. Reflections on Americanization”, *Interventions*, vol. 7, n° 2, Londres, 2005, pp. 216-235.

²⁴ Aughinbaugh, *Advertising for Trade...*, *op. cit.*, p. 132.

²⁵ *Ibidem*, p. 147.

sino que se habían convertido —y esto era un fenómeno relativamente novedoso— en una parte importante del público que consumía esas mismas publicidades, revistas y bienes. Tanto la circulación de esos bienes como su promoción en las revistas, por otro lado, eran vistas como innovaciones que, según afirmaba el experto, las mujeres eran las primeras en incorporar.

De modo que a principios del siglo XX las mujeres tenían una participación específica en esa alianza que se había establecido entre prensa gráfica y modernización. Por un lado, convertidas en signos del concepto “venta”, sus representaciones se habían vuelto centrales para el proyecto de expansión del consumo acometido por la prensa. Y este era un proyecto novedoso, que al tiempo que inauguraba una forma inédita de vincularse con el público lector solicitaba que la industria gráfica se modernizase, respondiera a los desafíos de una nueva era en la circulación de los bienes de consumo volviéndolos visualmente atractivos. A su vez, la propia práctica de la lectura, y en especial ese tipo de lectura nueva que imponían las revistas ilustradas —lectura y relectura atenta, como indica el experto, pero también lectura de vistazos y de ojeadas—, convocaba a cada vez más mujeres cuya modernidad se definía, entre otras cosas, por estas formas de leer los discursos visuales a partir de la expectativa de lo nuevo.²⁶

1.1 *Las lectoras como representación de lo moderno*

Como en un juego de espejos, las representaciones de lectoras de revistas se convirtieron en representaciones de aquel encadenamiento de fenómenos al que nos referíamos en su conjunto: si las lectoras de revistas modernas eran mujeres modernas porque el propio consumo de este tipo de artefactos de lectura obligaba a establecer un vínculo novedoso con los discursos que se desarrollaban a lo largo de las páginas, las representaciones de estas lectoras tematizaban esta modernidad y, al mismo tiempo, ofrecían a las lectoras reales imágenes atractivas con las que se las invitaba a vincularse reproduciendo el vínculo con los nuevos materiales de lectura que aquellas representaciones hacían visibles.

Desde luego, esta era una entre muchas maneras de leer y de entender la lectura. No olvidemos que contemporáneamente —como ha señalado por ejemplo José Maristany—,²⁷ la lectura femenina convocaba posiciones encontradas: por un lado, el temor de los moralistas y los educadores (incluidas algunas educadoras), que veían en ella, cuando se realizaba sin formación, un peligro que acechaba a la “impresionable” estructura psíquica femenina; por el otro, la creencia en que podía mejorar la preparación de las mujeres para cumplir su rol de

²⁶ Sigo aquí a Goldjel en su comprensión de la modernidad como una relación cotidiana con lo nuevo y lo inesperado, signada más por la expectativa que por la experiencia. “Introducción. La era de lo nuevo”, *Cuando lo nuevo...*, *op. cit.*, p. 24.

²⁷ José Maristany, “‘Intoxicación literaria’: dispositivos de lectura femenina en Argentina (1890-1930)”, *Mora*, n° 14, Buenos Aires, julio de 2008, pp. 43-56.

madres y esposas. Ambas actitudes hacia la lectura tenían ya sus antecedentes locales en el siglo XIX y posiblemente se retrotrajeran al mundo colonial. Graciela Batticuore ha estudiado en detalle, por ejemplo, los alcances y límites de la figura de la lectora romántica para los publicistas de la nación posrevolucionaria, que pensaban que la lectura ayudaría a cultivar las buenas costumbres femeninas y a difundir el ideario republicano, aunque siempre bajo la sospecha del exceso, de la trampa moral.²⁸ Batticuore señala también en otro artículo que esta misma duplicidad seguía vigente a fines de siglo, solo que acentuada por el fantasma del progreso: la lectora “encarna el ideal de las propuestas progresistas de la modernización incipiente o dramatiza los puntos de conflicto”,²⁹ su educación a través de la lectura puede ayudarla a servir de atenuante ante las amenazas de la vida moderna, pero la lectura también la hace víctima privilegiada de esas amenazas.

Estas posiciones son hasta cierto punto clásicas³⁰ y sin duda proporcionan una idea del marco interpretativo dentro del cual era posible entender las prácticas de lectura de las mujeres de las primeras décadas del siglo XX. Me inclino a pensar que no agotan, de todos modos, las actitudes que se verificaban en nuestro período hacia impresos como las revistas ilustradas, en primer lugar porque en cualquiera de los dos casos implican una autoridad absoluta de los textos y las imágenes sobre sus lectores, hecho sobre el que deberíamos conservar un margen de escepticismo; en segundo lugar porque múltiples diferencias condicionan la apropiación de los textos por diferentes lectores.³¹ Por otro lado, al darle validez completa a esta dicotomía entre lectura moralizante o corruptora se pierden de vista otras funciones de los impresos que la modernización, precisamente, contribuyó a intensificar. Ya que si a principios del siglo XIX la clave del bien común que se esperaba que la lectura femenina fomentase era la actuación civilizadora de las mujeres en el hogar —tanto más civilizadora cuanto más preparadas estuvieran las mujeres a través de la lectura—, el bien común que a principios del siglo XX podía proporcionar la lectura femenina no era solo ese, sino entre otros también el de fomentar el consumo, que bien mirado era uno de los parámetros con los que se medía el progreso,³² y no solo un pasatiempo femenino sin mayores consecuencias prácticas. Más aún, la lectura de revistas ilustradas podía educar a las mujeres en las técnicas de la apariencia moderna; podía propiciar gestos modernos en la vía pública que serían recibidos de diferentes maneras; podía

²⁸ Graciela Batticuore, *La mujer romántica. Lectoras, autoras y escritores en la Argentina: 1830-1870*, Buenos Aires, Edhasa, 2005, pp. 19-109. Batticuore ha trabajado de nuevo esta tensión entre la promesa de civilización que ofrece la figura de la lectora y la inquietud que genera en *Lectoras del siglo XIX. Imaginarios y prácticas en la Argentina*, Buenos Aires, Ampersand, 2017.

²⁹ “Lectoras en diálogo en América finisecular”, *Feminaria*, año 7, n° 12, Buenos Aires, junio de 1997, p. 46.

³⁰ Kate Flint, *The Woman Reader 1837-1914*, Oxford, Clarendon Press, 1993; Martyn Lyons, “Los nuevos lectores del siglo XIX: mujeres, niños y obreros”, en Guglielmo Cavallo y Roger Chartier (dir.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus, 2004 [1997], pp. 541-589.

³¹ Cavallo y Chartier (dir.), “Introducción”, *Historia de la lectura... op. cit.*, pp. 15-63.

³² Fernando Rocchi, “Consumir es un placer. La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado”, *Desarrollo Económico*, vol. 37, n° 148, Buenos Aires, enero-marzo de 1998, pp. 533-558.

proporcionarles una fuente de trabajo o mostrarles que otras mujeres trabajaban, que algunas ingresaban al mundo profesional y se educaban en disciplinas hasta entonces exclusivas de los hombres; incluso que otras más elegían embarcarse en la lucha feminista. Por más controvertidas y amenazantes que pudieran considerarse algunas de estas nuevas actitudes, todas ellas tenían a lo nuevo, lo moderno —un valor de estatuto ambiguo, pero no por ello rechazado— como común denominador; todas ellas imponían como un tema del presente, y del futuro, el lugar de las mujeres en la vida social, y eso a su vez contribuía a crear la idea de una sociedad al día con los adelantos contemporáneos, así como la prensa estaba al día con “lo último” al otorgarles un espacio en sus páginas.³³ Esto iba en línea con la insistencia, repetida en diversos editoriales de revistas, sobre la necesidad permanente de innovar en términos gráficos y de contenido, y en que al hacerlo las empresas gráficas contribuían al adelanto del país.³⁴

Tener en mente estas nuevas funciones de los impresos, la alianza particular de la prensa con el discurso de lo nuevo en todas sus expresiones, así como el lugar específico que tuvieron las representaciones de mujeres en esta alianza, permite identificar las actitudes múltiples que los impresos despertaban a principios de siglo, sin negar la potencia de los discursos moralizantes en relación con la lectura, que son tan viejos como la lectura misma.³⁵ Implica introducir a las lectoras como verdaderos actores de la modernización, y no solo como testigos pasivos, e implica entender la modernización misma como un proceso que se percibió como beneficioso en términos colectivos, y al que se podía contribuir de muy diferentes maneras.³⁶

De modo que lo que tematizaban las representaciones de lectoras de revistas en las propias revistas eran las nuevas funciones de estos materiales y su alineamiento con las necesidades del progreso, fueran ellas estructurales o meramente simbólicas. La contraposición entre lectoras modernas y lectoras tradicionales, por ejemplo condensada con claridad en la portada de aquel número mil de *El Hogar*, representaba entonces no solo las distancias entre

³³ Margaret Beetham ha señalado, para el caso de la revista inglesa *Woman*, que “vinculaba específicamente la ‘tendencia progresista’ de la era no solo con el adelanto de las mujeres sino con la ‘demanda siempre creciente de literatura periodística barata’” (“‘Forward but not too fast’. The advanced magazine?”, *A Magazine of her Own?...*, *op. cit.*, p. 173). El adelanto de las mujeres no era solo una cuestión política, sino también del nuevo periodismo de fines del siglo XIX y su esfuerzo por posicionarse como heraldo de lo nuevo. También en el plano local puede comprenderse la discusión del feminismo en la prensa en esos términos, lo que abre una nueva perspectiva para explicar también su creciente visibilidad, contradictoria en relación con otros contenidos más tradicionales.

³⁴ El editorial del n° 9 de la revista mensual *Aconcagua*, de octubre de 1930, afirmaba, por ejemplo: “Queremos que ACONCAGUA sea, en el hogar común, la revista predilecta de todos, pero queremos también que, cuando salve las fronteras de la patria, resulte exponente de cultura, progreso y belleza, digno de la nación argentina”. Recordemos un comentario similar en la edición número mil de *El Hogar*, otra en *Olympia*, año 3, n° 31, 2 de enero de 1929.

³⁵ Cavallo y Chartier (dir.), *Historia de la lectura...*, *op. cit.*

³⁶ Ya lo entreveía Sarmiento, según afirma Graciela Batticuore, cuando recalca “la necesidad imperiosa de incorporar el diarismo a los hábitos cotidianos, en bien del progreso y la democracia”. Según Batticuore, “La suscripción al periódico es lo que alienta Sarmiento, como un modo de aceitar la rueda económica del consumo y la producción impresa que permitirán a su vez la sobrevivencia y la ampliación del círculo de los publicistas: figuras centrales en la dinámica de vida democrática”. *La mujer romántica*, *op. cit.*, pp. 68-69.

viejas y nuevas formas de leer, sino, como ha señalado Cecilia Tossounian, la de “dos generaciones diferentes que apenas si podían entenderse entre sí”.³⁷ Esta distancia, más aún, se volvía especialmente apreciable a través de la representación de la relación de las mujeres con la lectura de revistas.

En la portada aparecían dos mujeres, una de pie, fumando un cigarrillo con boquilla, peinada con melena y vestido corto y escotado, sin mangas, de rojo estridente, junto a unos palos de golf tirados en el piso y una revista ilustrada apoyada sobre una mesita, exhibiéndose en pose; la otra encerrada en una pintura de marco labrado, casi monocroma, vestida de negro y tapada por mangas largas y cuello alto, sosteniendo con actitud severa una revista sin ilustraciones, con texto a dos columnas (Fig. 5). Aunque esta contraposición tuviera como objetivo solamente aludir a los cambios que habían tenido lugar en veinticinco años, la clave que remataba la percepción de esos cambios (sugeridos inicialmente por el contraste entre gris y color, forma abierta y forma cerrada) era la relación que cada figura establecía con su revista. Mientras que la mujer de principios de siglo parecía blandir la suya ante el lector como una verdad absoluta, la joven moderna la exhibía tal como exhibía su atuendo y sus accesorios deportivos. La revista, parecía afirmar la ilustración, había pasado de ser un conservador instrumento de instrucción moral a ser uno de los más característicos consumos modernos; uno entre otros, sí, pero no cualquier consumo, sino aquel que aceitaba la rueda del consumo en su conjunto y beneficiaba, como antes lo habían hecho los textos prescriptivos, el funcionamiento social, dentro del cual la observación de la tradición había pasado a un segundo lugar frente a las tentaciones de la modernidad. Recordemos que, no casualmente, la propia revista donde aparecía esta ilustración había pasado de llamarse *El Consejero del Hogar* a *El Hogar*.

Las representaciones de lectoras en las revistas ilustradas de las primeras décadas del siglo dan cuenta de otras muchas variantes de representación de la lectura. Así como persisten las representaciones de lectoras de manuales y obras de divulgación, se afianzan las de lectoras de novelas semanales y ficciones sentimentales, un tipo de lectura que se representa como solitaria y absorbente, a juzgar por las figuras de lectoras concentradas en sus pequeños textos, que arriman a los ojos o conservan cerca del cuerpo (Fig. 6 a-e). Esta lectura se representa como forma de evasión de circunstancias materiales que aparecen en ocasiones (aunque no siempre) como difíciles. La lectura de revistas ilustradas, en cambio, se representa muchas veces (aunque no solo) como actividad colectiva y gozosa; como si el placer visual de hojear una de estas publicaciones fuese equiparable al disfrute colectivo de un espectáculo teatral, de una exhibición de pinturas, de una exposición en una gran tienda (Fig. 7 a-d). Las revistas se leen como los catálogos de estas últimas, de hecho, buscando en ellas con los ojos la satisfacción de

³⁷ *The Body Beautiful and the Beauty of Nation*, op. cit., p. 116.

la mirada.³⁸ El acto de leer revistas es un ritual colectivo de actuación de la modernidad, y no por casualidad se representa muchas veces en un escenario público, en general urbano. Pero también invade la intimidad de los hogares y las revistas ilustradas señalan en estos casos, con su presencia, la disponibilidad material y temporal de quien lee (lo que no siempre es el caso en las representaciones de lectores de diarios).

Las representaciones de lectoras en las revistas sugieren entonces, por lo pronto, dos fenómenos nuevos: por un lado, que estas se leían para entonces en todo tipo de espacios (el transporte, la calle, la casa, los ámbitos de reunión semipúblicos), lo cual las volvía un artefacto en esencia moderno; por el otro, que para el cambio de siglo las mujeres habían ingresado al mundo de la lectura con una extensividad que desafiaba cualquier clasificación social. En 1910 un cronista del semanario ilustrado *La Semana Universal* señalaba precisamente esta extensión de la lectura de publicaciones periódicas:

(...) la Prensa periódica no solo no tiene en nuestro país menor importancia que en otros, sino que, por el contrario, la tiene quizás mayor que en ninguno.

(...) si de repente me preguntaran “¿qué es un bonaerense?”, contestaría enseguida: “un hombre que lleva un diario en la mano”.

Un hombre o... una mujer, porque la afición a la prensa alcanza a las porteñas igualmente.

Salid a la calle y fijaos en los que pasan a vuestro lado. Vereis cómo el noventa por ciento de las personas que encontréis, hombres o mujeres, van provistas del consiguiente periódico o revista.³⁹

La ilustración que cortaba el texto en dos representaba en primer plano, justamente, a una *entravée* (epítome, por entonces, de la mujer moderna) que sostenía una revista ilustrada en una mano y alzaba la otra para leer las páginas de otra publicación. Detrás de ella se veía a otros lectores: un niño, tres hombres y dos mujeres más, una anciana y una joven sentada en un carruaje (Fig. 8 a). En 1930, al final de nuestro período, *Aconcagua* (una revista mensual de muchas páginas) se promocionaba con exactamente el mismo tema de fondo cuando un aviso de suscripción informaba que la revista “va dirigida a *todos* los lectores, sin distinción de clases sociales (...). Un niño puede hojearla (...); un banquero (...); un obrero (...); la madre, la deportista, la empleada; (...) hemos dicho que para *todos* (...). El país *la merece* y por eso se la ofrecemos”.⁴⁰ También aquí la ilustración confirmaba esa diversidad de lectores, entre los que sobresalían las mujeres (Fig. 8 b). Entre el cambio de siglo y este momento, lo que había

³⁸ El propio término *magazine* deriva del *magasin* francés, la gran tienda que, según Ellen Gruber Garvey, “transformó la tarea de comprar en una actividad lujosa y eminentemente agradable” y que, al igual que la revista, “reunía en un solo paquete, o en un folleto, el mundo comercial de los bienes y servicios con el mundo privado de la contemplación y la fantasía romántica”. *The Adman in the Parlor. Magazines and the Gendering of Consumer Culture 1880-1910*, Oxford y Nueva York, Oxford University Press, 1996, pp. 3-4.

³⁹ “Crónica semanal”, *La Semana Universal*, año 1, n° 22, 30 de mayo de 1912, s. p.

⁴⁰ “La curiosidad es el umbral de la cultura”, aviso de suscripción en *Aconcagua*, año 1, n° 1, enero de 1930, p. 198.

cambiado —y lo que las representaciones de lectoras hacían visible— era justamente esa disponibilidad de materiales de lectura y la centralidad que habían adquirido las mujeres como público de las nuevas revistas, que por otro lado aquel cronista de *La Semana Universal* lamentaba que fuera “un gran órgano de *publicidad*” pero no un órgano de opinión, la función que indudablemente habían tenido los diarios a lo largo del siglo XIX.

Innovación técnica, comercial y discursiva; diversificación de los materiales, de las prácticas y de los escenarios de lectura; nuevas funciones de la prensa periódica ilustrada y sobre todo nuevos públicos: todos esos cambios esencialmente temporales articulaban las representaciones de mujeres, y de lectoras, en las páginas de las revistas ilustradas de las primeras décadas del siglo. Pero ¿cómo se medían esas transformaciones? En la siguiente sección veremos cómo la disposición contrastada de representaciones de mujeres modernas y mujeres más tradicionales contribuyó a hacer más perceptible el hecho de que el mundo cambiaba y, sobre todo, que las revistas anticipaban ese cambio.

1.2 *Modernas y no tanto. El contraste entre diversas temporalidades del signo “mujer” y la alianza con la moda como formas de renovación constante de los contenidos*

¿Qué definía la modernidad de una mujer? ¿Cómo representaban las revistas eso que definía su modernidad? Liz Conor ha afirmado que “la espectacularización [de la nueva mujer] dentro de las condiciones de visibilidad moderna fue constitutiva de su representación como tipo femenino moderno” y que, inversamente, “lo femenino no fue solo espectacularizado dentro del campo visual moderno, sino que contribuyó a la constitución de ese campo como espectacular”.⁴¹ Según Conor, la escena moderna transformó el concepto “mujer” y lo redefinió como atravesado por lo visual, lo que a su vez proporcionó a las mujeres una nueva posición subjetiva, aquella de la mujer moderna, para quien las técnicas de la apariencia (“la forma y los medios de ejecución del estatus y los efectos visuales que uno genera”) eran formas de actuar en la cultura moderna (ya que esta se define por lo visual y lo espectacular).

Conor ha analizado las diferentes escenas modernas, atravesadas por lo visual, en las que en las primeras décadas del siglo XX emergió con fuerza esta nueva “mujer que aparece como moderna”: la metrópolis, el cine, la cultura mercantil, la cultura del embellecimiento, la escena colonial, y la escena del entretenimiento heterosexual. El punto de acceso de Conor a estas escenas, sin embargo, es casi invariablemente la prensa ilustrada, que como ella bien señala fue una de las principales tecnologías visuales que determinaron el campo perceptivo en el que emergió esa nueva visibilidad femenina (en conjunto con el cine, la fotografía, y las estrategias de exhibición de mercancías). Lo que me interesa destacar de esta argumentación, entonces, es

⁴¹ Liz Conor, *The Spectacular Modern Woman. Feminine Visibility in the 1920s*, Bloomington, Indiana University Press, 2004, p. 2.

la centralidad de la prensa ilustrada para la experiencia y la visibilidad de la feminidad moderna y su espectacularización; la interdependencia de prensa y feminidad en la creación de lo visible como nuevo, moderno, innovador. Esta creación tuvo efectos dobles: por un lado en la propia prensa, ya que la exhibición visual de lo femenino contribuyó a definir esa prensa como moderna (independientemente del contenido de esa exhibición); por el otro en la feminidad, que incorporaba en su nueva definición el imperativo de la espectacularidad, que se reproducía a través de su exhibición obsesiva en la prensa.

Me pregunto sin embargo qué lugar tuvieron en esta ecuación las representaciones de aquellas *otras* mujeres que, aunque sometidas al yugo de la visibilidad impuesto por la prensa gráfica, no aparecían como espectaculares ni modernas. ¿Qué función cumplieron estas representaciones? Si la prensa funciona como un sistema, como he venido proponiendo, mi hipótesis es que la visibilidad de una feminidad que no podríamos llamar moderna fue también estructural en la definición de aquella que sí percibimos hoy como transformadora —y emblemática— en el contexto de las primeras décadas del siglo XX. Una y otra se complementaron y, más aún, la exhibición de los contrastes, pero también de los matices de la transición entre una y otra, contribuyeron a que la prensa misma apareciera como objeto de una transformación modernizante, como un artefacto cultural que se modificaba en forma paralela al paso del tiempo.

El número mil de *El Hogar* vuelve a proporcionarnos un ejemplo excelente. En el centro exacto de la edición, la revista reprodujo a doble página una ilustración a color bajo el título “1899-Mar del Plata-1928” (Fig. 9). La gran ilustración representaba a seis mujeres en traje de baño desplegando sus coloridos mantones y pareos sobre la arena de la playa, contra el fondo de una vista escorzada, en paleta monocroma, de la rambla Bristol de la ciudad balnearia de Mar del Plata. En el ángulo inferior de la página derecha se reproducía una pequeña ilustración en blanco y negro, atribuida a F. Sartory y realizada en 1899, en la que se veía a unas mujeres sentadas en sillas en la playa, bajo sus sombrillas, saludando cortésmente a un hombre que se quitaba el sombrero. Los pies de fotos aludían al contraste entre la sencillez de esta última representación, una “prolongación de los salones”, y “la otra visión, que tiene los contornos de una apoteosis”.

La elección del término “apoteosis” no podría haber sido más certera: efectivamente, la ilustración a color y doble página aparecía como la escena culminante de un espectáculo; las mujeres allí representadas, con sus melenas cortas, sus proporciones corporales alargadas y esbeltas, sus reveladores y coloridos trajes de baño, sus pareos de diseños abstractos —que se extendían unos sobre otros, ocupando gran parte del espacio pictórico— y su actitud desenfadada, eran la representación exacta de la “mujer moderna”, el punto culminante de la feminidad espectacular de esos años. El contraste con la pequeña ilustración en blanco y negro,

su escena de gestos contenidos, los cuerpos femeninos recatados, tapados por capas de telas, sombreros y sombrillas, no podía ser más transparente: el mensaje era que en casi treinta años las costumbres habían cambiado y mucho; el modo en que aparecían las mujeres ante el público era el índice de esos cambios a tal punto que la ilustración principal directamente obviaba a los hombres, casi como si en el escenario de la feminidad moderna su presencia resultara innecesaria.

Pero la eficacia de la ilustración a doble página no se detenía en el señalamiento de los cambios, sino en su atractivo visual, que impactaba en los ojos de quien hojease la revista convirtiéndola en un artefacto en sí mismo espectacular. El contraste que planteaba la doble página no se refería solo, entonces, a las mujeres, sino que autorrefería también a las revistas y a los cambios en su visualidad. La espectacularidad de las nuevas mujeres aludía al mismo tiempo a la espectacularidad del medio que la hacía visible; la pequeña ilustración en blanco y negro estaba allí para indicar precisamente esa transformación tecnológica y visual.

Este tipo de explicitación del contraste entre pasado y presente no era, sin embargo, el caso más típico. Las diferencias podían también establecerse de modo más convencional y menos estrictamente espectacular, como en el caso de la publicidad de máquinas de coser Naumann que optaba en 1925 por contraponer dos ilustraciones de mismo estilo y factura que representaban a una anciana cosiendo a mano y a una “mujer moderna” (en palabras de la publicidad) trabajando con la máquina (Fig. 10).⁴² El aviso en sí, aunque era gráfico hasta cierto punto, no hacía uso de los recursos gráficos más novedosos para dar cuenta del cambio, sino que se limitaba a ofrecer dos visiones de una misma tarea (la costura), que acaso por su misma naturaleza tradicional no había parecido necesario presentar como una transformación también a nivel gráfico. Sin embargo, a pesar de esa constancia gráfica, la distancia generacional de las dos mujeres representadas, el hecho de que una realizara su tarea vinculada a la tecnología mientras la otra la hacía manualmente, y el texto que las acompañaba, sí subrayaban los cambios. El efecto de tales contrastes era la percepción de una transición, el modo como una actividad tradicional podía modernizarse modificando la experiencia y con ello el estatuto de quien la realizaba y conservando, sin embargo, los rasgos típicos que la vinculaban a la feminidad. La revista, también aquí, se ofrecía como soporte material de esa evidencia.

En otras ocasiones los contrastes aparecían de modo involuntario, favorecidos por la propia naturaleza heterogénea de las revistas y su nueva manera de informar de forma fragmentaria, acumulativa y yuxtapuesta. En un número de 1924 de *Mundial*, un semanario ilustrado de corte comercial, por ejemplo, los lectores podían encontrarse con una doble página que oponía, sin voluntad expresa, la reproducción de una pintura de la artista argentina María Elena Bertrand que representaba a una anciana ensimismada, en la página par, y en la página

⁴² *El Hogar*, año 21, n° 816, 24 de abril de 1925.

impar un retrato fotográfico casi de cuerpo entero de una joven de apariencia moderna que miraba de frente a la cámara y de quien se anunciaba el compromiso con un hombre retratado más abajo (en una imagen mucho más pequeña) (Fig. 11).⁴³ La página de la izquierda reproducía también otras dos pinturas más pequeñas de Bertrand y, en la parte superior, un retrato fotográfico de la propia artista, que lucía la misma melena moderna y un vestido de cuello similar al de la mujer fotografiada a la derecha. Las diferencias entre la técnica de origen de las imágenes reproducidas —pintura, fotografía—, entre las vestimentas de las figuras, entre las actitudes hacia el espectador, cimentaban una diferencia mayor, generacional, que inevitablemente suscitaba una reflexión de naturaleza temporal: lo que separaba esas representaciones de mujeres era el tiempo. Una representación servía a los fines de sostener a la otra; si la fotografía de la derecha rezumaba juventud y modernidad era sin duda en parte porque a su lado figuraba la pintura de la anciana ensimismada, y viceversa.

Del mismo modo, la vejez de la “centenaria” retratada en fotografía en 1910 junto a su familia en *PBT* —una anciana arrugadísima rodeada de hombres y mujeres de otras generaciones— cobraba especial relieve en el contexto de la doble página formada por las publicidades que la rodeaban, todas protagonizadas por ilustraciones de jovencitas encorsetadas (Fig. 12).⁴⁴ En este caso, el contraste entre unas y otras representaciones de mujeres era tal que lo que quedaba expuesto era el amplio rango de temporalidades existentes dentro del mismo signo “mujer”. Más aún, como el número contenía artículos sobre los festejos del Centenario, la fotografía de la mujer centenaria, contrastada a la de las jóvenes modernas, servía también de parámetro para visibilizar cuán joven (o antigua) era la nación que se celebraba.

Pero la oposición temporal podía plantearse también a lo largo de las páginas. Una revista barrial como *Lux*, que se esmeraba en proporcionar informaciones gráficas sobre los distintos eventos sociales del barrio de Belgrano, podía incluir una crónica de un baile en el Club Belgrano ilustrada con las figuras de dos parejas en arrebatado bailando al ritmo de la más moderna de las danzas modernas, con los miembros descoyuntados y la expresión de éxtasis y, apenas unas páginas más allá, reproducir unas fotografías donde se veía a unas mujeres jóvenes saliendo decorosamente de la misa de las 11 (Fig. 13 a y b).⁴⁵ Aquí la diferencia no era generacional, pero también la técnica de origen de las imágenes reproducidas (ilustración vs. fotografía), su puesta en página, su estilo y lo que representaban diferenciaban las formas —diría casi los tiempos— de la feminidad que podían experimentar las mujeres jóvenes de los años veinte, aun si provenían de un mismo medio social y cultural. Ambas representaciones funcionaban de modo complementario, configurando una noción de feminidad altamente

⁴³ “Una pintora argentina. María Elena Bertrand” (izquierda) y “El acontecimiento social” (derecha), *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 11, 24 de diciembre de 1924.

⁴⁴ “Una centenaria”, *PBT*, año 7, n° 291, 25 de junio de 1910.

⁴⁵ “El sábado en el Club Belgrano” y “Salida de misa”, *Lux*, año 3, n° 36, 14 de febrero de 1925.

variable y fluida en la que lo moderno y lo tradicional, lejos de caracterizar de modo fijo a las mujeres, modulaban sus diversas formas de participación en el presente. Pero esa complementariedad y fluidez se hacía posible, en gran parte, a través de la materialidad de las revistas y su acumulación de contenidos a lo largo de las páginas, que permitían exponer los contrastes dentro de un mismo objeto material y, sobre todo, siempre a la vista.

La lectura fragmentaria y yuxtapuesta a la que invitaban las revistas ilustradas podía servir también para reforzar y valorizar la noción moderna y espectacular de la feminidad en lugar de oponerla a una noción tradicional. Abundan las dobles páginas, en revistas diversas, en las que conviven avisos de grandes tiendas, ilustrados con figurines femeninos vestidos a la moda, y secciones de moda ilustradas con similares figurines, por ejemplo, o secciones de fotografías sociales que confirman la extensión del uso de esas modas (Fig. 14 a y b). No es nada novedoso recordar que la moda, de hecho, fue uno de los grandes dispositivos de espectacularización de la feminidad, pero es igual de importante subrayar el papel inmensamente funcional que cumplió la prensa ilustrada en esta espectacularización del negocio de la moda, en especial a través de su alianza con las nuevas definiciones de feminidad que las tecnologías de reproducción de imágenes volvían disponibles y difundían alrededor del globo.⁴⁶ Así como, según vimos en el primer capítulo, las publicidades de cosméticos y las reproducciones de pinturas clásicas establecían una relación solidaria que consolidaba un ideal de belleza de características determinadas, también las secciones ilustradas de moda, las publicidades de vestimenta, las viñetas humorísticas sobre “mujeres modernas”, las notas sociales y los retratos fotográficos de actrices estrecharon sus vínculos en las revistas ilustradas de las primeras décadas del siglo y, sobre todo en los años veinte, funcionaron orgánicamente para hacer de la moda *el* parámetro con el que se medía el cambio y la innovación en la apariencia femenina.

La moda es, por definición, aquello que está en boga durante algún tiempo y luego se modifica; de la moda se espera la innovación permanente,⁴⁷ y esto la vuelve un aliado estratégico de las revistas, que se nutren de ese imperativo del cambio constante para alimentar su necesidad de creación incesante de contenidos de una semana a otra, de un mes a otro.⁴⁸ Al

⁴⁶ En conjunto con la fotografía, el cine, la danza, etc. Véase Elizabeth Wilson, “Fashion and popular culture”, *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity*, Londres y Nueva York, I.B. Tauris, 2003 [1985], p. 155-178; también Hilary Fawcett, “Romance, glamour and the exotic. Femininity and fashion in Britain in the 1900s”, en Ann Heilmann y Margaret Beetham (ed.), *New Woman Hybridities*, *op. cit.*, pp. 145-157; Beetham afirma, de hecho, que todavía en el siglo XIX el vínculo entre feminidad y moda que tan obvio parece retrospectivamente estaba todavía en formación. “The ‘fair sex’ and the magazine: the early ladies’ journals”, *A Magazine...*, *op. cit.*, pp. 30 y ss. Sobre el papel de la moda en Argentina en el siglo XIX, cuando ese vínculo también se estaba consolidando gracias a la prensa, Susan Hallstead, *Fashion Nation. The Politics of Dress and Gender in 19th Century Argentine Journalism (1829-1880)*, tesis de doctorado, Universidad de Pittsburgh, 2005.

⁴⁷ Según Gilles Lipovetsky, la moda es “un dispositivo social caracterizado por una temporalidad particularmente breve”, *El imperio de lo efímero*, Barcelona, Anagrama, 1996 [1987], p. 24.

⁴⁸ Víctor Goldjel identifica ya en el siglo XIX esta dinámica de la prensa, su dependencia de lo nuevo y su propio carácter de novedad en el contexto cultural local. Lo que se modifica radicalmente en nuestro período

construir discursivamente a la moda como una práctica en esencia femenina, la prensa ilustrada enlazaba asimismo la noción de cambio, de innovación y de modernidad a la de feminidad;⁴⁹ representadas como “esclavas de la moda”,⁵⁰ las mujeres aparecían entonces también como esclavas del tiempo (y esto en más de un sentido, como veremos más adelante). La obsesión por estar a la moda, sobra decirlo, está por ello sobrerrepresentada en las revistas ilustradas, y el significado de esta obsesión trasciende la mera construcción de la feminidad como naturaleza frívola o superficial. Por el contrario, la promoción de esta obsesión en la prensa tiene un efecto práctico inmediato —fomentar el consumo femenino no solo de bienes sino también de las propias revistas, que son el medio que proporciona la visión de los nuevos adelantos— y un efecto de más largo aliento: tiranizar la relación de las mujeres con el tiempo, imponiéndoles una vivencia del presente que se teme esté desfasada hacia el pasado (se teme el atraso) y se proyecta siempre hacia el futuro (para estar al día es necesario, en realidad, adelantarse al día). En esta ecuación lo que queda desdibujado son precisamente los desafíos del presente inmediato de las mujeres. Y ese sofisticado triunfo conceptual, me atrevería a decir, fue una de las grandes contribuciones de la cultura de masas —de la que las revistas fueron las protagonistas de esos años— a la dominación de la imaginación femenina, lo que de ningún modo sucedió con el mismo ímpetu, más allá del imperativo de modernidad, sobre la imaginación masculina.

Por otro lado, al visibilizar con tal intensidad la relación de las mujeres con la moda, y al proponer esa relación a la vez como atemporal (“es la coquetería la esencia misma de lo *eterno femenino*, ha sobrevivido al Diluvio en primer término, y en segundo lugar a todas las grandes hecatombes que afligieron a la humanidad”⁵¹) y como furiosamente cambiante y moderna (“el buen gusto y extravagancia de modistos y modistas ya no se detiene ni ante la Historia”⁵²), las revistas ilustradas contribuyeron a velar la naturaleza tradicional del mandato de que las mujeres deben preocuparse de manera obsesiva por su apariencia. Esta era una inversión temporal (hacer aparecer como moderno algo en esencia tradicional) que no solo retomaba una de las características del funcionamiento de la moda en sí, con sus tiempos cíclicos y sus *revivals*

son los volúmenes de circulación de la prensa, que hacen que esta dinámica se exacerbe. Goldjel, *Cuando lo nuevo...*, *op. cit.*, pp. 47-108.

⁴⁹ Tal como señala Ilya Parkins, “la moda permite empezar a pensar otras posibilidades para la modernidad de las mujeres”, y trascender la dicotomización generizada entre lo nuevo y lo viejo que caracteriza algunos de los discursos del siglo XIX y principios del XX sobre lo moderno, que niegan a las mujeres la participación en la historia y específicamente en los fenómenos modernos, una posición que ha pervivido en algunas teorizaciones de la modernidad. “Fashion as Methodology. Rewriting the time of women’s modernity”, *Time & Society*, vol. 19, n° 1, Melbourne, 2010, pp. 98-119, cita en p. 101.

⁵⁰ Por ejemplo, “Charla sobre modas”, *Unión y Labor*, año 1, n° 4, 21 de enero de 1910, p. 23; “Modas”, *Almanaque Peuser*, 1913; “Un problema de la moda”, *Para Ti*, año 2, n° 34, 2 de enero de 1923, p. 15; “Charla femenina”, *Iris*, año 2, n° 58, 8 de abril de 1921; “Página de lectura para el mundo femenino”, *Lux*, año 2, n° 13, 20 de agosto de 1923, p. 13; “Las porteñas y la moda”, *Páginas de Columba*, año 3, n° 28, 27 de agosto de 1924, p. 29; “Charla femenina”, *Femenil*, año 2, n° 55, 27 de septiembre de 1926.

⁵¹ Antonio C. de Linares, “París femenino”, *Plus Ultra*, año 1, n° 1, marzo de 1916.

⁵² “Las esplendorosas modas invernales en Biarritz”, *Mundial. La revista para todos*, año 2, n° 17, 4 de febrero de 1925.

de los estilos del pasado,⁵³ sino que, como veremos, se efectuó también en relación con otras prácticas femeninas.

La relación de las mujeres con la moda se construyó discursivamente, entonces, como una *ficción* de innovación constante⁵⁴ que se tradujo asimismo en la propia visualidad de las representaciones de mujeres, y con ellas en la visualidad de las publicaciones en su conjunto, que teatralizaban su propia modernidad a través del despliegue de recursos gráficos, técnicos y materiales que parecían novedosos pero que eran, en muchos casos, reelaboraciones tardías de los estilos artísticos de fin de siglo. ¿Cuáles eran esos recursos? ¿En qué medida contribuían a esa ficcionalización de lo femenino como moderno?

1.3 *Técnicas, materiales, estilos y despliegue gráfico: la ficcionalización de lo femenino como moderno*

No todas las revistas ilustradas que se publicaron en la Argentina desde el Centenario hasta fines de la década del veinte hicieron un uso equivalente de las tecnologías gráficas que estaban modernizando la producción de impresos desde fines del siglo XIX. A lo largo de toda la década del diez y todavía en los años veinte una buena proporción de las publicaciones periódicas que circulaban en las principales ciudades argentinas aún exhibía un estilo de diagramación interna sumamente conservador, intervenido por pequeñas viñetas, y reservaba las imágenes para la portada y algunos avisos ilustrados. Las publicaciones políticas, las revistas literarias, las institucionales e incluso varias de las revistas de interés general y muchas de las ficciones semanales tardaron años en incorporar la nueva lógica visual a su diagramación interna, aun si la tecnología para hacerlo ya estaba disponible. Es importante conservar esta noción de una oferta de impresos en diferentes “estadios” de modernización visual para dimensionar el impacto de algunas revistas ilustradas del período dentro del panorama más amplio de las publicaciones que constituían la enorme oferta de impresos a los que podía acceder el creciente número de lectores. ¿Qué era lo que destacaba a aquellas que más éxito tenían entre esos lectores? ¿Es posible vincular ese éxito a la profusión de materiales ilustrados, y en especial al protagonismo que tenían las representaciones de mujeres entre esos materiales?

⁵³ Véanse, por ejemplo, las referencias a la moda de hace un siglo en “La moda 1815-1915”, *Myriam*, año 1, n° 1, junio de 1915; “Cómo las modas vuelven después de un siglo”, *Myriam*, año 1, n° 2, julio de 1915. La reinención de estilos del pasado es una de las dinámicas características de la moda. Véase Valerie Steele (ed.), *Encyclopedia of Clothing and Fashion*, Farmington Hills, Thomson Gale, 2005, 3 vols., *passim*.

⁵⁴ En relación con esta ficción, retomo de nuevo a Parkins y su reflexión a propósito de la no linealidad del vínculo de la moda con la novedad. Parkins señala que “los tipos de cambio que instituyó la moda —siempre cíclicos, y con frecuencia orientados hacia el pasado— pusieron en compromiso la asociación del cambio con el progreso”. Esto tuvo consecuencias prácticas para las representaciones de mujeres, en primer lugar porque desestabilizaba su anclaje fuera del tiempo, las des-esencializaba y las confirmaba como sujetos históricos que participan en los vaivenes del paso del tiempo, es decir, fomentaba su variabilidad, confirmando a la vez la funcionalidad de las representaciones hacia distintos discursos sobre el progreso, la modernidad, y el lugar de las mujeres en esos procesos. “Fashion as Methodology...”, *op. cit.*, p. 106.

Y para retomar desde otro ángulo la pregunta con la que cerramos la sección anterior: ¿es posible que las nuevas técnicas de reproducción de imágenes, y sobre todo el estilo moderno de estas, cumplieran el objetivo de hacer que esas publicaciones parecieran ellas mismas cada vez más modernas, aun si sus contenidos no se modernizaban?

Es necesario poner estas preguntas en el contexto de la producción de impresos de nuestro período. Como ha apuntado Sandra Szir en su estudio de las publicaciones de la industria gráfica argentina,⁵⁵ la industrialización de las técnicas de producción de impresos, acelerada en la primera década del siglo XX, motivó cierta alerta en el campo gráfico local a propósito de la pérdida de saberes y prácticas ligados a la producción artesanal, que era también la cultura dentro de la cual se transmitían y reproducían los criterios estéticos de la producción de impresos. Por ese motivo surgieron en el cambio de siglo, para acompañar la industrialización y mitigar sus efectos aculturizantes, revistas institucionales del campo gráfico en las que resulta evidente la preocupación por que los trabajadores gráficos se formaran en las nuevas técnicas y también, con la misma importancia, en los aspectos estéticos de su oficio.

El uso que hacían estas revistas de un calificativo como “obra de arte” para aludir a todos aquellos impresos que incluían imágenes obtenidas por los nuevos procedimientos subraya el lugar privilegiado que estas habían llegado a ocupar en la producción de piezas de impresión. Consecuentemente, fue en las técnicas de reproducción de imágenes y de motivos decorativos donde se depositaron muchos de los esfuerzos de modernización de los impresos,⁵⁶ que se quería idealmente producir con los mismos estándares del oficio tipográfico tradicional pero incorporando las nuevas técnicas sin perder vista, por otra parte, el “buen gusto”, en términos estéticos, de todo buen trabajo de impresión. “Las antiguas tradiciones de la imprenta (...) —señala en este sentido Szir— se encontraban de pronto confrontadas a la renovación operada por la conquista definitiva de la imagen y su ubicuidad en todos los dominios de la impresión, pero además por los cambios visuales provenientes de la adopción del estilo modernista en la tipografía, en la disposición y puesta en página”.⁵⁷

Efectivamente, las revistas gráficas que ella ha estudiado demuestran un interés puntual en la actualización del estilo de las publicaciones a través de las nuevas posibilidades técnicas, pero ligando a su vez esa actualización a los estándares estéticos del modernismo finisecular. En consecuencia, esta opción estilística es también patente en muchas de las publicaciones más

⁵⁵ “Arte e industria en la cultura gráfica porteña. La revista *Éxito Gráfico* (1905-1915)”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Atrapados por la imagen...*, *op. cit.*, pp. 165-195.

⁵⁶ En coordinación con otras innovaciones, como la composición con linotipos, la impresión en rotativas, la mecanización de procesos como el dorado, la encuadernación, el estampado, etc. *Ibidem*, pp. 167-176. Por otro lado, para los grandes diarios, a diferencia de las revistas, el gran instrumento y gran símbolo de modernización no fueron tanto las imágenes cuanto las rotativas: como afirma Sarlo, para *Crítica* “La Hoe [una rotativa] no es solo un medio técnico, sino una alegoría”. Véase “Divulgación periodística y ciencia popular”, *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2004 [1992], p. 67.

⁵⁷ Szir, “Arte e industria...”, *op. cit.*, pp. 181-182.

costosas que conformaban la oferta de revistas ilustradas hacia mediados de la década del diez. Los ejemplos más puros de este estado del arte son publicaciones mensuales como *Myriam*, *Plus Ultra*, la parisina *Mundial*, incluso la renovada *La Ilustración Sud-Americana* de comienzos de la década, y que más tarde tuvieron sus sucedáneas en *Columbia* o *Athéna* entre otras, que reprodujeron en ocasiones hasta las mismas obras e ilustraciones que sus antecesoras (Fig. 15 a-e). Estas revistas se destacaban en el panorama de las publicaciones ilustradas por su excelencia gráfica y sus materiales suntuosos: papel ilustración de alto gramaje, reproducciones de obras artísticas en varias páginas, a veces fuera de texto y pegadas sobre inserciones de pliegos de cartulina, cuños secos, filetería dorada, composiciones de títulos fantasiosas, todas innovaciones desplegadas como ejemplos de “buen gusto” tipográfico en las revistas gráficas estudiadas por Szir, como *Éxito Gráfico* y *Ecos Gráficos*.

Aunque el modernismo finisecular era un estilo artístico que para mediados de la década del diez ya tenía sus años de desgaste,⁵⁸ en estas revistas abundan todavía los motivos florales típicos del *art nouveau*, las orlas sinuosas y las tipografías modernistas, y las figuras femeninas acompañan estas formas orgánicas de diversas maneras, como ilustraciones o viñetas. Estas formas se destacan además por un uso expresivo de las tintas, a veces solo una o dos, otras veces componiendo las tricromías y citocromías de las que se jactaban estas publicaciones. Ya que otra de las características de estas revistas era una fuerte autoconciencia respecto de los esfuerzos técnicos invertidos para producir ejemplares que fueran materialmente la culminación del estado del arte gráfico local. Esta era una preocupación común a muchas de las publicaciones internacionales que habían aparecido en el fin de siglo, sobre todo en Europa, y que habían acompañado la renovación del sistema técnico con la difusión simultánea del *modern style*, un estilo que en sí mismo apuntaba a valorizar estéticamente los objetos de uso cotidiano y que por su alianza con las artes aplicadas había conquistado con rapidez la estética del arte gráfico finisecular.⁵⁹ En este tipo de revistas, entonces, la técnica y la estética modernista se habían unido para modernizar el aspecto de las publicaciones, más de una vez utilizando la figura femenina como contenido de esa modernización. Pero si la riqueza material y gráfica de estas revistas, su compromiso con el estilo moderno y la puesta a prueba de las más novedosas técnicas de impresión explican hasta cierto punto su éxito prolongado, ¿qué sucedía con las publicaciones más baratas?

También aquí se comprueba el imperativo de la modernización visual que saturaba la producción de objetos impresos. Aun cuando en varias de estas otras publicaciones no se

⁵⁸ Robert Schmutzler, *Art Nouveau*, Nueva York, Harry N. Abrams, 1962.

⁵⁹ Ejemplo de ello son las italianas *Novissima* y *Emporium*, la austríaca *Ver Sacrum*, la alemana *Jugend*, la inglesa *The Studio*. Sobre *Novissima*, cuyo mismo nombre denota el interés por la novedad, puede consultarse Laura Malosetti Costa, “Novissima. Albo d’arti e lettere”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (ed.), *Revistas ilustradas en la Biblioteca del Departamento de Artes Visuales Prilidiano Pueyrredón, Instituto Universitario Nacional de Arte*, Buenos Aires, IUNA, 2007, pp. 110-113.

apuntara a respetar los más altos estándares del oficio de impresión (en muchos casos, de hecho, la calidad de impresión era muy pobre), revistas como *La Vida Moderna*, *Vida Porteña*, *PBT* o *Tit-Bits* (Fig. 16 a-c), publicadas por distintas empresas editoriales, usaban inteligentemente las representaciones de mujeres y distintos estilos gráficos para ofrecer a los lectores una apariencia moderna. Aunque comparadas con el despliegue de recursos que demostraban las revistas más costosas estas publicaciones populares carecían de atractivo material, por quince centavos, apenas un décimo y medio del precio de venta al público de una revista mensual como *Plus Ultra* (un peso), *La Vida Moderna*, por ejemplo, era capaz de ofrecer semanalmente a sus lectores casi cuarenta páginas ilustradas, dos portadas, secciones de retratos fotográficos, numerosas viñetas humorísticas, a veces una doble página con una gran ilustración o caricatura a color y avisos ilustrados que cumplían la función de atraer la mirada de los potenciales compradores (Fig. 17).

Al igual que las revistas costosas, *La Vida Moderna* utilizaba también ornamentos y filetería de resonancias modernistas y reproducía ilustraciones importadas, de Gibson y otros ilustradores, así como figurines de moda de publicaciones extranjeras yuxtapuestos a fotografías tomadas en estudios locales de “grupos de novias” o “damas argentinas” (Fig. 18). Más aún, para nutrir sus páginas de materiales gráficos, *La Vida Moderna* lanzó en 1910 (tal como habían hecho con anterioridad otras revistas, como *Caras y Caretas* o *Instantáneas Argentinas*)⁶⁰ un concurso fotográfico permanente con el que se premiaba cada semana una fotografía enviada por algún lector. El concurso apuntaba no solo a fidelizar lectores sino también a nutrirse de imágenes nuevas que pudiesen capturar la atención de un público aún más diverso. Las bases instaban a los lectores a “buscar notas de verdadero interés para así conquistar los premios, no solo por la belleza del trabajo fotográfico, sino por la importancia e interés de las fotografías como notas informativas o curiosas”.⁶¹ Es decir, priorizaba el espectáculo y la novedad sobre la mera perfección formal. La (todavía moderna) técnica fotográfica se presentaba aquí, entonces, como una forma de actualizar el vínculo con el público, un vínculo que se planteaba a su vez como estrictamente visual.

Con objetivos similares, otra revista popular como *Vida Porteña* organizó una serie de concursos de belleza femenina como los que ha estudiado en detalle Cecilia Tossounian.⁶² La revista convocaba a los lectores a enviar fotografías de sus postuladas, las cuales se reproducían en los distintos números para que el mismo público pudiera votar y elegir su favorita. Semanalmente se reproducía el retrato de la vencedora, que entraba a competir con las otras

⁶⁰ Véase Tell, *La fotografía en la construcción de relatos de la modernización argentina (1871-1898)*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, capítulo 5.

⁶¹ “Concurso permanente de fotografías”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 149, 16 de febrero de 1910.

⁶² Tossounian, “Embodying the nation: Beauty queens and Miss Argentina in the global context”, *The Body Beautiful...*, *op. cit.*, pp. 201-241.

elegidas de las semanas previas o siguientes. De una última votación general salía la ganadora de cada mes, “la cual merecerá los honores de la publicación en la carátula de *Vida Porteña*”.⁶³ La secuencia de votaciones a que se sometía cada retrato elegido fidelizaba la atención de los lectores a lo largo del tiempo enfocando su interés —y esto es crucial— en una (o varias) figuras femeninas. La victoria de las sucesivas concursantes funcionaba como compensación a los lectores que habían renovado su votación de número a número, y hasta la propia retratada recibía como premio “el honor” de verse retratada como una actriz o una debutante en la portada de una revista ilustrada. La publicación planteaba de este modo a sus lectores una economía de incentivos y recompensas (una vez más, estrictamente visuales) cuya condición de posibilidad eran tanto las representaciones de mujeres cuanto la moderna técnica fotográfica, ya “democratizada”,⁶⁴ que hacía posible esta visualización inmediata de las virtudes de las postulantes.

Por otro lado, además de los concursos de belleza, de las viñetas, portadas y avisos ilustrados, *Vida Porteña* incorporó la técnica del collage en algunas de sus portadas y secciones gráficas (Fig. 19), tal como habían hecho años antes publicaciones como *La Ilustración Sud-Americana* (Fig. 20). Se mezclaban allí fotografías de figuras de cuerpo entero, bustos, cabezas y hasta algunas ilustraciones, creando el efecto de una multiplicidad de situaciones simultáneas que replicaban la yuxtaposición de estímulos visuales que caracterizan la vida moderna. También las ilustraciones de los folletines que nutrían la publicación y en algunas ocasiones las publicidades utilizaron este recurso para atraer la mirada de los espectadores, a lo que se sumaba la yuxtaposición de fotografías diversas en las secciones gráficas, muchas de ellas protagonizadas por actrices de teatro o cine, y la composición de los textos en cajas “quebradas” por la inserción de fotografías. De esta forma, aunque *Vida Porteña* hacía un uso muy escaso de ornamentaciones y tipografías modernistas, y aunque su materialidad era de las más rústicas del mercado, la publicación lograba articular una apariencia lo suficientemente contemporánea como para competir con otras revistas ilustradas.

Otras publicaciones optaban por modernizar su aspecto convocando a artistas e ilustradores que trabajaban a partir de las innovaciones formales del arte de las primeras vanguardias, difundiéndolo y a su vez adaptándolo para el consumo ampliado a que lo

⁶³ “Segundo concurso femenino de belleza”, *Vida Porteña*, año 5, n° 191, 10 de julio de 1917.

⁶⁴ Dice Verónica Tell a propósito de este tema, retomando a John Tagg: “Tagg advierte una doble operación en la aparente ‘democratización’ de la práctica fotográfica, pues señala que a la vez que se amplía el número de personas que sacan fotografías, se ha favorecido la imposición de homogeneidad cultural” (*La fotografía...*, *op. cit.*, cap. 5) y esto en parte porque, según explica Tagg, “la fotografía popular actuaba en un campo técnicamente limitado de posibilidades significantes y en una escala muy restringida de códigos, así como con métodos que ya de por sí connotan una subordinación cultural”, *The Burden of Representation. Essays on Photographies and Histories*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1988, p. 17. En efecto, los límites de esa “democratización” son visibles en los retratos enviados al concurso, que, al tiempo que indican la ampliación de la práctica fotográfica en esos años, evidencian también el peso del modelo retratístico de las bellezas argentinas reproducido por la prensa, analizado en el capítulo anterior, y que ya hemos señalado.

exponían las revistas ilustradas. Estas apropiaciones son más visibles en las publicaciones de interés general a partir de la década del veinte y muy notables a fines de nuestro período, cuando ya la mayor parte de las revistas relevadas exhibían en sus portadas, en muchas de sus ilustraciones y en algunas reproducciones de pinturas la simultaneidad de perspectivas del cubismo, las formas angulosas y algunos motivos del *art déco*, la tendencia a la geometrización y la abstracción, algunas representaciones del movimiento cercanas a las soluciones planteadas por el futurismo, etcétera (Fig. 21 a y b). Ya a principios de la década algunas revistas de arte y literatura como *Proa* o *Martín Fierro* (Fig. 22) habían incorporado en sus páginas la reproducción de grabados realizados por algunos de los artistas sintonizados con distintas variantes de “lo nuevo” o la “nueva sensibilidad”, sumando a las innovaciones formales también elecciones técnicas vinculadas a las estéticas de vanguardia,⁶⁵ que otorgaban a la materialidad de estas publicaciones —cuyas pequeñas tiradas habilitaban esta experimentación— un sabor distintivamente moderno, aunque en ellas la representación de la figura femenina no fue tan relevante como en las publicaciones comerciales.

Las revistas de mayor circulación, en cambio, si bien recurrieron a procedimientos industriales de reproducción de imágenes, se apropiaron de los acentos modernos de esta nueva estética y la utilizaron con fines comerciales, específicamente con el objetivo de actualizar su aspecto y destacarse entre la oferta de publicaciones como productos en sintonía con las innovaciones impuestas por el tiempo (Fig. 23). Desde ya, este proceso no fue homogéneo ni estuvo presente en todas las publicaciones, ya que muchas otras continuaron reutilizando antiguas ilustraciones importadas creadas décadas antes, e incluso aquellas que reproducían ilustraciones de estilo moderno también las hacían convivir con imágenes sin mayor experimentación formal. En otras ocasiones, el acento modernizante provenía de las ilustraciones de avisos publicitarios más que de la diagramación y de las imágenes que ilustraban los distintos artículos (Fig. 24).

Lo que interesa destacar, aun así, es la alianza que establecieron muchas de las revistas a lo largo del período con las nuevas técnicas y con lo que genéricamente podríamos llamar estilos modernos, aplicados tanto a la composición y ornamentación de páginas, a las ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, como a las tipografías y a las fotografías, con

⁶⁵ Silvia Dolinko ha estudiado las modalidades de reproducción de estos grabados, sobre todo en revistas posteriores como *Nervio*, *Contra*, *Metrópolis* o *Plástica*, donde se los presentaba como “originales” para diferenciarlos de la reproducción fotomecánica de las revistas comerciales, con las que ya a fines de los veinte tenían, sin embargo, afinidades estéticas (a pesar de sus grandes diferencias políticas respecto de la función de las imágenes). Véase “Grabados originales multiplicados en libros y revistas”, en Malosetti Costa y Gené (comp.), *Impresiones porteñas...*, *op. cit.*, pp. 165-194. Sobre Norah Borges, una de las pocas mujeres que intervinieron en este campo, y que produjo casi todos los grabados de la revista *Proa* en los años veinte, véase Patricia Artundo, *Norah Borges. Xilografías 1918-1921*, Buenos Aires, 1989, mimeo, y *Norah Borges. Obra gráfica 1920-1930*, Buenos Aires, FNA, 1994.

el fin de modernizarse ellas mismas. El objeto de esa modernización visual, más aún, fueron en una enorme proporción las cada vez más visibles representaciones de mujeres.

Pero esto no siempre significó, como veremos, que los discursos de las revistas se modernizasen al mismo tiempo, y es en ese sentido que hablo de una ficcionalización de lo femenino como moderno operada por las revistas ilustradas. El ejemplo más claro de esta duplicidad son las publicidades de cosméticos y accesorios femeninos, que rápidamente incorporaron las innovaciones formales de las estéticas de vanguardia para representar a las “nuevas mujeres”, con la esperanza de que la forma moderna contribuyera a otorgarle un sentido también moderno al signo “mujer” allí representado. Sin embargo, más allá de sus novedosos diseños, en general estas publicidades no innovaban en términos discursivos, sino que reiteraban, otorgándoles autoridad a partir de esa reiteración, los mismos tópicos acerca de la belleza femenina que se habían establecido décadas antes.

Una publicidad de productos Calber que aparecía en aquel número mil de *El Hogar*, por ejemplo, que iba ilustrada con un motivo abstracto de resonancias *déco*, sostenido por dos diminutas figuras femeninas desnudas,⁶⁶ usaba en el texto, en cambio, el mismo lenguaje sobre la belleza femenina que se había consolidado en el cambio de siglo, e insistía sobre la pureza y distinción de los productos, el refinamiento y la exigencia de la mujer argentina, etcétera (Fig. 25). Otra publicidad de cremas faciales Ocacia que circulaba en *Atlántida* en 1929 aparecía encabezada por una forma geométrica de ocho lados que enmarcaban un rostro femenino ovalado, resuelto con unas pocas líneas rectas y curvas —una cruce de los retratos modernos de Modigliani y Albert Gleizes—, mientras que en el texto se retomaba la comparación de la piel femenina con los pétalos de rosa y las preocupaciones tradicionales acerca de las arrugas (Fig. 26). De este modo, aunque la ilustración y el diseño general del aviso situaban el producto en el terreno de lo moderno, el texto que los acompañaba no innovaba en los contenidos más allá de cierto énfasis científico. El *efecto* de actualidad de la imagen se conseguía a través de la utilización deliberada de los elementos formales y compositivos ligados a los nuevos estilos artísticos, y con ello bastaba para que el producto apareciera como un medio para modernizar la imagen femenina, con independencia del hecho de que las características de lo femenino que se promocionaban como nuevas fuesen las mismas que varias décadas atrás.

También los figurines de moda fueron un medio efectivo para modernizar y espectacularizar la apariencia femenina sin necesariamente transformar el discurso sobre la

⁶⁶ Recordemos que la representación del cuerpo femenino desnudo independiente de toda referencia mitológica o religiosa había sido en el siglo XIX, y lo era aún en esas primeras décadas del XX, lo que Griselda Pollock ha llamado “el territorio en el que los artistas varones reclaman su modernidad y compiten entre sí por el liderazgo de la vanguardia”. La aparición de mujeres desnudas en un motivo de resonancias modernistas no estaba, por lo tanto, desvinculada de esas polémicas y antecedentes; por el contrario, las mujeres desnudas eran el signo de lo moderno. Pollock, *Visión y diferencia. Feminismo, femineidad e historias del arte*, Buenos Aires, Fiordo, 2013 [1988], pp. 117-118.

feminidad. Las secciones de moda habían ido ganando despliegue visual en las revistas ilustradas de interés general a lo largo de la primera y segunda década del siglo, conforme el lectorado femenino demostraba creciente interés en la lectura de este tipo de materiales y conforme se volvía un mercado de particular provecho para los anunciantes. Para los años veinte las secciones de moda habían adquirido una alta importancia relativa respecto de otros contenidos y se habían vuelto notablemente vistosas (Fig. 27 a-c); ocupaban muchas veces páginas dobles o varias páginas sucesivas, y servían a diversos fines: jerarquizaban el aspecto de las publicaciones y también su contenido,⁶⁷ en especial si se trataba de la reproducción de modelos extranjeros; proporcionaban a las revistas un medio para demostrar visualmente su actualización de número a número —ya que los modelos cambiaban entre una edición y otra—; convocaban el interés de los anunciantes —que podían publicitar sus diseños a través de los figurines o en las páginas adyacentes—; e incluso hacían posible que las propias revistas ganaran dinero a través de la venta de moldes de los diseños exhibidos.⁶⁸ Si esto último es síntoma de la circulación amplia que tenían los figurines entre el público femenino, también señala la convivencia de distintas formas de producción y comercialización de vestimenta en esos años, cuando la industria de ropa lista para usar se expandía sin reemplazar del todo la confección particular o la encargada a costureras y modistas.⁶⁹

Lo interesante es que las revistas ilustradas articulaban la relación de las mujeres con ambos tipos de consumo y, sobre todo, instalaban a la moda como un tema de interés específicamente femenino que podía satisfacerse de diversos modos: mientras las grandes tiendas publicitaban sus departamentos de ropa ya confeccionada en páginas cercanas a las secciones de moda que legitimaban los modelos comercializados, las mismas secciones inspiraban también los estilos de la confección particular. De este modo, las secciones de moda de las revistas ilustradas no solo cumplían la función de proponer a cada momento una versión homogénea de la apariencia femenina sino que, a la vez, por su propia dinámica interna de cambio permanente,⁷⁰ imponían sobre esa apariencia homogénea el imperativo del cambio.⁷¹

⁶⁷ La responsable de las cartas de lectores de *Femenil* respondía a una lectora: “Mucho me alegro que nuestros dibujos le parezcan preciosos (...). En adelante (...) se van a llevar a cabo mejoras colosales y entre ellas esperamos poder complacer a usted y a muchas, con planchas de dibujos variados de toda clase de bordados y tejidos”, “Correspondencia Femenil”, *Femenil*, año 2, n° 39, 7 de junio de 1926.

⁶⁸ “Nuestros moldes”, *La Mujer y la Casa*, año 5, n° 53, febrero de 1924; véase también el aviso de la casa N. Panero, representante en Bahía Blanca de las suscripciones a “revistas, dibujos, figurines” para señoras, a quienes convocaba el aviso, en *Arte y Trabajo*, año 13, n° 163-164, octubre-noviembre de 1928.

⁶⁹ Efectivamente, en estos años la industria de la confección se expandió. Véase Regalsky, “El proceso económico”, *op. cit.*, pp. 178 y ss.

⁷⁰ Esta lógica había terminado de establecerse a la vuelta del siglo en los países industrializados, y en las primeras décadas del siglo XX se expandió a todo Occidente. Tal como sostiene Druessedow, “Para los años veinte la producción y venta masiva terminaron de integrarse a la industria de la ropa confeccionada, lista para usar. El foco de la publicidad se desplazó desde las declaraciones de calidad a la exhortación de los lectores a mantenerse al día con la moda, y desde el énfasis en la ropa de hombre al énfasis en la ropa de mujer. Esto le

En efecto, estar a la moda no era ni siquiera estar al día con la temporada, sino con “lo que se usará en la próxima estación”,⁷² y esto en las diferentes horas del día, que requerían cambios de vestuario adecuados a diferentes actividades. Aunque en la práctica este era un lujo que podían darse solo aquellas mujeres con medios económicos suficientes para solventar el recambio incesante de prendas (una porción pequeña del mercado),⁷³ la incitación al recambio instalaba la inquietud del consumo, fomentaba las prácticas de ahorro orientadas a un consumo futuro (es decir, imponía una relación temporal con la moda, por ejemplo determinando la atención a las temporadas de liquidación) y naturalizaba la dedicación de tiempo a pensar en la adecuación de la propia apariencia a los dictados de la moda,⁷⁴ todos usos novedosos del tiempo fomentados por las revistas ilustradas.⁷⁵

Pero lo que interesa especialmente en este punto es que estas inflexiones temporales de la relación que las revistas construían entre mujeres y moda —una relación moderna— adquirirían su poder persuasivo en gran medida a través de un atractivo visual y material que era a la vez novedoso y estable a lo largo del tiempo:⁷⁶ las secciones ilustradas de moda representaban cada vez más a los figurines en diversas situaciones sociales, escenificando la conveniencia de diferentes atuendos para cada contexto social a través de páginas ilustradas a color que podían llegar a mostrar casi una docena de modelos por edición, lo que a su vez generaba el efecto perceptivo —de origen puramente gráfico y material— de estar accediendo a

dio ímpetu a la estrategia de la industria moderna de fomentar el rápido cambio de la moda”. Jean L. Druessedow, “Ready-to-wear”, en Steele (ed.), *Encyclopedia...*, *op. cit.*, vol. 3, p. 87.

⁷¹ Véase por ejemplo “Menudencias, cosas que no se usan, otras que empiezan a decaer y las que asoman en el horizonte”, *Columbia*, año 1, n° 4, 16 de junio de 1925, donde la cronista reflexionaba a propósito del “breve reinado” del “ídolo de ayer” y señalaba “unas cuantas cosas que han pasado ya a la historia antigua” y que era imprescindible descartar “a menos de que (...) queramos convertirnos en señoras cursis”, p. 26.

⁷² Es el título de un artículo sobre sombreros, en *Femenil*, año 2, n° 24, 22 de febrero de 1926.

⁷³ Rocchi, “Consumir es un placer...”, *op. cit.*, pp. 541 y ss.

⁷⁴ Según Barbara Sato, que ha estudiado la relación de las mujeres japonesas de clase baja con las revistas ilustradas que fomentaban consumos ostentosos, el consumo de tiempo e imágenes, no de bienes, fue una de las formas que tuvieron estas mujeres de participar en la modernidad. Véase “Contesting consumerisms in mass women’s magazines”, en AA.VV., *The Modern Girl Around the World...*, *op. cit.*, pp. 263-287. Creo que es una reflexión que puede extenderse al contexto argentino de nuestro período.

⁷⁵ Se cumple aquí el diagnóstico de Joanne Entwistle: “El sistema de la moda, especialmente la moda de las revistas, está siempre congelando el flujo de las prácticas cotidianas del vestir y lo ordena en distintas categorías de pasado, presente y futuro (‘este invierno, el marrón es el nuevo negro’ u ‘olvida el verde-lima del año pasado, el beige frío es el color de este verano’). El yo, a la vez que experimenta un tiempo interno indiferenciado, también está siempre ‘atrapado’, congelado temporalmente por la moda”, *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*, Barcelona, Paidós, 2002 [2000], p. 41.

⁷⁶ La “fusión contradictoria de la novedad y la mismidad” que Richard Ohmann ha identificado como una de las claves del subtexto ideológico de las revistas, y de la cultura de masas en general, se comprueba aquí ejemplarmente. Las revistas entrenan a los lectores a esperar la novedad en un formato siempre reiterado que la hace inteligible, aprehensible, deseable; la regularidad y la frecuencia de la introducción de cambios son condiciones para que se produzca su apropiación masiva por un gran número de lectores que pueden absorber esa novedad porque se les ofrece en un formato digerible, que crea además comunidad. Las revistas, por su periodicidad, son el medio perfecto para impulsar este comportamiento, “The origins of mass culture”, *Selling Culture: Magazines, Markets and Class at the Turn of the Century*, Londres y Nueva York, Verso, 1996, pp. 11-30. Sobre este sentido de comunidad y el modo como la prensa ayudó a insertar a los individuos en ritmos de vida compartidos, Peter Fritzsche, *Berlin 1900*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2008 [1996].

través de la revista a una variedad infinita de modelos y estilos cuyas reglas de uso, sin embargo, estaban atadas a momentos específicos de cada día. En *Femenil*, por ejemplo, los figurines aparecían en la playa, en la cancha de tenis, en el campo de tiro, de entrecasa, en el baile, de paseo, en un *tea party*, etcétera (Fig. 28 a y b). Cada uno de esos escenarios y actividades exigía un vestuario determinado del que los figurines ofrecían múltiples variaciones ajustadas, además, a los variables estilos (de la moda, pero también de la ilustración de moda) que estaban a cada momento disponibles, ya que, en palabras del suplemento de *La Ilustración Sud-Americana*, “aún mejor que una explicación, por precisa y fiel que fuere, estos dibujos representan una idea exacta de la moda, más fantástica, más variada y más diversa que nunca”.⁷⁷

Sin embargo, de todas esas variaciones ninguna contemplaba la posición de las mujeres trabajadoras, ni de aquellas con menos recursos económicos, ni de quienes vivían alejadas de los centros de la sociabilidad elegante, que como hemos visto en el capítulo anterior tendieron a ser representadas siempre bajo los mismos recursos gráficos, como si su apariencia no se modificara.⁷⁸ A través de esa exclusión tácita se vinculaba el estar a la moda con la feminidad burguesa moderna, e inversamente se asociaba la prescindencia de esa moda a la pobreza, la lejanía geográfica y, sobre todo, el atraso temporal. Más aún, se perdía de vista que las tradiciones vestimentales —por ejemplo de la gente de campo— también tenían sus modas, es decir, una temporalidad diferente a la temporalidad de la moda urbana, aunque no menos cambiante. En este sentido, la reproducción de la moda urbana como parámetro también concedía a las mujeres urbanas la posibilidad de la transformación, mientras que negaba esa posibilidad a las demás mujeres.

Sin embargo, los discursos textuales que acompañaban la renovación extraordinaria de recursos gráficos de la que hacían gala estas revistas al representar a las mujeres urbanas no demostraban la misma capacidad de adaptación. Por el contrario, el estilo de las cronistas de moda reiteraba, número tras número, las mismas estructuras sintácticas, los mismos tópicos, los mismos consejos y las mismas informaciones a propósito de un objeto que, paradójicamente, se presentaba como en constante cambio. Una frase como “en esta estación, la novedad es...”, que hacía énfasis en aquello que se modificaba, se reiteraba inalterada una y otra vez enmarcando el discurso textual que acompañaba la presentación visual de esas transformaciones en un formato fijo, de fácil decodificación, que permitía identificar con rapidez cuáles eran los supuestos cambios que habían ocurrido en una semana o de un mes al

⁷⁷ “Últimos modelos de la temporada. Modas parisienses”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 18, n° 409, 15 de enero de 1910.

⁷⁸ En efecto, “La moda —sostiene Parkins— ayuda a poner en foco la ambivalencia de los regímenes representacionales de la feminidad en la era moderna”, “Fashion as Methodology...”, *op. cit.*, p. 115.

otro.⁷⁹ Más aún, la propia dinámica cambiante de la moda, que se decía “esclavizaba” a las mujeres,⁸⁰ era un tópico que sobre todo esclavizaba a las cronistas, quienes demostraban en cada crónica la tensión entre la necesidad de cambio, el temor a que ese cambio se creyera ridículo y el requisito de conservación de la gracia, la elegancia, etcétera.

Estas reiteraciones aparecían en todo tipo de revistas, a lo largo de todo el período. En 1913 la revista feminista *Unión y Labor*⁸¹ comenzaba una de sus secciones de moda afirmando que “La moda que subyuga voluntades a sus caprichos y cada día esclaviza más al bello sexo (...) constituye un verdadero y continuo estudio, que el gusto perfecciona para esparcir gracia y elegancia”;⁸² una revista comercial como *Olympia* afirmaba veintiséis años más tarde que “La aparición del año 1929 ha tenido la virtud de despertar la curiosidad del mundo femenino, en cuyos círculos elegantes se advierte cierta inquietud por las órdenes que dictará la moda. La mujer, siempre previsora y amante de la armonía bajo todos sus aspectos, no quiere desentonar desconociendo el ritmo en que se inspirarán las nuevas colecciones (...)”.⁸³ Entre uno y otro artículo se habían acumulado otros miles de tónica similar en los que la idea era no solo siempre la misma, sino que era también muy tradicional: la moda imponía a las mujeres una dedicación constante de atención y tiempo, y ellas complementaban sus dictados caprichosos con el buen gusto, presentado siempre (eso sí) como algo inafectado por el cambio, como natural y como deslindado de la posición económica.

Sin embargo, qué constituía el buen gusto femenino y cómo se definía este visualmente en las páginas de las revistas ilustradas, que aumentaban año a año su capacidad de desplegar ante los ojos de los lectores una variedad sorprendente de representaciones de mujeres, sí era materia de transformación y cambio. Las secciones ilustradas, que utilizaban los más novedosos

⁷⁹ “Las transformaciones y las evoluciones de la moda, en estas últimas semanas, fueron tan imprevistas y rápidas, que las novedades aparecen y desaparecen sin dejar apenas tiempo de poderlas apreciar”, señalaba por ejemplo la cronista Alice D’Aubry en “La mujer en París”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 495, 15 de agosto de 1913.

⁸⁰ Véase por ejemplo la utilización de este tópico en la prensa anarquista, donde se asocia la esclavitud al estar a la moda: “Ya que muchos de nuestros camaradas no piensan en darnos esas lecciones de libertad, nosotras, compañeras, debemos conseguirla con nuestro propio esfuerzo, y mirar la libertad de nuestras hermanas las parias, digo así porque al ver a una compañera engalanada con esos adornos de esclava, afeites y coloretos, veo eso poco útil para la mujer (...)”, *Nuestra Tribuna*, año 4, n° 21, 1 de junio de 1925. Esta noción de esclavitud se vincula también a la repetición que se supone la moda impone a la vida cotidiana de las mujeres, sobre todo en la esfera privada, un lugar que además se representa como fuera del tiempo o como reducto del pasado. Es una noción que enfatiza la supuesta pertenencia de las mujeres al ámbito privado, donde reina la repetición y, por ende, la esclavitud. Pero esta perspectiva ignora la dimensión esencialmente pública y social de la moda, en especial por su espectacularidad, que implica despliegue público y, en ese sentido, un fuerte desafío a tal “esclavitud”. Véase Parkins, *op. cit.*, p. 110.

⁸¹ Más allá de su programa feminista, *Unión y Labor*, como otras revistas del período, hizo lugar en sus páginas a varios de los temas que nutrían las revistas femeninas. Paula Halperín le adjudica, por eso, un carácter “entre feminista y femenino”. Véase “Mi mamá me mimó. Mujeres, médicas y socialistas en *Unión y Labor*”, en Omar Acha y Paula Halperín (comp.), *Cuerpos, géneros e identidades. Estudios de historia de género en Argentina*, Buenos Aires, Ediciones del Signo, 2000, p. 117.

⁸² “Para el hogar”, *Unión y Labor*, año 4, n° 41, febrero de 1913.

⁸³ Ina, “Crónicas de la moda”, *Olympia*, año 3, n° 32, 16 de enero de 1929, p. 47.

recursos técnicos y los últimos estilos artísticos para comunicar inequívocamente la idea de novedad, se ocupaban de hacer ese cambio visible. Pero los textos que las acompañaban anclaban esos cambios a un marco de inteligibilidad que sostenía ideas tradicionales sobre la moda, las mujeres y la feminidad. De este modo, se invitaba a las lectoras a renovar permanentemente su apariencia ante la sociedad sin transformar su función en esa sociedad. Esto acentuaba su estatuto particular respecto del progreso, más allá de que pudieran otorgar a ese progreso una dimensión visible, precisamente a través de aquella ficcionalización de lo femenino como moderno. Con todo, también debo agregar que aunque la transformación se limitaba a la particular eficacia de las imágenes, los recursos visuales, la materialidad y la puesta en página para disparar un *efecto* de modernidad que distaba mucho, a fin de cuentas, de ser estructural, la moda, en el plano de las prácticas y como ha sido señalado en otras investigaciones, también habilitó apropiaciones diferenciadas, indudablemente modernas, que conmovían la rígida distribución sexual de los espacios y las prácticas favorecida por las ambigüedades de las revistas.⁸⁴ Como veremos en la próxima sección, una ficción similar, y un similar deslizamiento, ocurrió con la asociación de nuevas tecnologías y prácticas domésticas a las representaciones de mujeres.

1.4 *Lo nuevo viejo y lo viejo nuevo: actualización y renegociación de los mandatos tradicionales*

Así como las revistas ilustradas de las primeras décadas del siglo se esforzaron en modernizar su aspecto a través de la implementación de nuevas técnicas de impresión y de reproducción de imágenes, y a través de la adopción de nuevos estilos gráficos, también los contenidos de las publicidades y de algunos artículos demostraron una creciente sintonía con la modernización y se apropiaron del discurso de lo nuevo para promocionar productos o, una vez más, para captar lectores. Las representaciones de mujeres fueron también en este caso las protagonistas privilegiadas de esas estrategias, que sin embargo —y paradójicamente— estuvieron ligadas con insistencia a una redefinición de las funciones de las mujeres dentro de la unidad doméstica y a la actualización de mandatos tradicionales como la aspiración al matrimonio y la crianza de hijos, una tendencia que complementaba —y muchas veces neutralizaba— los debates contemporáneos acerca de sus roles en la esfera pública. Dado que, al igual que sucedía con las técnicas o los estilos, que por más modernos que aspirasen a ser no siempre iban acompañados

⁸⁴ En un repaso de las posturas teóricas que han sostenido este argumento que tiende a reconocer el potencial emancipador de la moda y, en general, del consumo femenino, Tossounian apunta certeramente también que es un argumento que trasciende el análisis de las representaciones (como el que encaro en esta tesis) y requiere el estudio de los públicos y las apropiaciones, es decir, del modo como las mujeres transformaron, al apropiárselas, esas representaciones. Tossounian, *op. cit.*, pp. 13-17. Entre las autoras que han trabajado sobre este argumento, Mary Louise Roberts, “Gender, Consumption and Commodity Culture”, *American Historical Review*, vol. 103, n° 3, Bloomington, 1998, pp. 817-844; Victoria de Grazia, “Empowering women as citizen-consumers”, en De Grazia y Ellen Furlough (ed.), *The Sex of Things...*, *op. cit.*, pp. 275-286.

de discursos progresistas, también este tipo de artículos y publicidades que buscaban ligar lo nuevo a la feminidad delataban, examinados más de cerca, posiciones tradicionales respecto de esa feminidad. Y esto independientemente del hecho de que textos, imágenes y productos publicitados se presentasen como adheridos a lo nuevo.

Son ejemplos claros de estas operaciones las publicidades de electrodomésticos y de nuevas tecnologías para cuidar la casa, así como los artículos acerca de la vivienda moderna, que como ha estudiado Jorge Francisco Liernur comenzó a volverse en las primeras décadas del siglo uno de los temas de preocupación del higienismo local, que se apoyó en la doctrina de las esferas separadas, bien arraigada a lo largo del siglo XIX, para asignar a las mujeres cada vez con mayor claridad la responsabilidad por el gobierno adecuado de la casa.⁸⁵ De acuerdo con los preceptos de los informes higienistas y de los manuales de economía doméstica, Liernur afirma que “Tanto o más que en la fábrica, para ser manejado por una única operadora —la madre—, el mecanismo eficiente [del hogar de las primeras décadas del siglo XX] necesita de un orden perfecto que, como la contabilidad, impida el derroche: del tiempo y del espacio”.⁸⁶ Ese es precisamente el eje de muchas de las publicidades de electrodomésticos y de los artículos sobre el cuidado de la casa que se incrementaron en nuestro período, en los que los discursos sobre el hogar moderno, con sus promesas de eficiencia y su retórica tecnológica orientada hacia el futuro, alineados además con una estética modernizante, reconfiguraban el rol tradicional de las mujeres como “reinas del hogar”.

Esta dialéctica ha sido ya identificada en trabajos dedicados a la tecnificación del hogar en las décadas centrales del siglo XX. Inés Pérez afirma, en efecto, que entre 1940 y 1960 “el crecimiento de la participación en el mercado de trabajo de mujeres casadas de clase media, tensionaron los lugares tradicionalmente asignados a mujeres y varones. Las certezas buscadas en la imagen de una cotidianidad tecnificada, fruto de un progreso concebido como inevitable, fueron una de las vías para aplacar las incertidumbres generadas por dichas transformaciones”.⁸⁷ Al representar a mujeres ocupándose de las tareas domésticas, la prensa de esas décadas, señala Pérez, cumplía en resituirlas en el hogar justamente cuando su ausencia se volvía más evidente. Estas representaciones, entonces, aunque se apoyaban en una imagería tecnológica y en la retórica de la modernización,⁸⁸ partían de la premisa de que el

⁸⁵ “El nido de la tempestad. La formación de la casa moderna en la Argentina a través de manuales y artículos sobre economía doméstica (1870-1910)”, *Entrepasados*, año 6, n° 13, Buenos Aires, fines de 1997, pp. 7-36.

⁸⁶ *Ibidem*, pp. 22-23.

⁸⁷ Inés Pérez, “De ‘sirvientas’ y eléctricos servidores. Imágenes del servicio doméstico en las estrategias de promoción del consumo de artículos para el hogar (Argentina, 1940-1960)”, *Revista de Estudios Sociales*, n° 45, Bogotá, abril de 2013, pp. 42-53, cita en p. 51.

⁸⁸ Imagería que por esos mismos años se afianzaba en los diarios y en las revistas dedicadas a la ciencia y la técnica, como *Ciencia Popular*, y que Sarlo interpreta como “estrategias alternativas de procesamiento cultural”, formas de incorporación a una cultura dominante y variantes en el interior de esa cultura en las que la prensa se inspiró y que a la vez alimentó. Véase Sarlo, “Divulgación...”, *op. cit.*, pp. 72 y ss. Hay que entender el

trabajo doméstico era una tarea femenina, y al reeditar la figura del ama de casa como consumidora moderna reforzaban la tradicional división sexual del trabajo.

Pero esta figura ya había hecho su aparición al menos dos décadas antes. Y aunque el contexto laboral, legislativo e industrial de las décadas del diez y del veinte difiere mucho del de los años peronistas, quisiera retomar algunas de las conclusiones de Pérez y extenderlas hacia atrás para encontrar su momento inaugural en nuestro período, recordando también que existen diferencias respecto del sentido de esas representaciones de electrodomésticos y de amas de casa modernas en las páginas de las revistas ilustradas que estudiamos. ¿Para qué sirven en el contexto específico de nuestras décadas? ¿Cómo articulan el lugar de las mujeres en una etapa anterior del proceso de modernización, su relación con la tecnología y con el mundo del trabajo? ¿Y qué función cumplen en esas representaciones las posibilidades discursivas de las nuevas técnicas y las nuevas materialidades de las revistas?

Para empezar, señalemos cuán novedosa, respecto de las publicaciones decimonónicas, resulta al hojear estas revistas la irrupción de publicidades con ilustraciones de las nuevas máquinas destinadas a aliviar las tareas domésticas. Con algunas excepciones, estos avisos llenan por lo general media página o una página entera (lo que les otorga un lugar preeminente entre otros anunciantes) y disponen a la vista, para su inspección minuciosa, la novedad de estos artefactos misteriosos que irían reemplazando de manera progresiva los antiguos usos y costumbres ligados al entorno doméstico (Fig. 29 a y b). Las posibilidades técnicas de producción de las revistas ilustradas habilitaban precisamente una visualización cercana de estos nuevos artefactos y de la transformación de los usos que imponían al ritmo de la casa, y por ello los avisos utilizaban estas posibilidades para la reproducción de los modelos en una escala medianamente analizable por el ojo de los lectores interesados, lo que a su vez jerarquizaba a las publicaciones porque les otorgaba, de otra manera, esa apariencia de modernidad que hemos analizado arriba.

A los avisos más tempranos de este tipo con los que contamos en nuestro período, en los que se promocionaban máquinas todavía accionadas manualmente o a carbón —máquinas de lavar y planchar, amasadores de pan, exprimidores de ropa, motores a leña y “caloríferos”— comenzaron a incorporarse de a poco, como si su efectividad tuviese aún que ser probada, representaciones de mujeres accionando los aparatos, así como textos que se dirigían a las mujeres en particular como consumidoras potenciales (Fig. 30 a y b). En unos pocos años, y precisamente en las décadas que nos ocupan, las mujeres se volverían no solo parte indispensable de la visualidad de estas publicidades —tal como constata Pérez— sino también parte indispensable de su mensaje y destinatarias privilegiadas de todas las informaciones a

desembarco definitivo de los artículos y publicidades sobre la tecnología doméstica en la prensa, de los que me ocupo en este apartado, dentro de este contexto de entusiasmo por los discursos técnico-científicos.

propósito de la modificación de los hábitos domésticos posibilitada por la introducción de nuevas tecnologías.⁸⁹ Por ello no es exagerado decir que para fines de los años veinte, todas las campañas de promoción de electrodomésticos tenían a mujeres como protagonistas y habían establecido una serie de tópicos a propósito de la relación entre mujeres y tareas domésticas: primero, que ellas eran las únicas encargadas de realizarlas;⁹⁰ segundo, que esta realidad se veía aliviada porque las nuevas tecnologías les permitían ahorrar tiempo y dinero; tercero, que estas mejoraban también las tareas de cuidado de la familia porque eran más limpias, más sanas y menos peligrosas;⁹¹ cuarto, que la realización de tareas domésticas con la ayuda de nuevas tecnologías colaboraba en la identificación de las usuarias como mujeres burguesas y modernas, es decir, que la relación entre mujeres y modernización se realizaba en el hogar y a través del consumo de tecnologías para el hogar, lo que la hacía así indicativa de la posición social.

Desde luego, esta expansión en las revistas ilustradas de representaciones de mujeres en asociación con la tecnología para el hogar no fue azarosa, sino que coincidió con transformaciones en varios niveles, tanto de los procesos de organización de los hogares a raíz de los cambios en las relaciones sociales y las estructuras familiares,⁹² que conllevaron nuevas formas de habitar en la ciudad,⁹³ como, en un sentido más amplio, con la implementación de nuevas políticas de higiene pública;⁹⁴ con cambios en el mundo del trabajo y del lugar de las mujeres en esos cambios;⁹⁵ con la expansión misma de la economía argentina, que hizo posible que como nunca antes se importaran y se fabricaran esos artefactos en volúmenes significativos instalando por añadidura la necesidad de que encontraran un mercado,⁹⁶ identificado rápidamente como femenino, el cual las revistas ilustradas, por su particular alianza con la modernización que hemos analizado más arriba, contribuyeron a crear y expandir.

Por un lado, entonces, la aparición de representaciones de mujeres asociadas a las nuevas tecnologías domésticas coincidió con la extensión de las redes de suministro de agua corriente y

⁸⁹ Mirta Z. Lobato, *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*, Buenos Aires, Edhasa, 2007, p. 109.

⁹⁰ Lobato apunta además que entre 1914 y 1960 el porcentaje de trabajadores dedicados al servicio doméstico disminuyó pero que, dentro de ese porcentaje, aumentó la participación de mujeres, lo que confirma la tendencia que inferimos desde las publicidades. *Historia de las trabajadoras...*, *op. cit.*, pp. 59-60.

⁹¹ La cocina a gas se presentaba por ejemplo, en una publicidad de 1913, como “la conservadora de su salud”. El artefacto aparecía junto a una sirvienta que sonreía alzando una bandeja con un pollo, por delante de una familia que la aguardaba. *Almanaque Peuser*, 1913.

⁹² Véase Eduardo J. Míguez, “Familias de clase media. La formación de un modelo”, en Fernando Devoto y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, tomo 2, Buenos Aires, Taurus, 1999, pp. 21-45.

⁹³ Liernur, “Casas y jardines. La construcción del dispositivo doméstico moderno”, en Fernando Devoto y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, *op. cit.*, pp. 99-137.

⁹⁴ Liernur, “La construcción del país urbano”, en Lobato (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 5, *El progreso, la modernización y sus límites*, *op. cit.*, pp. 409-463, en especial pp. 432-433.

⁹⁵ Lobato, *Historia de las trabajadoras...*, *op. cit.*, *passim*.

⁹⁶ En los años de entreguerras, como han señalado Rocchi y Palacio entre otros, Estados Unidos se posicionó como principal inversor en Argentina a través del establecimiento de filiales de empresas norteamericanas y a través de la exportación al país de productos norteamericanos, entre ellos los electrodomésticos que promocionaban las revistas. Véase “El péndulo de la riqueza”, *op. cit.*, “La antesala de lo peor”, *op. cit.*

con la aparición de nuevas alternativas de suministro energético que vinieron primero a competir y luego a reemplazar el uso de carbón o leña para calentar, cocinar y accionar instrumentos. En el período de nuestro interés, es patente la progresiva competencia que plantearon las compañías de suministro de gas y de electricidad, a las que se sumaba la opción del querosén para la alimentación de algunos artefactos como estufas y lámparas.

El reemplazo del carbón y la leña como energía doméstica tendría consecuencias radicales en la organización de los hogares conforme avanzaba el siglo, porque aliviaba la tarea de alimentar permanentemente los fuegos y, en consecuencia, hacía posible que una sola persona administrara con menor esfuerzo relativo ámbitos de la casa que antes debían contar con la ayuda de varias, como bien demuestra una serie de publicidades de la Compañía Primitiva de Gas que didácticamente explicaba, ante la imagen de un hombre extrayendo con gran esfuerzo un balde de un pozo, y de una mujer vencida ante una cocina a carbón cubierta de humo y chorreaduras, que los esfuerzos que las mujeres se ahorran con el suministro de agua corriente tenían su equivalente en el suministro de gas para cocinar y calefaccionar.⁹⁷ Exceptuando por supuesto los hogares más humildes, el gas fue una tecnología que facilitó que más mujeres de los emergentes sectores medios concibieran como posible utilizar los artefactos y realizar personalmente las tareas que con anterioridad se dejaban en manos de otras personas.⁹⁸ Aún más, como sugiere otra publicidad de la misma compañía, no adaptarse al “progreso” de las nuevas tecnologías comenzaba a ser una actitud construida discursivamente como la perpetuación de condiciones de vivienda “primitivas” asociadas al ámbito extraurbano: “¿Vive usted en un rancho?” —preguntaba el texto, ante la imagen de una china que emergía de una humareda en el interior de una vivienda rural— “¿No? ¿Por qué, entonces, emplea combustibles que solo son comprensibles y tolerables en viviendas primitivas?” (Fig. 31).⁹⁹

Esta combinación de una retórica del “progreso” y de las “facilidades” es quizás una de las razones que explicaría la progresiva aparición en estas publicidades de representaciones de mujeres burguesas en asociación con las nuevas tecnologías domésticas, que en los primeros años de la década del diez aparecen todavía más claramente vinculadas al servicio doméstico. Aunque esta vinculación no desaparecería por completo en ningún momento (continuaba, de hecho, décadas más tarde, como ha estudiado Inés Pérez),¹⁰⁰ la asociación cada vez más abierta de los hábitos de las mujeres burguesas con las tecnologías de limpieza de la casa y de

⁹⁷ *Aconcagua*, año 1, n° 4, abril de 1930. La publicidad ocupaba una página entera.

⁹⁸ Las cocinas a gas — afirmaba el artículo en la revista femenina *Femenil*— “resultan cómodas para casas pequeñas, para gente poco estable o muy ocupada o para cortas familias sin servicio, donde la señora corre con todos los quehaceres domésticos, pues tiene la ventaja de economizar tiempo, trabajo y tal vez personal”, “Cocinas económicas para el campo”, *Femenil*, año 2, n° 52, 6 de septiembre de 1926, p. 75.

⁹⁹ *Olympia*, año 3, n° 32, 16 de enero de 1929.

¹⁰⁰ La figura de la sirvienta en las publicidades seguiría siendo un connotador de estatus, razón por la cual su ausencia o presencia no es indicativa de las prácticas cambiantes en relación con la servidumbre. Sobre sus funciones en la sociedad de los años peronistas, Pérez, “De ‘sirvientas’ y eléctricos servidores...”, *op. cit.*

preparación de alimentos es sugestiva de cambios sociales de mayor envergadura.¹⁰¹ Porque al redefinir —hasta cierto punto— la feminidad burguesa (que recordemos era un concepto normativo, no una “naturaleza” de las mujeres de sectores medios y altos) adosándole nuevas prácticas domésticas, también reorganizaba las relaciones entre clases que separaban a las propias mujeres del período, y que hasta entonces se habían ubicado, visto desde cierto ángulo, a uno y otro lado del empleo doméstico.

Las nuevas tecnologías domésticas igualaban en cuanto mujeres —en un nivel representacional y discursivo, claro que no en el plano de las prácticas sociales— a todas las mujeres que hasta entonces habían aparecido en las revistas ilustradas como claramente diferenciadas por sus tareas en relación con el entorno doméstico, que aunque las reunía a todas, no las reunía del mismo modo. También hasta cierto punto, las nuevas tecnologías permitían imaginar la posibilidad de prescindir de los sirvientes, pero como de todos modos los artefactos debían ser operados por alguien, eso significaba que aquellas mujeres pertenecientes a los sectores medianamente acomodados que antes se habían definido como directoras, pero no ejecutoras, de gran parte de las actividades de una casa, se encontrasen cada vez más definidas por la ejecución de aquellas tareas que antes no realizaban, ya que lo que primaba en esas representaciones no era la idea de una degradación por tener que realizar esas tareas sino la idea de holgura que permitía consumir las nuevas tecnologías que hacían que las tareas fueran fáciles y hasta entretenidas (véase la mujer que enseña la funcionalidad de la aspiradora Lux a su amiga, que se muestra maravillada por las fascinantes posibilidades de limpieza del aparato, o la atracción que ejerce una heladera eléctrica abierta por su anfitriona en una reunión social, en una publicidad de General Electric)¹⁰² (Fig. 32 a y b).

Sin duda esas tareas se habían alivianado gracias a esas nuevas tecnologías, pero lo interesante es que, al alivianarse, en vez de dar lugar a *menos* representaciones de mujeres utilizando su tiempo en las tareas domésticas, incorporaran en cambio representaciones de cada vez *más* mujeres sometidas al estricto cronograma de tareas que implica llevar adelante una casa, en un movimiento que hacía de esta en términos discursivos el destino inescapable de todas las mujeres, justo en el momento en que las posibilidades de trabajar fuera del hogar se volvían cada vez más ciertas para muchas de ellas. Así, en vez de comunicar la economía de tiempo y

¹⁰¹ El crecimiento en las publicidades de alimentos y electrodomésticos se corresponde también, por ejemplo, con la ampliación del mercado interno para estos productos entre un siglo y el otro, más allá de las crisis en algunos períodos, que significaron bajas temporarias del consumo. Regalsky, “El proceso económico”, *op. cit.*

¹⁰² Respectivamente en las publicidades de Electrolux en *Plus Ultra*, año 9, n° 96, abril de 1924, y de heladeras General Electric, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928. Este cambio en la valoración de la actividad doméstica atañe especialmente a nuestro período. Liernur cita un testimonio de 1907 del doctor Zubiaur, en un artículo en *El Monitor de la Educación Común* que resume su obra sobre la educación femenina, donde se señala que aun entonces la cocina no era vista como un ámbito para las mujeres que se consideraban “señoritas”. “La clase media —continúa Liernur— se constituye con la transformación de este recinto en el corazón del hogar”, “Casas y jardines...”, *op. cit.*, p. 122.

espacio que hacía posible el uso de una plancha eléctrica en vez de una plancha a carbón, una publicidad informaba que “Para cada prenda hay una plancha especial que facilita el trabajo”, mientras en la parte superior una mujer vestida en atuendo de entrecasa sonreía mostrando un mantel en una mano y una enagua en la otra, junto a dos planchas distintas que, con su terminación niquelada y sus formas redondeadas, condensaban todas las nociones convencionales sobre el diseño y la eficiencia moderna (Fig. 33).¹⁰³ Tal como indicaba el aviso, el trabajo *se facilitaba* pero no desaparecía, sino que cambiaba de naturaleza y, como ha señalado Ruth Schwartz Cowan, imponía nuevos estándares y nuevas actividades que solo multiplicaban las responsabilidades domésticas.¹⁰⁴ Claro que esto no se percibía de ese modo, sino al contrario: un artículo en *Tit-Bits* decía, por ejemplo, que “El hombre ha realizado tantísimos inventos ingeniosos para simplificar el trabajo de casa que es de temer que haya transformado a la mujer, como ama de casa, en un ser algo perezoso”, y mencionaba, entre otros inventos, las cocinas económicas a gas, los batidores, picadoras y lavadoras de todo tipo, así como la producción de bienes industriales (ropa, comida) que confirmaban que “La flojedad de la mujer, como trabajadora de casa, es un hecho indiscutible”.¹⁰⁵

El hecho de que las tareas domésticas que se promocionaban en las revistas como facilitadas por las nuevas tecnologías aparecieran como idóneas para las mujeres burguesas no constituye, desde ya, un dato acerca del uso real de estas tecnologías en los hogares de clase media, donde su adopción ha de haber sido mucho más lenta de lo que sugieren las publicidades.¹⁰⁶ En cambio, lo que dejan entrever estas asociaciones es una redefinición representacional de la noción de feminidad desde el ángulo específico de la modernización, y, vinculada a esta redefinición, la identificación del lectorado femenino como un grupo muy atractivo para inculcar aspiraciones y hábitos de consumo, que se fomentaban como cada vez más ligados al entorno doméstico y como cada vez más estrictamente circunscriptos a los modos de vida burgueses, dentro de los cuales habían comenzado a ganar importancia valores como la

¹⁰³ Publicidad de Compañía Hispanoamericana de Electricidad, *Plus Ultra*, año 11, n° 124, agosto de 1926.

¹⁰⁴ Ruth Schwartz Cowan, *More Work for Mother. The Ironies of Household Technologies from the Open Hearth to the Microwave*, Nueva York, Basic Books, 1983, *passim*. Sobre estos nuevos estándares, ténganse por ejemplo en cuenta los requisitos de mantenimiento de las cocinas a querosén, que un artículo en *Femenil* presentaba como “una solución económica y práctica del problema de cocinar”: había que nivelarlas, quitarles el hollín luego de cocinar y antes de que se enfriaran, dedicar una vez por semana a limpiarlas en detalle, en especial el mechero; tener la mecha al ras; una vez por semana limpiar la camisa de asbesto; colar el querosén antes de usarlo, etc. En “Cocinas económicas para el campo”, *cit.*

¹⁰⁵ “La página de Tit-Bits para la mujer. ¿Es el hombre el que ha hecho perezosa a la mujer?”, *Tit-Bits*, año 2, n° 37, 19 de marzo de 1910, p. 16.

¹⁰⁶ Según Liernur, la alimentación domiciliar de gas no se impuso hasta los años treinta; la electricidad estaba extendida en los veinte pero era todavía una energía cara. “Casas y jardines...”, *op. cit.*, p. 119. Véase también su obra con Graciela Silvestri, *El umbral de la metrópolis. Transformaciones técnicas y cultura en la modernización de Buenos Aires (1870-1930)*, Buenos Aires, Sudamericana, 1993.

comodidad, la limpieza y cierta estética modernizante.¹⁰⁷ En efecto, si tenemos en cuenta que muchas de las revistas donde aparecían estas publicidades eran leídas por jóvenes de menos recursos económicos que aquellas representadas en las revistas, y que muchas de ellas eran probablemente trabajadoras extradomésticas, percibiremos que lo que sugieren estas publicidades es la promoción de la feminidad burguesa (nuevamente, un concepto normativo) como aspiración no solo de los sectores medios sino también de estos sectores de menos recursos, que a todas luces mantenían un tipo de relación con la modernización muy diferente del que planteaban los avisos sobre ventiladores y heladeras eléctricas que aparecían en las revistas.

En este sentido, al tiempo que las revistas se beneficiaban de las imágenes modernizantes¹⁰⁸ que proporcionaban los artículos sobre el cuidado de la casa y las publicidades de nuevas tecnologías domésticas, asociadas cada vez con mayor claridad a la feminidad burguesa moderna, las revistas también operaban una presión significativa sobre la definición de esa feminidad como moderna por sus consumos y los escenarios en los que se realizaban esos consumos, y contribuían a descartar otros escenarios —la fábrica, la ciudad, la oficina— como representativos de la relación entre mujeres y modernización. Aunque venía elaborándose desde antes, este complejo de ideas, asociaciones y representaciones acerca de la feminidad moderna como en esencia consumista y en gran medida doméstica terminó de cuajar en estos primeros años del siglo, en coincidencia con la expansión de la prensa gráfica y del público femenino, cuando paradójicamente aumentaba el número de mujeres que se integraban a la modernización como trabajadoras,¹⁰⁹ que incorporaban todo tipo de nuevas prácticas fuera del ámbito doméstico, que asumían roles novedosos en la esfera pública, o que, en la casa, se ocupaban de cada vez más tareas productivas antes que de consumo.

Las revistas ilustradas cumplieron un papel específico en esa consolidación de la representación de la feminidad moderna como definida más por el consumo que por la producción de bienes.¹¹⁰ Pero esa representación, si bien aparecía como novedosa y moderna —a

¹⁰⁷ Este modelo, que se venía gestando desde principios de siglo, adquiriría especial peso en los años treinta, ya como “moda”. Véase Anahí Ballent, “La ‘casa para todos’: grandeza y miseria de la vivienda masiva”, en Fernando Devoto y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, tomo 3, Buenos Aires, Taurus, 1999, pp. 19-47. Mirta Lobato también ha registrado la emergencia, en las revistas, de una representación de la “mujer moderna” como consumidora doméstica asociada a la tecnología, aun cuando la adopción de electrodomésticos fuese dispar y, tal como indica ella también, no se realizara a pleno hasta pasados los años treinta, *Historia de las trabajadoras en la Argentina*, *op. cit.*, pp. 105-106.

¹⁰⁸ En el mismo sentido en que Beatriz Sarlo identifica las noticias científico-técnicas de los diarios de los años veinte como generadoras de un “efecto de modernidad” sobre los lectores. “Divulgación...”, *op. cit.*

¹⁰⁹ Rocchi apunta que el Segundo censo nacional, de 1895, reveló que el veinte por ciento de la fuerza de trabajo industrial estaba compuesta por mujeres; en las fábricas de más de cien obreros, las mujeres representaban un tercio de la fuerza de trabajo (el porcentaje era menor en los talleres más pequeños). En actividades como la producción textil, el porcentaje relativo era mucho mayor. Para el Censo industrial de 1909, el número de trabajadoras en la industria había crecido más de cuatro veces. “Concentración de capital, concentración de mujeres. Industria y trabajo femenino en Buenos Aires, 1890-1930”, en F. Gil Lozano, V. S. Pita y M. G. Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 2, Buenos Aires, Taurus, 2000, pp. 223-243.

¹¹⁰ Schwartz Cowan, “Twentieth-Century changes in household technology”, *More Work...*, *op. cit.*, pp. 71-78.

lo que contribuía su visualidad—, a todas luces reproducía un ideal de feminidad que tenía una larga trayectoria.¹¹¹ Se basaba, como resultará ya claro, en los significados asociados a la noción de “naturaleza femenina” que hemos analizado en el primer capítulo, entre ellos la frivolidad y el capricho, y en la representación de esa naturaleza como reproductiva y no creativa.

Como ha señalado ya Ruth Schwartz Cowan para el caso norteamericano, la tecnología, en estos casos, funcionaba como una inyección de modernidad y se presentaba como transformadora de los hábitos femeninos, pero en realidad velaba el hecho de que, sobre la base de una noción de feminidad tradicional, había facilitado que el hogar adquiriese una fuerza gravitacional enorme en la definición de lo que constituían las tareas de las mujeres.¹¹² “Modernice su hogar” era el imperativo que se dirigía a las mujeres desde los textos y las ilustraciones de múltiples productos,¹¹³ reconociéndoles capacidad de decisión en cuanto a los consumos relacionados con la administración de la casa, pero también imponiéndoles un alto estándar, el de hacer que ese hogar estuviera, además de bien cuidado, al día. En el contexto más amplio de los cambios económicos y sociales de la Argentina del período, cuando más y más mujeres buscaban y encontraban oportunidades laborales fuera de la casa, la insistencia sobre las relaciones novedosas de las mujeres con las tecnologías de carácter doméstico reubicaban el epicentro de lo moderno en el hogar de tal manera que se desalentaba, al menos simbólicamente, la búsqueda de modos de participar de la contemporaneidad fuera de la casa, al tiempo que, en la práctica, se naturalizaba el carácter femenino de las responsabilidades domésticas, que se agregaban a las que se asumieran en cualquier otro ámbito extradoméstico, solo que estas últimas, en cambio, despertaban posiciones más encontradas.

Es destacable, en esta misma secuencia de reflexiones, que las tecnologías domésticas fueran casi el único conjunto de tecnologías modernas con las que se asoció a las representaciones de mujeres sin presentarlas como una contradicción; por el contrario, las representaciones de mujeres operando máquinas industriales, conduciendo aviones y automóviles, aunque no fueron en términos estrictos representadas de manera negativa, sí llevaron en general la connotación de una inadecuación o de algo fuera de lugar.¹¹⁴ Así, el

¹¹¹ Aunque la cultura del consumo es un fenómeno específicamente moderno, algunas de las ideas que lleva aparejado el consumo tal como fue construido en la prensa de esos años —las ideas de capricho, de frivolidad, de recambio innecesario— ya estaban presentes en la representación de la feminidad desde mucho antes. Véase De Grazia y Furlough (ed.), *The Sex of Things...*, *op. cit.*

¹¹² Schwartz Cowan, “The invention of housework: the early stages of industrialization”, *More Work...*, *op. cit.*, pp. 63-68.

¹¹³ El lema aparece repetido, por ejemplo, en una publicidad de la tabla de planchar de The Comfort Corporation of South America, *Aconcagua*, año 1, n° 4, abril de 1930, y nuevamente en la de los aparatos eléctricos de la Compañía Hispanoamericana de Electricidad, *Aconcagua*, año 1, n° 9, octubre de 1930.

¹¹⁴ La revista *Iris*, por ejemplo, reprodujo en varios números la foto de una aviadora europea que cruzó los Andes, pero en otro número, al informar sobre un vuelo realizado por la primera dama norteamericana, comentaba: “A ver si, de capricho en capricho, estas señoras llegan a realizar algo útil, después de desperdiciar su tiempo tan lamentablemente”. En “Una presidenta que vuela”, *Iris*, año 2, n° 63, 13 de mayo de 1921. También señalo que Victoria Ocampo recuerda en sus memorias cómo la insultaban cuando conducía su auto

efecto de modernidad que proyectaban las revistas ilustradas y sus publicidades de nuevas tecnologías domésticas funcionaba como un imán que redefinía dentro de marcos tradicionales las nuevas aspiraciones femeninas y como una forma de clausurar en términos simbólicos el tema de la integración real de las mujeres a las fuerzas de la modernización. La paradoja que se instalaba entre esas representaciones y las prácticas reales de algunas de las mujeres del período, que sin duda estaban transformando las experiencias cotidianas de la feminidad, fue una poderosa fuente de energía para redirigir la atención de las mujeres hacia temas tradicionalmente “femeninos” y, sin negarles el sabor de lo moderno, renaturalizar lo doméstico como el valor supremo de la feminidad que no había que descuidar.

Las revistas son, con todo, artefactos discursivamente complejos, y así como lograron articular esta sofisticada representación de la feminidad doméstica como moderna, en connivencia concreta con el capital y con las ideologías más tradicionales acerca del trabajo, así también habilitaron que aparecieran en escena, dentro de representaciones en apariencia tradicionales, articulaciones novedosas de esa feminidad doméstico-tradicional. Tomemos por ejemplo una de las tantas publicidades de electrodomésticos a que nos referíamos antes, donde se representa a una mujer semidesnuda, envuelta en una amplia bata de motivos abstractos, al borde de una bañera cuya agua se calienta, según informa el aviso, gracias a la energía eficiente de un calefón eléctrico. Debajo de la figura, un texto escrito en capitales bien visibles exhorta a las lectoras: “Mejore el confort de su hogar: instale un calefón eléctrico” (Fig. 34).¹¹⁵

El texto funciona sobre el supuesto (tradicional) de que son las mujeres las encargadas de asegurar la comodidad del ámbito doméstico, para ellas mismas y para sus integrantes. Pero la ilustración no hace referencia más que al confort de una mujer moderna. La melena, la bata amplia y refinada, las elegantes chalinas que ha dejado a un costado, las proporciones, la postura sofisticadamente torsionada, que recuerda las de una bailarina moderna, y sobre todo la desnudez (que, aun al remedar la iconografía clásica de una *toilette* —lo que valida, vía la tradición, el motivo—, no tiene otro propósito que la exhibición de una carne y unas formas perfectas y deseables), todas estas características hacen de la figura una mujer moderna. Una mujer moderna que se representa como *la única* beneficiaria de la nueva tecnología doméstica de calentamiento de agua para el baño. La actitud afectada de la figura sugiere la disponibilidad de tiempo para darse un baño caliente y agradable; su cuerpo expuesto, sin mella, sugiere que no ha sido sometido a los trajines desgastantes de la casa. La figura es al

por la calle: escribir, dice, “Era escandaloso, tanto como manejar un auto por las calles de Buenos Aires. Por esto último recibí una copiosa lluvia de insultos. Y lo que me gritaban los transeúntes cuando me veían pasar sentada en el auto, con el volante en la mano, lo pensaban otros cuando leían mis artículos”. En *Autobiografía III. La rama de Salzburgo*, Buenos Aires, Sur, 1988 [1981], p. 105. Esta vinculación de la tecnología a lo masculino ha sido estudiada para el caso norteamericano, donde la ingeniería cobró una importancia capital en la primera mitad del siglo XX, por Ruth Oldenziel, *Making Technology Masculine. Men, Women and Modern Machines in America, 1870-1945*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 1999.

¹¹⁵ Aviso de Compañía Hispanoamericana de Electricidad, *Aconcagua*, año 1, n° 8, agosto de 1930.

mismo tiempo quien tiene la posibilidad de proveer al confort de su hogar —mediante el consumo— y la destinataria de ese confort, que ella consume antes que nadie. Lo que es más: la actitud de la figura impide imaginarla integrada a una familia numerosa, sometida a las presiones de los tiempos familiares; impide de hecho asociarla a la palabra “hogar”. ¿Qué hogar? Esta es una mujer que triunfa sobre las necesidades domésticas, y lo hace para sí misma. La palabra “hogar” persevera en el texto, al igual que la incitación al consumo, pero esta publicidad, a diferencia de otras, imagina una experiencia de la feminidad doméstica que no se realiza en el bienestar de los otros sino en el bienestar individual, avanzando una idea por cierto heterodoxa —comparada con la heredada desde el siglo XIX— acerca de la función de las mujeres dentro de la casa, y convoca una adhesión instantánea a los beneficios del progreso.

Las revistas ilustradas dejaron entrever cada tanto estas formas de reimaginar los mandatos tradicionales bajo el manto, sin embargo, de la feminidad tradicional. Así como las publicidades de electrodomésticos reprocesaron la noción convencional de domesticidad dando también lugar, en ese proceso, a representaciones nuevas acerca de las mujeres y su relación con el hogar —que por otro lado se vinculaban con las nuevas formaciones familiares y el incremento en el número de personas que vivían solas—, así también aparecieron reconfiguraciones de sentido en torno de mandatos tradicionales como la belleza, el matrimonio o la maternidad.

La representación de la joven coqueta que extiende su mano hacia un pretendiente y se pregunta, en una viñeta de *Fray Mocho* de 1920,¹¹⁶ si el hombre buscará su amor o su voto, instala el tema contemporáneo de la posibilidad de decidir sobre el propio patrimonio (entre otras cuestiones) en el corazón mismo de la institución tradicional que niega a las mujeres esa decisión —el casamiento—, aunque sin renunciar a ella;¹¹⁷ la representación de la “mujer moderna” que hamaca con el pie el moisés de su hijo mientras teje una media, lee, fuma y escucha la radio con auriculares, en otra viñeta en *El Hogar*, permite reimaginar una experiencia de la maternidad que no se pliega —por más satirizada que esté en la viñeta— al modelo de la devoción completa de la madre por su hijo y la renuncia a toda otra ocupación, aun actuando el mandato de la maternidad.¹¹⁸ Y del mismo modo, las numerosísimas representaciones de

¹¹⁶ “Para las dueñas de casa”, *Fray Mocho*, año 9, n° 424, 8 de junio de 1920.

¹¹⁷ Hasta la modificación del Código Civil en 1926, las mujeres casadas no podían administrar su patrimonio ni disponer libremente de los bienes ganados por el ejercicio de una profesión (para la que se requería, hasta entonces, autorización del marido). Aunque estas disposiciones se modificaron luego de la reforma de 1926, no se derogó el artículo que declaraba incapaces de hecho a las mujeres casadas, ni el que las definía como sujetas a la representación legal del marido, ya que, como indica Verónica Giordano, “la ley no estuvo inspirada por ideas de absoluta equiparación” y fue un “compromiso entre unas posturas más conservadoras y otras más reformistas”. *Ciudadanas incapaces. La construcción de los derechos civiles de las mujeres en Argentina, Brasil, Chile y Uruguay en el siglo XX*, Buenos Aires, Teseo, 2012, pp. 152 y 153.

¹¹⁸ “El eterno estribillo. He aquí una visión de la vida dura y absorbente de la mujer moderna”, decía el texto de la viñeta, tomada de *Punch*, que comparaba situaciones del pasado, del presente y del futuro (esta viñeta se atribuía al presente). “A través de la caricatura”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928, p. 54.

mujeres performativizando el ritual de la belleza, del deber de embellecerse que hemos analizado desde otro ángulo en el primer capítulo, son, como ha señalado Liz Conor, tanto una forma de someterse a la antiquísima idea de que lo que vale en las mujeres es su belleza como, *al mismo tiempo*, el despertar de una conciencia respecto de la capacidad de decidir sobre el propio cuerpo y la propia apariencia, es decir, el despertar de una forma moderna de utilizar la belleza, y las modernas tecnologías de belleza, para nuevos fines.¹¹⁹

En todas estas representaciones, lo viejo y lo nuevo aparecen entremezclados, en interacción constante, y sirven a distintos discursos que también convocan posiciones en cada caso diferentes respecto de las transformaciones acarreadas por la modernización, la reestructuración de las relaciones laborales, la modificación de las estructuras familiares, etc. Lejos de adherir a una sola actitud hacia el progreso, y hacia la participación de las mujeres en los cambios, las revistas que acogen estas representaciones ponen en escena distintas maneras de entenderlos, y en consecuencia hacen posible pensar alternativas a los mandatos más tradicionales, aun cuando estos ganan, también, una visibilidad específica y en muchos casos renovada gracias al despliegue gráfico novedoso de las revistas ilustradas. No se trata, entonces, de representaciones “buenas” o “malas” según su contenido temporal, sino de representaciones que preparan la inteligibilidad de los cambios a través de múltiples recursos gráficos, estilísticos, discursivos cuya interacción particular conforma sentidos complejos acerca del paso del tiempo.

Con todo, la relación de las revistas con el tiempo no se limitó a una alianza específica con la modernización traducida en nuevas formas de producción, una nueva visualidad, nuevos estilos gráficos, una nueva materialidad y el tratamiento de nuevos temas. Mary Ann Doane ha señalado, siguiendo a Andreas Huyssen, que los medios de comunicación han sido centrales para definir las formas de experimentar las estructuras de temporalidad de nuestra cultura: “En el cambio de siglo —dice Doane— el tiempo se volvió palpable de un modo diferente; un modo específico de la modernidad e íntimamente aliado a las nuevas tecnologías de representación”.¹²⁰ Según esta perspectiva, las revistas fueron también dispositivos de regulación, estandarización y reconceptualización del tiempo y de la forma en que había de ser usado en el contexto de la Argentina moderna. En la segunda parte de este capítulo, por eso mismo, me detendré en los discursos visuales y textuales desplegados por las representaciones de mujeres en los que se tematizan los usos del tiempo, y en especial los usos que las mujeres hacen del tiempo, así como el modo en que transcurre “el tiempo de las mujeres”.

¹¹⁹ Conor, *The Spectacular Modern Woman*, *op. cit.*

¹²⁰ Doane, “The representability of time”, *The Emergence of Cinematic Time*, Cambridge y Londres, Harvard University Press, 2002.

2. El tiempo de las mujeres: productividad, trabajo y ocio

Basta hojear algunas revistas del período que estudiamos para comprender que la aceleración del tiempo era una preocupación concreta de la sociedad argentina de las primeras décadas del siglo XX. El crecimiento de la población, la industrialización incipiente, las transformaciones en el mundo del trabajo, el desarrollo de un mercado cada vez más diversificado de bienes de consumo, la ampliación de las ciudades, la modificación en los modos de transportarse dentro del territorio, entre muchos otros cambios estructurales de enorme impacto en la experiencia de la vida cotidiana impusieron el tema de la aceleración de los cambios como tópico de debate en las páginas de los diarios y revistas.¹²¹ No es de ningún modo casual que la sociedad argentina de nuestro período se encontrara obsesionada con el tiempo: después de todo, la productividad creciente a la que empujaban todos esos cambios instalaba la necesidad de ocupar las horas del día de maneras cada vez más definidas y más eficientes, es decir, hacía del tiempo una nueva forma de regulación de las relaciones sociales que contrastaba con formas anteriores, más vinculadas a los ciclos naturales que a las horas fijadas por el reloj y las leyes.¹²²

Como se ha comentado abundantemente en la literatura sobre el fenómeno de la modernidad,¹²³ la fijación de los tiempos de trabajo en los ámbitos laborales, el establecimiento de períodos de ocio, la regularización de las edades de inicio y finalización de los estudios, la regulación de los ciclos lectivos y productivos, la definición de los horarios de funcionamiento de las dependencias públicas y los servicios como el transporte, la regulación de los horarios de actividades sociales y los horarios de vida familiar, etc., fueron todas reglas de convivencia nuevas a través de las cuales el paso del tiempo se volvió consciente y se convirtió en una guía a la que había que atar las actividades diarias para que todo funcionara —es decir, avanzara— correctamente.

Parte de estas definiciones conllevaron asimismo una diferenciación más estricta entre actividades propias de las mujeres y actividades propias de los hombres, como ha sido también observado por la literatura acerca del advenimiento de los modos de vida burgueses y acerca de cómo se articularon con ellos nuevas formas de comprender la división del género humano entre hombres y mujeres.¹²⁴ Entre los discursos sociales que colaboraron en la circulación y la consolidación de estas ideas se cuentan por supuesto las revistas ilustradas. Gracias a su

¹²¹ Véase Szir, *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas...*, *op. cit.*; también Sylvia Saïta, *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2013 [1998]; Paula Bontempo, *Editorial Atlántida. Un continente de publicaciones, 1918-1936*, tesis de doctorado, Universidad de San Andrés, 2012.

¹²² E.P. Thompson, “Time, work discipline, and industrial capitalism”, *Customs in Common*, Londres y Nueva York, Penguin, 1993 [1991], pp. 352-403.

¹²³ Entre otros, Michel Foucault, *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2002 [1975].

¹²⁴ Nancy Armstrong, “El alza de la mujer doméstica”, *Deseo y ficción doméstica. Una historia política de la novela*, Madrid, Cátedra, 1991 [1987], pp. 79-120.

expansión entre el siglo XIX y el XX, en efecto, la prensa fue una poderosa máquina de inculcación de nuevos hábitos en relación con el uso del tiempo; en palabras de Margaret Beetham, “El desarrollo histórico del periódico como parte de la expansión capitalista (...) estuvo atado al desarrollo de nuevas maneras de organizar el trabajo y el entretenimiento bajo la presión de la industrialización”, y las revistas, por su estructura específica, seriada y variada al mismo tiempo, contribuyeron a vincular el placer y el entretenimiento individual a las demandas de la sociedad industrial.¹²⁵ Lo hicieron, más aún, diferenciando las posibilidades de uso del tiempo, en relación con esa demanda, según el género de sus lectores.

Aunque a excepción quizás de algunas revistas femeninas y masculinas es inviable plantear que existieron materiales de lectura exclusivamente para hombres o para mujeres, sí resulta innegable que, más allá de la existencia de contenidos dirigidos a cualquier tipo de lector, las revistas se fueron diversificando internamente y elaboraron secciones —y convocaron anunciantes de productos— que anticipaban (es decir, creaban) los intereses de lectores hombres o mujeres, niños o adultos. Las apropiaciones de esos materiales han de haber variado, sin duda, mucho. Pero analizados desde el punto de vista discursivo, esos materiales son fuentes interesantes para observar las estrategias de construcción de públicos diferenciados según edad y género y para, ya entrando de nuevo en nuestro tema, examinar el modo como se les ofrecieron a esos públicos distintas formas de comprensión del tiempo.

¿Cómo pasan su tiempo hombres y mujeres, según las representaciones que ofrecen las revistas ilustradas? Y si esas formas de pasar el tiempo son diferentes: ¿cómo se valora ese tiempo que pasan los hombres haciendo sus tareas y el tiempo que las mujeres dedican a las suyas? Si bien es necesario enfatizar que las revistas no desplegaron un discurso unificado acerca de estos temas, sí articularon a través de tópicos reiterados una y otra vez posiciones cada vez más convencionales sobre las diferencias sustanciales entre el empleo del tiempo por hombres y por mujeres. Las innumerables viñetas que tematizan, por ejemplo, conflictos domésticos entre una esposa que aguarda a su marido en el hogar, y un marido que sale hacia la oficina o regresa de ella; las de hombres que esperan que sus esposas terminen de vestirse y arreglarse, o de limpiar la casa, mientras ellos leen el diario; las incontables historias de folletín en las que las mujeres ensayan diversas maneras de usar el “tiempo libre” mientras los hombres trabajan; las publicidades protagonizadas por profesionales hombres estresados por sus ocupaciones, y mujeres que van de compras, cocinan o cuidan a sus bebés; las secciones de manualidades que sugieren que las “artes femeninas” son formas de ocupar las horas que agradan a los maridos,¹²⁶ entre otras, fueron en total mucho más numerosas que las

¹²⁵ Beetham, *A Magazine of her Own?...*, *op. cit.*, p. 13.

¹²⁶ *Femenil* enseña por ejemplo a sus lectoras cómo realizar y disponer en la mesa diseños de mantelería moderna a los que presenta como una forma de complacer al marido, ya que “no podrá encontrar el dueño de casa nada más atractivo, y que lo distraiga más de los múltiples contratiempos con que se habrá

representaciones de mujeres trabajadoras o profesionales, e inversamente, que las de hombres dedicados a las tareas de la casa, de padres atendiendo a sus hijos, etcétera. Pero más allá del aspecto cuantitativo, o del efecto de legitimidad que los datos cuantitativos podrían otorgar a unas prácticas en vez de otras, lo que trataré de examinar a continuación es qué cualidades se otorgaron a los diferentes usos del tiempo masculino y femenino: ¿en qué consisten esos tiempos? ¿cómo se miden y experimentan? ¿cuándo comienzan y cuándo terminan?

2.1 *Tiempo vital y tiempo productivo*

Si en las revistas ilustradas los hombres aparecen por lo general usando el tiempo productivamente, con una proyección a futuro y a partir de objetivos definidos, las mujeres, en cambio, aparecen como fluyendo en un tiempo laxo que se estructura sobre la base de una acumulación de actividades reiteradas un día detrás de otro y cuyo propósito pareciera detenerse en la mediana edad, superada la crianza de los hijos. A excepción de las representaciones de trabajadoras extradomésticas, de las que me ocuparé más adelante, el tiempo de las mujeres se representa como un tiempo recursivo, atado a los ciclos vitales, tiranizado por las exigencias de esos ciclos y, por ello, como un tiempo de naturaleza diferente al tiempo proyectado hacia adelante de los hombres.¹²⁷ De allí que el tiempo que se representa como masculino pueda llenarse de actividades cada día diferentes que se conceptualizan como productivas, es decir, como la creación de contenidos “objetivos”, mientras que la representación del tiempo femenino tiende a insistir sobre la reproducción y la reiteración, sobre la organización del tiempo a partir de ritmos de orden vital más que sobre la creación de contenidos para ese tiempo. En palabras de un artículo en *La Mujer y la Casa*: “En la clase media acomodada, el hombre desempeña generalmente una función social que le impone horas de labor, citas, negocios, necesidades diarias de oficinas y diligencias... La mujer, por el contrario, como se queda en su casa, es dueña absoluta de su tiempo. Tiene tantos deberes y obligaciones pero únicamente se los dicta la conciencia. Tiene más independencia y más holgura. Desgraciadamente el uso que hace de esta libertad raras veces es satisfactorio”.¹²⁸ La distinción es clara: las mujeres, en la representación más característica que ofrecen las revistas ilustradas, pasan el tiempo; los hombres lo llenan.

encontrado en sus negocios o en sus ocupaciones cotidianas”. “La mantelería de color”, *Femenil*, año 2, n° 50, 23 de agosto de 1926, p. 71.

¹²⁷ Julia Kristeva señaló, en un artículo de 1979, que el tiempo lineal, el tiempo de la historia, de los proyectos, relacionado con la racionalidad dominante del estado nación, se ha concebido como masculino, mientras que el tiempo femenino se vincula con la repetición, la eternidad, una dependencia del ritmo biológico. Esa representación, que analizo en este apartado, es la que está presente ya en las representaciones de principios del siglo XX. “Women’s time” [1979], en Toril Moi (ed.), *The Kristeva Reader*, Nueva York, Columbia University Press, 1986, pp. 188-213, en especial pp. 191-197.

¹²⁸ M. P., “El espíritu de la mujer”, *La Mujer y la Casa*, año 5, n° 53, febrero de 1924, p. 9.

“Pasar el tiempo” es, por supuesto, una valoración negativa respecto de su uso productivo. Pero, como también sugiere la cita, pasar el tiempo no significa hacer nada a medida que transcurre. Por el contrario, las cada vez más especializadas secciones dedicadas a lectoras mujeres que publicaron las revistas ilustradas de nuestro período demuestran que lo que hacían las mujeres mientras pasaban el tiempo había comenzado a ser una preocupación concreta de la sociedad argentina en vías de modernización. Las referencias a la rutina diaria de mantenimiento de la casa y la familia; la estructuración de la vida femenina en “temporadas” o atendiendo a “días especiales”; la atención a la edad reproductiva y otras consideraciones por el estilo aparecieron en aquellas secciones como formas de entender, regular y valorar el modo en que las mujeres pasaban el tiempo. Solo en apariencia escindidas de las exigencias productivas del tiempo del trabajo en el contexto de la industrialización, esas consideraciones implicaban otra exigencia, la de organizar las horas y los días de acuerdo a ciclos conceptualizados en este caso como “naturales”: la necesidad de alimentarse, asearse y descansar (y procurar eso mismo a la familia), o la de vestirse de acuerdo a la estación del año, o la de amamantar a un hijo y ocuparse de su bienestar, o la de cuidar la integridad del cuerpo ante los achaques de la vejez o del ciclo menstrual, etcétera.

Sin embargo, el énfasis en la naturalidad de esos procesos —la argumentación de su necesidad en relación con la supervivencia— velaba la creciente injerencia de la modernización, entendida como un proceso de industrialización que tenía consecuencias directas en la experiencia, en la vida cotidiana y sobre aquellos procesos representados como naturales. En efecto, como consecuencia de la modernización, alimentar a la familia, asearse, descansar, vestirse, amamantar y cuidar a un hijo o prevenir el envejecimiento o los retrasos en el período, entre otras de las actividades que aparecían representadas como “femeninas”, se estaban convirtiendo en asuntos crecientemente mediados por las imposiciones de la industrialización. Esas actividades “naturales” podían realizarse, entre otras maneras, mediante el consumo de alimentos procesados, la obtención de acceso a instalaciones sanitarias o a comodidades habitacionales, la adquisición de ropa para diferentes ocasiones, climas y geografías, la sustitución de la leche materna por los preparados para bebés, la compra de juguetes para niños, la aplicación de productos farmacéuticos contra los dolores o las arrugas, etc. Precisamente en el período que estudiamos, todas estas preocupaciones “femeninas”, estas formas que las mujeres tenían de “pasar el tiempo”, se estaban instalando como oportunidades de consumo de productos industriales, de transformación de las rutinas domésticas y de los vínculos familiares, y de adecuación a las exigencias productivas de la vida moderna, aun cuando no se las presentara discursivamente como tales.

Estas formas de “pasar el tiempo”, entonces, si bien no se representaban como algo equivalente a las actividades eficientes y productivas de los hombres, sí concitaron cada vez

más patentemente la atención de los anunciantes y publicistas que intervenían en la producción de las revistas ilustradas. En consecuencia, en especial en las secciones dedicadas específicamente a mujeres, pero también en las publicidades, los folletines y las viñetas, se originaron definiciones cada vez más precisas de los diferentes modos en que hombres y mujeres usaban el tiempo, lo que a su vez contribuyó a definir sus diferencias *tout court*. Este proceso de segmentación y diferenciación, desde un punto de vista amplio, posicionaba a hombres y mujeres en sitios distintos aunque en los dos casos vinculados a la modernización. Sin embargo, en el caso de las mujeres este vínculo con las transformaciones económicas y sociales quedaba opacado por la insistencia discursiva sobre el carácter natural de las actividades femeninas que caracterizaban el uso que las mujeres hacían del tiempo, aun cuando este uso, como veremos, también tendió a organizarse de acuerdo a las presiones productivas de la modernización.

De modo que en las revistas ilustradas el uso que las mujeres hacen del tiempo aparece representado paradójicamente, a la vez, como regido por tareas vitales y modelado por criterios de eficiencia. El tiempo de las mujeres se representa como un tiempo cíclico, experiencial, organizado a partir de las necesidades de la vida propia y de la familia, y al mismo tiempo, implícitamente, como lineal, dirigido, medido y sincronizado con las necesidades del capitalismo.¹²⁹ Las revistas dejan entrever así, en forma tácita, aunque muy pocas veces lleguen a verbalizarlo, que la distinción entre ocio y trabajo puede ser aplicada también al uso que las mujeres hacen del tiempo. Solo que, aunque gran parte de su uso del tiempo aparece representado como ocioso, en realidad es un tiempo de trabajo sometido a las presiones de eficiencia de todo trabajo pero que, por no estar conceptualizado de ese modo, no goza de las pausas ni de los parámetros temporales del trabajo asalariado (y en consecuencia, mucho menos es valorado ni retribuido como tal).¹³⁰

Esa duplicidad es la que hace posible que la revista *La Mujer y la Casa* pueda afirmar en un artículo que, en el caso de la mujer frívola, “Su vida tiene dos partes; las diversiones más o menos frecuentes que la distraen de sí misma, y los intervalos entre esas diversiones, en que se aburre”,¹³¹ un diagnóstico que contradice a todas luces otra nota en la misma revista donde se enumeran las tareas que corresponden al cuidado de la cocina, del que según se dice depende “gran parte del bienestar, y hasta de la salud que se goza en una familia”, y que cito *in extenso*:

¹²⁹ Thompson, “Time, work discipline...”, *Customs in Common, op. cit.*, pp. 380-381. A modo de ejemplo considérese la reflexión en *Femenil* en un artículo sobre tareas domésticas donde se afirma que “El trabajo de la casa no deberá hacer el papel de tirano. Si bien para que sea eficiente habrá que formar un plan de acción, este plan debe beneficiar a la mujer que lo hace y no dominarla. Con los nuevos útiles y artículos automáticos, se economiza increíblemente la tarea de la limpieza. No podrá, pues, invertir mejor el dinero una dueña de casa, que comprando los nuevos implementos que existen en el comercio (...)”, en “Elementos útiles para la dueña de casa”, año 2, n° 40, 14 de junio de 1926.

¹³⁰ Marcela Nari, *Políticas de maternidad y maternalismo político*, Buenos Aires, Biblos, 2004, p. 75.

¹³¹ M. P., “El espíritu de la mujer”, *La Mujer y la Casa, art. cit.*

Lo primero que debe hacerse por la mañana es atender al fuego, después de lo cual se preparará el desayuno o el almuerzo (...).

Una vez terminado los utensilios y platos usados deben lavarse, secarse y colocarse en su correspondiente lugar, sin pérdida de tiempo. Si se usare estufa y hornillo portátil de hierro, debe estregarse con betún para estufas.

Las esteras, los pedazos de alfombra o el encerado que hubiera se sacudirán, y el suelo habrá de barrerse. Se quitará el polvo a los muebles así como a los objetos de hojalatas o cobre que estuvieren colgados en las paredes. Los paños o rodillas [sic] para lavar los platos deberán lavarse con jabón y agua caliente todos los días, y hervirse muy bien dos veces a la semana (...). No debe dejarse que un paño o utensilio permanezca sucio, sino que se raspará y lavará tan pronto como sea posible, poniendo en orden todas las cosas de la cocina antes de empezar otro trabajo. Después de la última comida del día, todo se guardará en su lugar, perfectamente limpio; las mesas se limpiarán también (...).

Aunque la limpieza de los utensilios y trastos de cocina es una obligación diaria, debe además tenerse presente que la cocina misma se ha de limpiar por completo cada día, así como todo lo que en ella se encuentre, sin olvidar las alacenas.

El trabajo se facilita haciendo cierta parte cada día; por ejemplo, el lugar donde se guardan todas las cacerolas y las mismas cacerolas, se limpia los lunes; la alacena o despensa, los martes; el lugar destinado para la loza, los miércoles (...) y así sucesivamente. El trabajo debe fijarse de una manera metódica, y llevarse a cabo de la manera más sencilla compatible con la perfección de la limpieza.¹³²

Como demuestra de forma elocuente la contradicción entre las formas de pasar el tiempo que la misma revista propone como “femeninas”, la representación del uso que las mujeres hacen del tiempo es paradójica porque insiste en concebir el “tiempo de las mujeres” como desconectado del tiempo productivo mientras, por otro lado y en forma simultánea, conecta esas tareas en apariencia ociosas a nociones como el ahorro, la maximización de los recursos, el incremento de resultados dentro de una misma unidad de tiempo, la organización estricta de acuerdo a un cronograma de trabajo, etcétera.¹³³

Esta presión ya está presente en los comienzos de nuestro período. En 1912, por ejemplo, en uno entre muchos artículos de *Mundo Argentino*, en la sección “El hogar y la mujer”, se señala que “antes del almuerzo”, “Fácilmente se puede todas las mañanas destinar una hora a la organización interior de la casa. Admitiendo, por ejemplo, que se reciba los ‘viernes’, se tendrá cuidado en la mañana del ‘jueves’ de disponer las flores en los canastillos (...). El ‘viernes’ se reservará para limpiar los bibelots frágiles (...). El ‘sábado’ se podrá hacer la limpieza de todos los objetos de tocador (...). El ‘lunes’ hay que ver si está completa la vajilla (...). El ‘martes’, caso que la víspera hayan traído la ropa blanca, habrá que repasar la cuenta (...). Por último, el ‘miércoles’ se arreglarán los armarios de ropa blanca (...)”.¹³⁴ Una década

¹³² V., “Nuestro home”, *La Mujer y la Casa*, año 5, n° 49, octubre de 1923, p. 9.

¹³³ Thompson apunta, precisamente, que los usos modernos del tiempo, en sociedades capitalistas, no están solo condicionados por cambios tecnológicos sino que consisten en la medición del tiempo como medio de explotación. “Time, work discipline...”, *op. cit.*

¹³⁴ “El hogar y la casa”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 53, 10 de enero de 1912.

más tarde, la revista *Para Ti*¹³⁵ afirma en su sección “Para la dueña de casa” que “Hay un modo fácil de ahorrar preocupaciones y facilitar la tarea” de preparar la comida (una responsabilidad que aparece “dos veces al día, trescientos sesenta y cinco días en el año”): “Consiste en hacer una especie de calendario y colgarlo en la cocina. Se puede preparar con un poco de tiempo y paciencia cuatro semanas de menú; seguir las todo el mes, y luego volver a empezar”.¹³⁶

La idea de facilidad insiste en estos consejos que apuntan a volver cada vez más eficiente ese conjunto de tareas a las que no se admite como trabajo sino como formas de pasar el tiempo aun cuando, en la práctica, se reconozca que insumen gran parte de las energías de las mujeres. En un raro raptó de sinceridad, *Femenil* señala por ejemplo que en un matrimonio “el marido, por más moderno que sea, espera lo que esperaban los maridos antiguos, que al casarse, la presencia de una mujer en el hogar implica una organización completa de él, unas comidas encantadoras, seleccionando aquellas que más le agradan, que su ropa estará siempre compuesta (...). Es decir que todo esto le caerá del cielo como maná, sin otro esfuerzo (...). Es muy común que un hombre espere encontrar en su compañera una perfecta ama de casa, que lleve a cabo toda la labor del hogar en común, como si no tuviera nada más que hacer”.¹³⁷

En efecto, la presión de encontrar el tiempo de pensar y de aprender a cocinar alimentos para toda una familia, día tras día, así como la de tener la casa limpia, ordenada y agradable, la ropa lavada y planchada, se sugiere también tácitamente en la mera existencia de todas las secciones de recetas que publican las revistas de todo tipo, en las que se explican menús larguísimos, de cinco o seis platos por comida;¹³⁸ en las notas que comentan los precios de ferias y mercados o informan trucos para identificar los alimentos más frescos y rendidores;¹³⁹ en las secciones de labores, en las de decoración¹⁴⁰ y, en general, en todos los artículos dedicados al gobierno de la casa.¹⁴¹ Todas estas actividades que se representan como “femeninas” pero a la vez como incidentes laterales en la organización del día de las mujeres aparecen cada vez más

¹³⁵ La insistencia de *Para Ti* en la regulación eficiente de las tareas domésticas, como afirma Paula Bontempo, “no era original y se asentaba en la ideología de la mujer doméstica. Pero la divulgación de estas ideas en un lenguaje sintético y sencillo junto con la disposición del material en una publicación comercial con diseño dinámico revestía a estas nociones de novedad y actualidad”. *Editorial Atlántida...*, *op. cit.*, p. 310.

¹³⁶ “Para la dueña de casa”, *Para Ti*, año 3, n° 114, 15 de julio de 1924, p. 44.

¹³⁷ “Conversaciones prácticas”, *Femenil*, año 2, n° 52, 6 de septiembre de 1926.

¹³⁸ Por ejemplo, “Para las dueñas de casa”, *Fray Mocho*, año 9, n° 424, 8 de junio de 1920; “Para la dueña de casa. ¿Qué comeremos hoy?”, *Para Ti*, año 2, n° 114, 15 de julio de 1924, p. 44; “Nuestra cocina”, *Femenil*, año 2, n° 49, 16 de agosto de 1926, entre muchos otros.

¹³⁹ Por ejemplo, “Para la dueña de casa. Feria y mercado. Comparando precios”, *Para Ti*, año 2, n° 112, martes 1 de julio de 1924, p. 44.

¹⁴⁰ Entre muchísimos otros, “La mujer en el hogar”, *El Hogar*, año 7, n° 145, 15 de febrero de 1910; “Trabajos artísticos para la mujer”, *Femenil*, año 2, n° 54, 20 de septiembre de 1926.

¹⁴¹ Señalemos además que estas secciones de las publicaciones periódicas se complementaban con los manuales y las lecciones de economía doméstica que proporcionaba la escuela y que formaban parte, en general, de la educación femenina, lo que consolidaba la responsabilidad de las mujeres en el gobierno de la casa. Véase Lobato, *Historia de las trabajadoras...*, *op. cit.*, pp. 108-109. Liernur ha analizado los presupuestos de estos manuales en “El nido de la tempestad...”, *op. cit.*

sometidas a la planificación y transparentan la paradoja estructural que sostiene la noción de que las mujeres, libradas a su “naturaleza”, no hacen más que perder el tiempo.

Más aún, todas estas actividades cíclicas y repetitivas que se representan como fundamento de la vida familiar, es decir, dirigidas a la supervivencia y el bienestar de los demás, contradicen las ideas de individualismo y frivolidad que permean tantas de las representaciones de mujeres que circularon en los años que estudiamos. La maternidad aparece aquí, como era de esperar, como eje en torno del cual ha de organizarse la vida femenina y como demostración de la capacidad de las mujeres para trascender sus impulsos egoístas y modificar su uso del tiempo en pos de “su majestad el bebé”,¹⁴² una insistencia en las capacidades maternas que ha de vincularse al descenso de las tasas de natalidad y fecundidad asociado no pocas veces a aquellos impulsos:¹⁴³ “Entre tanta frivolidad, entre tanto egoísmo, entre tanto aturdimiento como caracterizan al siglo actual, hay que poner en el otro platillo de la balanza el amor al niño, la preocupación por cuanto con el niño se relaciona”,¹⁴⁴ dice por ejemplo un artículo en *Aconcagua* en el que, entre ilustraciones que representan a niños felices, aparece una madre que arropa devotamente a su bebé.

De modo que el tiempo de las mujeres que representan las revistas es también un tiempo de los otros, la expresión negativa del tiempo individual, un tiempo que pertenece por definición a los demás: “Mamá —ilustra el comentario del narrador de un artículo en primera persona titulado “La madre y el niño” que publica en varios números sucesivos *Para Ti*—: cuando estás sentada delante de la ventana, coses y piensas (...). Piensas en la camisa que estás cosiendo, en un chaleco, en un pantalón y en la sopa de la tarde. Piensas: ‘A las cinco tendré que cortar el pan para la sopa’ (...). Pero sobre todo piensas en mí (...). Y cuando piensas en mí, mamá, tu vida es una cosa necesaria”.¹⁴⁵

Esta devoción de las mujeres a su entorno —y en especial a los hijos— plantea además otras cuestiones. De una parte, impone una reflexión acerca de los términos temporales que pautan la vida femenina. ¿Dónde comienza y dónde termina? Si la maternidad es su núcleo, por fuerza la niñez y la vejez (o la mediana edad) aparecen como momentos vitales menos significativos, mientras que la juventud y los primeros años de adultez se destacan como el período durante el cual, parafraseando el título de una película muy posterior pero que gira en torno del problema del deseo de ser madre, “una mujer es una mujer”.¹⁴⁶ De modo inverso, la mediana edad se representa ya en esos años, como sería señalado más tarde por el pensamiento feminista, como un momento en que feminidad y representación entran en crisis: “La mediana

¹⁴² Es el título de un artículo de Lilian Blount en *Para Ti*, año 8, n° 379, 13 de agosto de 1929.

¹⁴³ Marcela Nari, *Políticas de maternidad y maternalismo político*, op. cit., pp. 25-27.

¹⁴⁴ “El amor al niño. Lo que es hoy y lo que fue en otras épocas”, *Aconcagua*, año 1, n° 10, noviembre de 1930, p. 49.

¹⁴⁵ Charles-Louis Philippe, “La madre y el niño”, *Para Ti*, año 1, n° 31, 12 de diciembre de 1922, p. 10.

¹⁴⁶ Me refiero al largometraje de Jean-Luc Godard, *Une femme est une femme* (1961).

edad marca la ocasión de la pérdida de esa imagen asumida, el ya no ser objeto del deseo masculino, de estar fuera de sincronía con cómo una se ve, de la alienación de nuestra imagen”.¹⁴⁷

En efecto, la representación de la mujer mayor, y la representación misma del envejecimiento femenino, es una representación desencontrada con la de feminidad, incompatible con sus presupuestos, y por eso siempre al borde de lo irrisorio, lo antinatural o lo horripilante/obsceno. Véase si no el horror estupefacto en los ojos de la joven de una portada de *Iris* que encuentra su primera cana ante el espejo y visualiza como emergiendo de este a una anciana de nariz verrugosa y desdentada que la mira acechante.¹⁴⁸ Aquí la boca abierta, la mirada torva y sombría y la cabeza ondulada de la joven citan libremente la *Cabeza de Medusa* de Caravaggio, imagen emblemática si las hay de la parálisis del tiempo,¹⁴⁹ que pareciera, según sugiere la ilustración, preferible a sus estragos, aun a riesgo de convertirse en monstruo mítico (Fig. 35). Pero además de horripilante, el envejecimiento también se conceptualiza como antinatural y superfluo: una publicidad de Dorothy Gray sostiene, por ejemplo, que la garganta marchita, la papada caída y la pata de gallo, “indicio de que la juventud se acaba, son ocasionadas por el descuido, que tenerlas es innecesario y que borrarlas es fácil”,¹⁵⁰ una opinión que también suscribe el título de un artículo en *El Hogar* que afirma que “La mujer moderna rejuvenece a voluntad”.¹⁵¹

“La mujer” de las revistas ilustradas, entonces, no solo es joven, y por eso moderna, sino que no envejece.¹⁵² El tiempo de las mujeres, que según hemos visto es un tiempo vital, reproductivo y no individual, finalmente es, también, un tiempo que no avanza y en el que el borramiento generacional es algo deseable. O eso sugiere una publicidad de Crema Activa en *Elegancias* donde se representa a dos mujeres jóvenes y muy similares en fisonomía que un hombre se prepara a presentar a otro. “Aquí están mi mujer y mi suegra... Voy a presentárselas”, dice uno de los hombres, y el otro responde: “¿Hablas de esas dos jóvenes...? ¿Cuál de las dos es la madre?”.¹⁵³ Aquí, madre e hija convocan por igual la mirada masculina *porque* el envejecimiento no ha sucedido, es decir, porque el avance del tiempo ha quedado en suspenso (la ilustración del aviso está ahí para probarlo), y eso, lejos de suscitar la sorpresa

¹⁴⁷ Tomo la cita de Griselda Pollock, “La década del setenta en la revista *Screen*”, *Visión y diferencia*, *op. cit.*, p. 326, que retoma un argumento de Jo Anna Isaak en “Women: the ruin of representation”, *Afterimage*, vol. 12, n° 9, 1985, p. 5.

¹⁴⁸ Portada de *Iris*, año 2, n° 83, 7 de octubre de 1921.

¹⁴⁹ Véase Louis Marin, *Destruir la pintura*, Buenos Aires, Fiordo, 2015 [1977]. Marin señala además que la efigie de Medusa se utilizó como *apotropaion*, es decir como una suerte de amuleto para alejar el mal, en este caso la vejez, representada por la anciana.

¹⁵⁰ Aviso de Dorothy Gray, *Plus Ultra*, año 15, n° 170, junio de 1930.

¹⁵¹ *El Hogar*, año 24, n° 991, 12 de octubre de 1921, p. 12.

¹⁵² “(...) hoy la mujer de treinta años ya no existe. Si realmente tiene treinta, confiesa tan sólo veinte y ocho; si confiesa treinta años, tiene lo menos treinta y cuatro. Además, siempre demuestra veinte y cinco [sic]”, se afirma en un artículo en *Olympia*, de Augusto Lenzoni, “¿Cuál es la verdadera juventud de la mujer?”, año 3, n° 36, 20 de marzo de 1929, p. 12.

¹⁵³ Publicidad de Crème Activa, *Elegancias*, año 3, n° 40, febrero de 1914.

genera aprobación (Fig. 36). Inversamente, cuando las revistas tematizan la diferencia generacional entre madres e hijas, por lo general en tono cómico, las madres aparecen siempre como el objeto que provoca risa en contraposición a la hija que es objeto, en cambio, de admiración. El texto que acompaña una viñeta de *Páginas de Columba* en la que una madre petisa y narigona (el tipo físico de la anciana risible) observa a través de sus lentes, de reojo y con gesto severo, a su hija alta, esbelta y elegante, señala por ejemplo que “La chica que va siempre con la autora de sus días corre con hándicap el gran premio del matrimonio. No en todos los casos, ¡claro! sino en aquellos, bastante frecuentes por cierto, en que la mamá es un descrédito viviente para la hermosura de la chica. ¿Quién se le atreve si parece ir diciendo por la calle: ‘Cuando tenga veinte o veinticinco años más, seré como mi mamá?’” (Fig. 37).¹⁵⁴

Para decirlo de otro modo, los signos del avance del tiempo sobre el cuerpo femenino desdibujan su carácter femenino y destacan, por oposición, que el concepto de feminidad que proponen las revistas ilustradas tiene límites temporales precisos. Estos límites, que vale además señalar se configuran en el entresiglo,¹⁵⁵ son los que de ahí en adelante operan en la promoción de la joven moderna como epítome de la feminidad, que se representa como un presente continuo aunque tiranizado, como indicábamos arriba, por el temor al atraso y la necesidad de anticiparse al futuro, es decir, un presente en el que siempre se está en falta. La falta, sin embargo, es también la característica de los cuerpos femeninos que se representan por fuera de los límites temporales de la feminidad, que revela así, una vez más, todas sus contradicciones.

Dadas estas condiciones, es lógico que abunden en las páginas de las revistas ilustradas los consejos y las publicidades de productos para evitar distintas manifestaciones de vejez: las canas, las arrugas, la gordura, los dolores corporales y los trastornos de la “edad crítica”, el eufemismo predilecto para referir a la menopausia. Ya que si bien, como señaláramos en el primer capítulo, la debilidad del cuerpo es una de las características que se asocian a la feminidad, las coordenadas temporales de esta no habilitan que el decaimiento del cuerpo pueda ser pensado como un proceso natural asociado al transcurso del tiempo sino, en cambio, como un trastorno que es preciso enmendar.

“¿Por qué las mujeres envejecen más pronto que los hombres?”, pregunta por ejemplo una publicidad de Hierro Nuxado en *Fray Mocho*. La explicación es científica y el mal tiene solución: “Si usted observa a una mujer que parece más joven que un hombre de su misma edad, encontrará usted la excepción de la gran mayoría en quienes la anemia (pobreza de hierro

¹⁵⁴ “Apuntes de primavera”, *Páginas de Columba*, año 1, n° 15, 28 de noviembre de 1923. Véase también, por ejemplo, una viñeta de contenido similar en *Mundo Argentino*, año 2, n° 53, 10 de enero de 1912.

¹⁵⁵ Victoria Ocampo, al referirse a las costumbres de principios de siglo, comenta a propósito de la prevalencia que tenían las generaciones mayores sobre la suya que “no era lícito ser joven”. Esa es la percepción que pienso se invirtió en estos años, instalándose en cambio la idea de que la juventud era un valor en sí mismo. *El imperio insular*, Buenos Aires, Sur, 1980, p. 71.

en la sangre) ha marcado su huella y minado gradualmente su salud, su vigor y lozanía, a las que toda mujer tiene derecho por mucho tiempo”, explica el aviso, que elige interpretar el envejecimiento como desorden de la salud.¹⁵⁶ La idea se refuerza en las ilustraciones que acompañan el texto (Fig. 38), y que comparan la degradación del cuerpo femenino en relación con el masculino a los veinte, treinta y cuarenta años, cuando se produce, según la representación, el mayor desfase entre hombres y mujeres: junto al hombre buenmozo y sonriente que mira hacia el espectador aparece una anciana de expresión entristecida que en nada se parece a la joven sonriente de veinte años, y que ya a los treinta se muestra preocupada por su apariencia. La abundancia de consejos y publicidades de productos contra el envejecimiento, entonces, debe entenderse no solo en serie con los discursos acerca del perfeccionamiento de la “naturaleza femenina” que analizamos en el primer capítulo sino también como un mecanismo discursivo que permite seguir concibiendo esa naturaleza como ajena a la degradación que impone el paso del tiempo a todas las criaturas vivientes.

En otro orden, detrás del privilegio de la juventud y la edad fértil como momentos cardinales de la vida femenina se alinean otra serie de supuestos a propósito de la productividad de las mujeres en términos sociales. La maternidad es sin duda el momento en que esta productividad se realiza a pleno, y esto a su vez impone, por un lado, que se someta también al imperativo de eficiencia que hemos visto gobernaba las tareas domésticas.¹⁵⁷ En efecto, el concepto de maternidad del período que estudiamos se configura ya en los discursos y las representaciones como una maternidad moderna y rigurosa en su utilización del tiempo, una tendencia que solo iría en aumento con el correr de las décadas y que se vincula a la creciente integración de la maternidad con otras tareas, en particular el trabajo extradoméstico. Pero, por otro lado, si la maternidad es el momento de máxima productividad de las mujeres —o así se la representa al menos en las revistas ilustradas, que se hacen eco de otros discursos como el médico—, si dar a luz y criar hijos son las actividades en que las mujeres gastan su máximo potencial social, cualquier otro tipo de actividad o trabajo aparecen como compitiendo con el tiempo fértil, que tal como hemos visto tiende a ser representado como el único tiempo productivo femenino pero, a la vez, no es ni puede ser concebido como un tiempo de trabajo. Este es, de hecho, uno de los matices conceptuales que vician los debates a propósito de la conveniencia del trabajo femenino, ya doméstico u extradoméstico y que, como veremos en la próxima sección, complicaron desde un punto de vista estrictamente temporal la aceptación social de la inserción femenina en el mundo del trabajo.

¹⁵⁶ Aviso de Mendel & Cía., *Fray Mocho*, año 9, n° 417, 20 de abril de 1920.

¹⁵⁷ Este es el período, muy bien estudiado por Marcela Nari, en que se “maternalizó” a las mujeres, un proceso en el que intervinieron instituciones estatales, disciplinas como la medicina, corrientes de pensamiento como el higienismo y que actuaron solidariamente para crear el “instinto” maternal, frente al descenso de la natalidad. Sobre esta base se ampliaron posteriormente las exigencias de índole técnica y científica sobre las madres. Nari, *op. cit.*, pp. 71-77, 101-150, 200-207.

2.2 ¿Cuándo trabajan las mujeres? Particularidades del concepto de trabajo y de la jornada laboral femeninos

La literatura sobre la inserción de la población femenina en el mercado de trabajo se ha engrosado en los últimos años, luego de décadas de indiferencia de los investigadores a las particularidades del trabajo femenino y a los debates que acompañaron aquella inserción, masificada a fines del siglo XIX. Los trabajos de Mirta Lobato, inaugurales en más de un sentido a este respecto,¹⁵⁸ analizan exhaustivamente las dificultades para medir con precisión la evolución histórica del trabajo hecho por mujeres e instalan una pregunta sugestiva: ¿qué se entiende exactamente por “trabajo femenino”?

Si los censos y las estadísticas permiten medir hasta cierto punto la participación de mujeres en las distintas industrias, la diferenciación entre trabajo asalariado y trabajo no remunerado que por necesidad debe hacerse al hablar de trabajo femenino pone en suspenso, también hasta cierto punto, las conclusiones que pueden extraerse de esas mediciones. En efecto, los primeros abordajes de este tema señalaron, formulando la hipótesis conocida como “de la curva en U”, que la alta participación de mujeres en distintas actividades registrada en el censo de 1869 (58,8%), es decir en una fase temprana de desarrollo, disminuyó a lo largo de las décadas, y en especial en los años de establecimiento de industrias más grandes en el país, para ascender recién en una fase posterior, hacia los años setenta.¹⁵⁹ Con la ayuda de otras estadísticas y la recuperación de testimonios y fuentes primarias menos frecuentadas como memorias, fotografías y escritos de viajeros, Lobato matiza el impacto de esta hipótesis y sugiere que “las cifras representan otras que no se ven y que sin embargo no son menos reales y verídicas”.¹⁶⁰ Alude así a la existencia de otras múltiples formas de trabajo, no registradas en las estadísticas por motivos conceptuales, que deben ser tenidas en cuenta a la hora de pensar las particularidades del trabajo femenino.¹⁶¹

¹⁵⁸ “Mujeres obreras, protesta y acción gremial en la Argentina: los casos de la industria frigorífica y textil en Berisso”, en Dora Barrancos (comp.), *Historia y género*, Buenos Aires, CEAL, 1993, pp. 65-95; “Women workers in the ‘Cathedrals of Corned Beef. Structure and Subjectivity in the Argentine meatpacking industry”, en John D. French y Daniel James (ed.), *The Gendered World of Latin American Women-Workers. From Household and Factory to the Union Hall and Ballot Box*, Durham y Londres, Duke University Press, 1997, pp. 53-71; “Entre la protección y la exclusión: discurso maternal y protección de la mujer obrera. Argentina, 1890-1934”, en Juan Suriano (comp.), *La cuestión social en Argentina 1870-1943*, Buenos Aires, La Colmena, 2000, pp. 245-275; “Lenguaje laboral y de género en el trabajo industrial. Primera mitad del siglo XX”, en F. Gil Lozano, V. S. Pita, M. G. Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 2, *op. cit.*, pp. 94-115; *Historia de las trabajadoras en la Argentina...*, *op. cit.*, entre otros. En la década del setenta establecieron un valioso precedente, como se ha mencionado en la introducción, las investigaciones de Catalina Wainerman y Zulma Recchini de Lattes, “Empleo femenino y desarrollo económico: algunas evidencias”, *Cuadernos del CENEP*, n° 6, Buenos Aires, 1979 [1977] y *El trabajo femenino en el banquillo de los acusados. La medición censal en América Latina*, México D.F., The Population Council/Terra Nova, 1981.

¹⁵⁹ Véase Wainerman y Recchini de Lattes, “Empleo femenino...”, *op. cit.*, p. 314.

¹⁶⁰ Lobato, *Historia de las trabajadoras...*, *op. cit.*, p. 39.

¹⁶¹ Además de las analizadas a continuación, por ejemplo la concentración en pocos ramos de actividad y la brecha salarial, producto de la diferente calificación del trabajo femenino y la dificultad para acceder a puestos de mayor jerarquía. “Entre la protección y la exclusión...”, *op. cit.*, p. 246.

En efecto, los escenarios de este trabajo no eran solo el taller o la fábrica, el campo o el ingenio, la tienda, la oficina o la calle, sino también la casa, donde se realizaban tareas remuneradas, en el caso de las trabajadoras a domicilio, y no remuneradas: las tareas cotidianas de mantenimiento del hogar, que a veces incluso se mezclaban con las remuneradas cuando coincidían con servicios que podían prestarse a terceros (como lavar la ropa o arreglarla, por ejemplo) y que colaboraban en el presupuesto familiar.¹⁶² El escenario de trabajo no definía, por esto mismo, si se trataba de trabajo o no, pero sí implica la consideración de diferentes aspectos relativos a las condiciones en que se desarrollaban las tareas y a los tiempos y los horarios que esas tareas demandaban e imponían a las mujeres encargadas de realizarlas.

Mientras que el trabajo fabril estaba muy regulado por los turnos, los horarios y períodos de licencia fijados por la jornada laboral legal,¹⁶³ el trabajo en casa no terminaba virtualmente nunca y, como comenta Lobato refiriéndose a la vida en los conventillos, aunque el diagnóstico podría extenderse a cualquier casa, “era realmente febril”.¹⁶⁴ Sin embargo, aun cuando se presentaron informes (del Departamento Nacional del Trabajo, de distintos inspectores, de los legisladores socialistas) sobre las condiciones preocupantes en que se realizaba el trabajo a domicilio, y se denunciaron los abusos a que eran sometidas las mujeres en esta situación, equivalentes pero no iguales a los que sufrían las obreras, y se debatieron las consecuencias desafortunadas que el trabajo en condiciones insalubres tenía sobre el cuerpo femenino, concebido como amenazado en sus tareas procreativas,¹⁶⁵ las exigencias del trabajo doméstico no remunerado no recibieron exactamente los mismos rechazos ni la misma atención.

Debemos interpretar esta diferencia como consecuencia de una concepción del trabajo doméstico como naturalmente femenino, una noción tradicional que, como hemos visto más

¹⁶² Lobato, *Historia de las trabajadoras...*, *op. cit.*, pp. 102-103. La idea de que el salario femenino solo complementaba el salario ganado por el padre de familia también contribuyó a velar la importancia económica de aquel. Véase Nari, *Políticas de maternidad...*, p. 89.

¹⁶³ Sobre todo a partir de 1907, con la sanción de la ley 5.291 de protección de las obreras y los menores de edad, que menciono algo más adelante. En ese momento se estableció la jornada de ocho horas para todos los menores de edad. Esta se extendió a las mujeres mayores en 1924, y a todos los trabajadores en 1929.

¹⁶⁴ *Historia de las trabajadoras...*, *op. cit.*, p. 105.

¹⁶⁵ Lobato cita y analiza las conclusiones de muchos de estos informes, como el de Juan Biale Massé, Gabriela Laperrière de Coni, Carolina Muzilli, en *Historia de las trabajadoras...*, *op. cit.*, pp. 81-98, pp. 223-225. Algunos de estos informes abarcaron inspecciones tanto de fábricas y talleres como de los trabajadores a domicilio, otros tuvieron específicamente como objeto este último tipo de trabajo, como el emprendido por el Departamento Nacional del Trabajo en 1913, a partir de la presentación del proyecto de ley sobre el trabajo a domicilio por Enrique del Valle Iberlucea. Tal como señala Nari, estas inspecciones fueron muy debatidas, con el argumento de que se violaba la privacidad de los hogares obreros, y se consideró que el Estado debía intervenir solo en casos muy graves de falta de higiene. Esta y otras disposiciones, que desalentaban el control efectivo de la aplicación de la ley que se sancionó como resultado del proyecto (ley 10.505 de 1918), contribuyeron a naturalizar la idea de que el trabajo a domicilio, menos intervenido por el Estado, se vinculaba en algún punto con el trabajo doméstico, aun cuando en algunos casos llegó a entenderse que también competía con esas tareas (y, de hecho, no comprendía el servicio doméstico). Nari, *Políticas de maternidad...*, *op. cit.*, pp. 164-167. Véase también Lobato, *Historia de las trabajadoras...*, *op. cit.*, pp. 232-237.

arriba, recibió nuevo impulso en el cambio de siglo.¹⁶⁶ Porque si en muchos discursos se sostuvo que “la misión de la mujer es el hogar y no el taller”,¹⁶⁷ en palabras del informe de Juan Bialek Massé que tuvieron muchos precedentes y sucedáneos, las propias tareas del hogar no se percibieron en esos mismos discursos como particularmente nocivas sino, por el contrario, como coextensivas a la “naturaleza femenina”. Se deduce de este diagnóstico que para muchos comentaristas sociales el principal problema del trabajo femenino asalariado no era, a pesar de que así se lo condenara, que sometía a las mujeres a tareas que arruinaban su salud, sino que competía en dedicación y tiempo con las tareas concebidas como femeninas: el cuidado de los hijos en primer lugar, pero también de la casa.¹⁶⁸

Las anarquistas de *La Voz de la Mujer*, a fines del siglo XIX, ya habían denunciado esta tensión (“¡falsos anarquistas! que comprendáis una vez por todas que nuestra misión no se reduce a criar vuestros hijos y lavaros la roña (...). Para vosotros, ¿qué es una mujer fea o bonita, joven o vieja? ¿una sierva, una fregona!”),¹⁶⁹ y las feministas de principios del XX en general eran conscientes de este desequilibrio y, a juzgar por una de las propagandas con las que la Unión Feminista Nacional abogaba en 1919 por la modificación del Código Civil, también identificaban como trabajo por lo menos a algunas tareas del hogar. En esa propaganda, que apareció en la revista feminista *Nuestra Causa* y también en *Caras y Caretas*, y que tenía la estructura de una viñeta, se contraponía por ejemplo un marido alcohólico a una mujer que planchaba: “¡Qué absurdo —decía el texto—. Este haragán alcohólico es según la ley administrador del hogar. Mientras su esposa que con su trabajo lo mantiene no puede legalmente disponer de lo que gana”.¹⁷⁰ La palabra “trabajo” aparecía subrayada y, aunque se sobreentendía que se trataba de una planchadora para terceros, el hecho de que se destacara gráficamente que planchar era un trabajo basta para inferir que se reconocía la dimensión productiva de esa tarea doméstica (Fig. 39).

La prensa de interés general también reprodujo, de tanto en tanto, otras viñetas humorísticas en que la alta exigencia de las tareas de la casa se tematizaba invirtiendo los roles y

¹⁶⁶ Nari ha señalado que la concepción de las aptitudes domésticas femeninas como innatas, en vez de producto de años de socialización, fue también el obstáculo para considerarlas una calificación laboral que pudiese ser reconocida en el salario, justamente en el momento en que la participación de mujeres en la fuerza de trabajo se hacía mayor. Fue una idea, por ello, con efectos dobles. *Políticas de maternidad...*, *op. cit.*, p. 82.

¹⁶⁷ Bialek Massé, *Informe sobre el estado de las clases obreras argentinas*, tomo 2, La Plata, Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires, 2010 [1904], sección 5, p. 147. Sobre este informe véase también el análisis de Lobato en “Entre la protección y la exclusión...”, *op. cit.*, pp. 261-264.

¹⁶⁸ Lobato, “Lenguaje laboral...”, *op. cit.*, pp. 103-104. La autora cita por ejemplo un artículo de *La Protesta* (22 de marzo de 1919) en el que se reconoce tácitamente que el cuidado del hogar compete con el trabajo asalariado, de donde se concluye que las mujeres no deben trabajar. Es un buen ejemplo de la extensa circulación de esta idea, aun entre los voceros de las ideas anarquistas. Por supuesto, el trabajo femenino asalariado implicaba otras “amenazas”: una participación de las mujeres en lo público, su politización. Véase Nari, *Políticas de maternidad...*, *op. cit.*, p. 85.

¹⁶⁹ *La Voz de la Mujer*, año 1, n° 2, 31 de enero de 1896, p. 1, reproducido en la edición facsimilar de la Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, 1997.

¹⁷⁰ *Nuestra Causa*, año 1, n° 8, 10 de diciembre de 1919.

representando a los maridos atareadísimos lavando ropa, planchando sábanas o picando carne. “¡Qué gil a cuadros fui al pedir el sábado inglés! —decía el texto de una de esas viñetas, donde se veía a un hombre fregar exhausto ante el control de su mujer— ¡Pensar que estaría en el taller ahora!” (Fig. 40).¹⁷¹ La fábrica aparecía aquí como escenario de tareas más livianas que las domésticas, pero la clave del chiste no era tanto esta constatación como la sugerencia, irrisoria, de que un hombre se encontrara obligado a lavar la ropa de su familia ante la jefatura femenina. Una idea sin duda descabellada, si tenemos en cuenta que hasta el día de hoy casi la totalidad de las publicidades de jabones para la ropa y lavarropas están dirigidos a mujeres. Efectivamente, aunque ese tipo de viñetas —y algunas publicidades, que recogían el tema de la debilidad del cuerpo femenino—¹⁷² reconocían que las tareas de la casa involucran una buena dosis de desgaste físico y dedicación de tiempo,¹⁷³ la mayor parte de los discursos que circulaban en las revistas revelan que la naturalización de la idea de que las mujeres pertenecían al hogar impedía, hasta cierto punto, concebir las tareas domésticas también como trabajo y, por lo tanto, como una forma de usar —y no pasar— el tiempo.

Por qué motivo la exigencia física que imponía el cuidado de la casa no fue considerada desaconsejable para la gran mayoría de las mujeres a quienes, por otro lado, se declaraba querer proteger de todas las amenazas del trabajo asalariado es una de las contradicciones más flagrantes de la historia del trabajo femenino. Lo cierto es que, aunque es verdad que muchos de los informes de inspectores se refieren a la explotación doméstica de las mujeres obreras (Bialet Massé las llama la “bestia de carga” de la familia), su responsabilidad en el cuidado de la casa aparece siempre como inevitable, verdaderamente como coextensiva a su naturaleza maternal. De donde se explica, en parte, que no se hallara contradicción entre el desgaste físico producido por el mantenimiento de la casa y la salud requerida para criar hijos fuertes, mientras que, por el contrario, la fábrica, el taller, la tienda de comercio o el trabajo a domicilio fueron denunciados una y otra vez como escenarios de un deterioro físico incompatible con la crianza de los hijos.

Es importante enfatizar esta contradicción porque, como ha estudiado en profundidad Mirta Lobato, la protección de la madre fue uno de los pilares sobre los que se construyó la

¹⁷¹ *Fray Mocho*, año 9, n° 412, 16 de marzo de 1920.

¹⁷² Véase por ejemplo la publicidad del tónico Kola Cardinette que, en una tipografía afín a la estética de las primeras películas de terror, declaraba que las “tareas sobrecargadas originan crisis nerviosas”. El texto se cernía sobre una ilustración que representaba a una mujer rendida ante una mesa, con la cabeza apoyada sobre el brazo. La bajada decía: “La mujer, sobre todo la que trabaja, en cualquier esfera, física o mental; la mujer de casa o de la oficina, es la que está más expuesta a esas crisis, debido a su constitución orgánica”. En *El Hogar*, año 25, n° 997, 23 de noviembre de 1928.

¹⁷³ *Femenil*, por ejemplo, publicaba en todos sus números notas sobre el cuidado de la casa que admitían que eran tareas físicamente demandantes, aunque esto se presentaba como una ventaja: “Todo el secreto para llevar a cabo la tarea de la limpieza del hogar, consiste en hacerlo de forma armoniosa y rítmica (...). El beneficio que reporta el trabajo hecho en esta forma, no se limita solamente al estado físico de la persona, sino al mental y al nervioso. Esto ha sido muchas veces probado”. La nota iba ilustrada por fotografías de una mujer con vestido de entrecasa en distintas posiciones exigidas. “Para que la limpieza sea menos fatigosa”, *Femenil*, año 2, n° 32, 7 de junio de 1926, pp. 82-83.

legislación del trabajo femenino, cuyas particularidades respecto de la legislación laboral general tuvieron como efecto, en ocasiones, la limitación de las posibilidades laborales de las mujeres.¹⁷⁴ El tiempo fértil se convirtió, en este sentido, en objeto de análisis, preocupación y argumento de control,¹⁷⁵ y por otro lado se instaló la idea de que era preferible vivirlo en el hogar que fuera de él, aun cuando, paradójicamente, las tareas del hogar pusieran esa fertilidad en riesgo de manera equivalente. Más aún, las referencias a la pérdida de juventud y de belleza que son ubicuas en los debates y los discursos a propósito del trabajo extradoméstico —recordemos los analizados en el primer capítulo— se enlazan con la operatividad social de ese concepto de feminidad con límites temporales precisos al que nos referíamos antes, que privilegia la edad fértil por sobre otras edades,¹⁷⁶ y que inversamente desvincula el cuerpo femenino deteriorado —por la edad, pero también por la explotación laboral— del signo “mujer”.

Por otro lado, como afirma Lobato, “Al constituirse y afianzarse la función reproductora de las mujeres, las obreras fabriles tenían que compaginar su relación con la producción (horarios, tareas, jerarquías) con esas nociones”.¹⁷⁷ Y esto significaba que la jornada laboral de las mujeres —remunerada o no— tuviera especificidades respecto de la jornada laboral masculina, lo que trajo en consecuencia también una diferente consideración de las licencias y los períodos de descanso. Para dar respuesta a estas consideraciones novedosas en el contexto de la industrialización incipiente que había impulsado la incorporación de mujeres a la fuerza de trabajo, en 1907 se sancionó la ley 5.291 de protección de las obreras y los menores de edad, un proyecto que había impulsado Alfredo Palacios sobre la base de los informes de inspección de Gabriela Laperrière de Coni a principios de siglo.¹⁷⁸ Entre otras disposiciones vinculadas a las condiciones de trabajo, la ley establecía un marco temporal para el desarrollo de la actividad fabril femenina: la jornada de ocho horas (aunque esto se sancionó únicamente para los menores), el descanso dominical, la prohibición del trabajo nocturno, la posibilidad de amamantar a los hijos quince minutos cada dos horas sin que ese período se contara como

¹⁷⁴ Lobato, “Lenguaje laboral...”, *op. cit.*, p. 102 y ss. Véase también “Entre la protección y la exclusión...”, *op. cit.*, pp. 246 y ss.; Nari, *Políticas de maternidad...*, *op. cit.*, pp. 156-157.

¹⁷⁵ Lobato reproduce un fragmento de un artículo de *La Protesta* en que el periódico se lamenta: “(...) ¿qué puede engendrar una prostituta, una fabriquera, una empleadilla? (...) Cinco mesinos, medusas, espumarejos, futuros cosacos...”, 27 de marzo de 1919, citado en “Lenguaje laboral...”, *op. cit.*, p. 103. Este tipo de artículos sostienen la calificación que han hecho Catalina Wainerman y Marysa Navarro de la legislación laboral como eugenésica, en “El trabajo de la mujer en la Argentina: un análisis preliminar de las ideas dominantes en la primera mitad del siglo XX”, *Cuadernos del CENEP*, n° 7, 1979, p. 21. Es necesario ponerla además en el contexto de “denatalización” de las primeras décadas del siglo XX. Ver Nari, “Las prácticas anticonceptivas, la disminución de la natalidad y el debate médico”, en Mirta Z. Lobato (ed.), *Política, médicos y enfermedades. Lecturas de historia de la salud en la Argentina*, Buenos Aires, Biblos/UNMDP, 1996, pp. 153-189.

¹⁷⁶ Nari menciona la presencia de esta idea en los informes estatales, en *Políticas de maternidad...*, *op. cit.*, p. 87.

¹⁷⁷ Lobato, “Lenguaje laboral...”, *op. cit.*, p. 99.

¹⁷⁸ Previamente, en 1904, como analiza Lobato, se había presentado ante el Poder Ejecutivo el proyecto del Código de Trabajo, que finalmente no prosperó. Véase *Historia de las trabajadoras...*, *op. cit.*, pp. 225-226. Sobre el proyecto original, el debate parlamentario que motivó las transformaciones del proyecto, y los debates posteriores en el momento de la reglamentación de la ley (en 1908, modificada en 1913), véase también Nari, *Políticas de maternidad...*, *op. cit.*, pp. 158-167.

descanso, el descanso de dos horas a mediodía para quienes cumplieran turnos mañana y tarde y la licencia pre y postparto, aunque sin la obligatoriedad del goce de sueldo.¹⁷⁹

Esta última conquista llegó recién casi treinta años más tarde, en 1934; sin ella hasta entonces la licencia solo significaba que el empleador debía reservar el puesto de la obrera luego del parto por un máximo de treinta días, sin que fuera obligatorio que esta cumpliera ese período antes de volver a trabajar. Es notable que el debate previo a la sanción de la ley se detuviera un momento en este matiz, que algunos legisladores como el propio Palacios consideraban que afectaba la naturaleza de la ley porque, en vez de prohibir la supuesta causa de la mortalidad y la desnutrición infantil —el trabajo de las madres antes y después del parto—, dejaba abierta la posibilidad a las obreras de retomar su trabajo si la necesidad de un sueldo se los imponía.¹⁸⁰

Es decir que, como trasluce el debate, la principal preocupación de los legisladores no era compatibilizar maternidad y trabajo asegurando a las obreras su salario aun en período pre y postparto sino proteger a las futuras generaciones¹⁸¹ y, llegado el caso, forzar la permanencia de las mujeres junto a los hijos en el hogar, desalentando su reinserción en la fábrica. Sin embargo, la imposibilidad de asegurar el salario a las madres de licencia, en un contexto de expansión rápida de la oferta y la demanda de trabajo, y de las presiones de los industriales (que son mencionadas en el propio debate), determinó que la ley de 1907 se redactara dejando abierta esa posibilidad de reinsertarse antes de cumplida la licencia, aun cuando hasta 1924 no estuvo regulada por ley la obligatoriedad de que existieran guarderías en los lugares de trabajo, lo que también es signo de la dificultad para concebir como complementarias las tareas maternas y laborales y para dar una respuesta integral a las dificultades de las mujeres con hijos para dedicar tantas horas del día a trabajar por un salario. La deficiencia en la existencia de guarderías, así como la protección de las obreras embarazadas ante el despido, se subsanaron con la ley 11.317 de aquel año (1924), que derogó la de 1907.¹⁸²

El tema de la regulación de las licencias, la jornada y los descansos es significativa en nuestro análisis porque transparenta con claridad los presupuestos sobre el tiempo de las mujeres que circulaban en la Argentina del período, y que la prensa contribuyó a consolidar. Las trabajadoras extradomésticas, en la representación que aparece en el debate parlamentario, pero también en la prensa y en las propias palabras de las obreras tal como fueron recogidas por

¹⁷⁹ “Ley 5.291 reglamentando el trabajo de las mujeres y los niños”, *Boletín oficial de la República Argentina*, año 15, n° 4177, 17 de octubre de 1907.

¹⁸⁰ Lobato, “Lenguaje laboral...”, *op. cit.*, pp. 110-111. Cámara de Diputados, *Diario de sesiones del Congreso Nacional*, 17ª reunión, 8ª sesión ordinaria, 12 de julio de 1907, pp. 438 y ss.

¹⁸¹ Nari, *Políticas de maternidad...*, *op. cit.*, pp. 85-86, 151-152.

¹⁸² La ley 11.317 de 1924, además de sancionar la obligatoriedad de la existencia de salas cuna, sancionó la prohibición del trabajo femenino durante las seis semanas anteriores al parto, y redujo la jornada laboral para las mujeres mayores de dieciocho años a ocho horas (algo que no había sido incluido en el proyecto de 1907) y la de los menores a seis horas. Nari, *Políticas de maternidad...*, *op. cit.*, pp. 216-217.

la prensa en algunas ocasiones,¹⁸³ debían hacer encajar su tiempo de trabajo en el marco pautado por otras actividades que aparecían como prioritarias, que no involucraban a los hombres y que, en consecuencia, determinaban para ellas una identidad como trabajadoras diferente a la de sus colegas del sexo opuesto, lo que a su vez significaba, potencialmente, distintas condiciones de partida a la hora de encontrar trabajo fuera de la casa, distintos conflictos laborales y distinta disponibilidad de tiempo de las mujeres para hacerse oír.¹⁸⁴ Un argumento de carácter temporal teñía, así, la experiencia del trabajo femenino fuera del hogar, pero a su vez contribuía a naturalizar —porque se presentaba como una condición inmodificable que ya estaba allí— las horas dedicadas a tareas maternales y domésticas no remuneradas. La dedicación de tiempo a la crianza de los hijos y al mantenimiento de la casa, entonces, si bien funcionaba como eje en torno del cual se organizaba el resto de la jornada femenina, quedaba velada como trabajo, y en consecuencia no podía dar lugar a un debate acerca de las condiciones en que se realizaba, acerca del esfuerzo temporal y físico que implicaba, ni daba pie a que se la valorara más que como una función natural de las mujeres: lo que las mujeres simplemente hacían a lo largo del día, es decir, su forma de pasar el tiempo mientras no se encontraban trabajando. De modo inverso, el tiempo utilizado en tareas que no eran las concebidas como naturales era un tiempo que, en un mundo ideal, debía ponerse en suspenso, detenerse; su indeseabilidad significó, también, que se opacaran sus particularidades en los discursos acerca del trabajo femenino.

Pero el debate acerca de la jornada y las licencias indicaba además que se consideraba a las mujeres criaturas con una resistencia física no solo menor que la de los hombres sino equivalente a la de los menores de edad. Esto se vinculaba, desde luego, con las representaciones acerca de la naturaleza femenina que hemos analizado en el primer capítulo, pero interesa señalarlo en este contexto de mi argumentación a propósito de la dimensión temporal de las representaciones de mujeres no solo porque contribuía a abonar la idea de que los sexos son diferentes sino porque esa diferencia llegaba al punto de que unas y otros experimentaban la vida cotidiana en temporalidades irreconciliables y hasta posicionados en distintas etapas de maduración.¹⁸⁵

En la representación que se desprende de estos discursos, la vida de los hombres transcurría linealmente desde el nacimiento hasta la muerte, sin sobresaltos intermedios y siempre en dirección ascendente; la ocupación de las horas del día era clara y sistemática y se dividía entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio. La vida de las mujeres, en cambio, no solo no

¹⁸³ Lobato reproduce palabras de una obrera de una fábrica de Alpagatas, recogidas por el diario socialista *La Vanguardia*, que establecen diferentes motivos de hombres y mujeres para reclamar por la jornada de ocho horas. “Entre la protección y la exclusión...”, *op. cit.*, pp. 247-248.

¹⁸⁴ Sobre la integración femenina a la lucha gremial, Lobato, *Historia de las trabajadoras...*, *op. cit.*, pp. 117-204.

¹⁸⁵ Este presupuesto permeaba también las disposiciones del Código Civil. Véase Giordano, *Ciudadanas incapaces*, *op. cit.* Como señala Lobato en relación con el tema de los derechos laborales, la propia idea de “protección” de la mujer obrera equiparaba a las mujeres a los menores y excluía la posibilidad de otorgarles derechos civiles y políticos. “Entre la protección y la exclusión...”, *op. cit.*, p. 265.

se desarrollaba de la misma forma, sino que en ciertos aspectos su desarrollo se detenía en la infancia, aunque a los fines prácticos lo único que contaba era la capacidad reproductiva de la vida adulta, que en cualquier caso marginaba como período vital la vejez. Las horas del día, por otro lado, desde cierto punto de vista se pasaban trabajando ininterrumpidamente, pero desde otro —el del compañero obrero y el patrón— estaban interrumpidas una y otra vez por tareas conceptualizadas como “naturales” que requerían descanso, y en este sentido se equiparaban a las horas de los individuos sin productividad social, como los ancianos o los niños.

Estas diferencias, como imagino quedará ya claro, contribuían a jerarquizar el tiempo masculino, más homogéneo y más fácil de armonizar con las necesidades productivas de la modernización,¹⁸⁶ sobre el tiempo femenino, que se representaba como más caótico, más desarticulado y más subdividido internamente en múltiples tareas que debían realizarse de modo simultáneo y consecutivo. Esta representación solo ganaría en consenso década tras década, a tal punto que hoy en día la mentada idea de que las mujeres son más aptas para el “multitasking” ha alcanzado incluso sanción científica.¹⁸⁷ La propia naturaleza interrumpida y fragmentaria de la diagramación de las revistas que proponían esta representación, más aún, hacía materialmente visible el tipo de lectura interrumpida y fragmentaria propuesta por las publicaciones a esas lectoras que imaginaban como ocupadas en tareas diversas y poco focalizadas (y que aprovechaban esa oportunidad, como veremos, para poner ante sus ojos nuevos productos).¹⁸⁸

Sin embargo, aunque en general estas tareas —como la misma lectura de revistas— no aparecían representadas como productivas sino como actividades de reproducción o incluso puramente de consumo del capital producido por los hombres, el hecho de que el tiempo femenino tuviera menor jerarquía no significó, por necesidad, que no se lo valorara en otros aspectos. La representación del uso femenino del tiempo como algo desarticulado y polifacético contribuyó, en cambio, a multiplicar las oportunidades de consumo y a crear necesidades diferentes a las de los hombres y diferentes incluso entre las propias mujeres. En el próximo apartado procuraré analizar, entonces, la contracara de aquella representación del trabajo extradoméstico como forma indeseable de ocupar el tiempo y del trabajo doméstico como ocupación natural: la representación del tiempo femenino como tiempo de esparcimiento y ocio modulado por el consumo y las obligaciones sociales.

¹⁸⁶ He tomado esta caracterización del tiempo como homogéneo o heterogéneo, atomizado o fluido, de Stephen Kern, “The nature of time”, *The Culture of Time and Space 1880-1918*, Cambridge y Londres, Harvard University Press, 2003 [1983], pp. 10-35.

¹⁸⁷ Véase por caso James Morgan, “Women ‘better at multitasking’ than men, study finds”, disponible en <http://www.bbc.com/news/science-environment-24645100> (consultado por última vez el 31 de agosto de 2016).

¹⁸⁸ Lyons, “Los nuevos lectores del siglo XIX: mujeres, niños y obreros”, *op. cit.*, p. 549. Sobre el diseño fragmentario como demostración (racional y eficiente) del compromiso de la prensa con el capitalismo, y en especial con el lugar de las mujeres en él, Sally Stein ha llegado a conclusiones muy parecidas a las vertidas en este capítulo en “The graphic ordering of desire. Modernization of a middle-class women’s magazine 1914-1939”, *Heresies*, n° 18, 1985, pp. 7-16. El análisis de Stein demuestra también que este tratamiento del tiempo de las mujeres en las revistas era un fenómeno global.

2.3 *El ocio femenino: una ocupación seria*

Ya hemos señalado en secciones anteriores que en forma contemporánea a la representación de las ocupaciones domésticas como tareas que debían ser realizadas con máxima eficiencia circularon también representaciones que sugerían que el modo en que las mujeres pasaban su día estaba dominado por la frivolidad, el capricho y la improductividad. La representación de la joven moderna fue la principal depositaria de este comentario de naturaleza temporal, que por supuesto ignoraba —y por ello posicionaba como anomalía— las actividades productivas de las mujeres, las que a su vez, como hemos visto arriba, tendieron a ser representadas ya como indeseables, ya como naturales (y en consecuencia no productivas sino reproductivas).

Aunque había estado en un principio ligada a las mujeres de clase media o alta, esta idea se desplazó también, en conjunto con la propia noción de “joven moderna”, hacia la representación de mujeres trabajadoras, como las empleadas domésticas o las chicas de oficina, cuya caracterización como modernas dependió, en ocasiones, de la sugerencia de que no prestaban atención al criterio de productividad sino a otros intereses. La ilustración humorística de Pelayo en la revista *El Plata* en la que una sirvienta de figura encorsetada comenta, en vez de usar el plumero que lleva en la mano: “El sombrero de la señora me queda bastante bien, ¿verdad?”, es ejemplo de ello e indica que, aunque difirieran en aspectos sustanciales, las representaciones de mujeres de distinta extracción social que circularon en las revistas ilustradas compartieron también características que consolidaron en torno del signo “mujer” una misma constelación de significados, en este caso de carácter temporal (Fig. 41).

La improductividad de las mujeres en términos temporales, señalada de manera ambivalente no como un “hacer nada” sino como un hacer múltiples cosas que se perciben como en contra de la acumulación de capital, se expresó entonces, según hemos visto, a través de diferentes representaciones: la de la trabajadora que necesita licencias y descansos, pero también la del ama de casa que cuida a los niños, cocina y mantiene la casa en orden pero no *produce* nada; la de la esposa cuyo día se divide en decenas de actividades sociales; la de la nena o la mujer que ha pasado su edad reproductiva y todavía no es (o ya no es) madre; la de la joven a quien solo interesa la moda y los *flirts*. Todas estas representaciones, algunas de ellas complementarias entre sí, que venían gestándose en el siglo anterior, en el siglo XX no solo se consolidaron con el desarrollo de una sociedad cada vez más mediada por la modernización sino que cobraron una visibilidad extraordinaria —en parte gracias a las revistas ilustradas— que las incorporó con relativo éxito al sentido común. La representación del uso que las mujeres hacen del tiempo es por este motivo un aspecto clave de la representación más amplia de la mujer moderna. Es en esta dimensión temporal que reside una parte importante de su nueva identidad en el mundo occidental modernizado; un mundo en el que el respeto a los

ancianos, la sobriedad en el vestir y las costumbres, la reclusión en la casa y la rigidez de las fronteras de clase se han transformado hasta volverse, por momentos, valores invisibles. También eso es lo que los usos que las mujeres hacen del tiempo ponen de manifiesto.

Tomemos por ejemplo una serie de viñetas que publicó en 1921 la revista semanal *Iris* que ilustran (incluso con algunas ilustraciones repetidas, en una puesta en página algo cambiada) la jornada de una “mundana” y una “porteñita último grito”: se levantan recién a las nueve, pasean por la rambla o una exposición de arte, se entretienen con algún pretendiente, bailan el tango y finalmente caen rendidas en la cama para obtener un reposo “bien ganado” (Fig. 42).¹⁸⁹ ¿Por qué se usa “bien ganado” en este contexto, si no para señalar con ironía que, precisamente, todas esas actividades que ocupan el día son improductivas? En otra variación del mismo tema, se presenta a la porteña como una mujer “sumamente económica” (una caracterización que juega con la valoración contemporánea del ama de casa eficiente y ahorrativa) porque “se queda en la cama hasta muy tarde, para no gastar en calefacción”, para que el calzado le dure “se hace llevar siempre en auto” y “para almorzar poco, toma sendos aperitivos”, aunque el remate de la historia es que su marido se queda, en consecuencia, sin una sola moneda en el bolsillo.¹⁹⁰ En otras entregas, la porteñita habla todo el día por teléfono (con la costurera, la modista, la amiga, el *flirt*, el novio oficial y el novio particular);¹⁹¹ se despereza en la cama, se refresca y se maquilla frente a un espejo;¹⁹² toda su gestualidad sugiere esparcimiento, confort material y mucho tiempo libre para hacer cosas poco productivas; el trazo fino y suelto de las ilustraciones otorga liviandad a cada escena y la similitud estilística de cada entrega refuerza la uniformidad del planteo.¹⁹³

Aunque en otra página ilustrada con la misma factura (Fig. 43) *Iris* también reconoce que “las porteñitas se levantan por ‘categoría’”, la “mucamita” que ve interrumpidos a las seis de la mañana sus “sueños principescos” y la “empleadita” que “durmió soñando” y “despierta, sigue soñando” comparten con la “niña” y la “señorita” (que se levantan a las nueve, diez u once) una preferencia por usar el tiempo en cosas vanas y optarían, de poder hacerlo, por pasarlo como estas últimas, en “el habitual paseíto por Florida”, en “alguna lección de piano, quizá de francés... y nada más” porque “otros velan por ella”.¹⁹⁴ De este modo, la productividad real

¹⁸⁹ “En la playa de moda. El día de una mundana”, *Iris*, año 2, n° 61, 29 de abril de 1921, y “El día social de la porteñita ‘último grito’”, *Iris*, año 2, n° 73, 29 de julio de 1921. Este segundo caso se desarrolla en dos páginas.

¹⁹⁰ “Julietta es una mujer sumamente económica”, *Iris*, año 2, n° 75, 12 de agosto de 1921.

¹⁹¹ “Intimidades de una porteñita ‘último grito’”, *Iris*, año 2, n° 72, 22 de julio de 1921.

¹⁹² “Una porteñita propone...”, *Iris*, año 2, n° 72, 22 de julio de 1921.

¹⁹³ Un planteo que no aparece solo en *Iris*. *Femenil* representa “el día de la niña moderna” bajo una luz similar: por la mañana arregla su melena y pasea por Palermo “bien acompañada como para no aburrirse”, por la tarde juega al *bridge*, por la noche se “descoyunta” bailando un *shimmy* o un tango. Año 1, n° 16, 28 de diciembre de 1925. Una rutina similar en “De regreso en Buenos Aires”, *Olympia*, año 3, n° 36, 20 de marzo de 1929, p. 55.

¹⁹⁴ “Las porteñitas se levantan por ‘categoría’”, *Iris*, año 2, n° 73, 29 de julio de 1921.

de levantarse de madrugada para trabajar por un sueldo queda desplazada por “sueños” y aspiraciones que, en lugar de contribuir a la representación de las trabajadoras como independizadas, las igualan a las chicas de clase media que pagan su tiempo libre con dinero ajeno. La idea de que estas últimas, real o simbólicamente, devuelven con su sensualidad este favor, aunque no está formulada, queda sugerida en las viñetas a través de sus poses indolentes, sus camas llenas de almohadas, sábanas y edredones acolchados y su ropa de cama que deja ver los brazos, las piernas y el pecho, en configuraciones que recuerdan el “erotismo elegante y edulcorado”¹⁹⁵ de la pintura francesa de fin de siglo. Y aunque las trabajadoras, en cambio, aparecen ya sentadas en la cama y en tren de vestirse, sus poses también citan en alguna medida la iconografía erótica del entresiglo —en especial la mucama que se calza las medias, el motivo tan ricamente estudiado por Laura Malosetti Costa a propósito de *El despertar de la criada* de Eduardo Sívori, tan solo unas décadas anterior—¹⁹⁶ y dispuestos junto a las otras figuras en una misma página y realizados con la misma factura sugieren que esos cuerpos, de no tener que arruinarse en el trabajo, despertarían los mismos deseos que los de las “señoritas”. El trabajo, incidentalmente, aparece una vez más como anomalía y como desviación respecto del uso “natural” del tiempo femenino: el consumo improductivo.

Estas viñetas de *Iris* proporcionan, entonces, una clave respecto del tipo de productividad que se asignaba a las mujeres. En efecto, en muchos de los discursos que circularon en las revistas ilustradas, la representación de las mujeres como improductivas estuvo directamente ligada a su proposición como consumidoras, una posición subjetiva que, por su naturaleza moderna y su resonancia de ascenso social, sin duda competía con otras posibles identidades femeninas. La cultura de masas, ya ha sido señalado muchas veces, posicionó a las mujeres a la vez como consumidoras y como objetos de consumo.¹⁹⁷ Lo que me interesa es detenerme en la idea de que ambas posiciones proponían al tiempo femenino como un tiempo de ocio dilatado cuyo valor social era derivado: aunque las mujeres no producían nada por sí mismas, el hecho de que consumieran cosas y de que se propusieran ellas mismas como objetos de consumo sí aparecía representado como socialmente productivo por múltiples

¹⁹⁵ “Carnes blancas, pies *pedicurés*, pieles sonrosadas y lisas como mármoles griegos”, en palabras de Laura Malosetti Costa, *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*, Buenos Aires, FCE, 2001, p. 211.

¹⁹⁶ *Ibidem*, pp. 206-223. Malosetti cita el análisis de Beatrice Farwell del motivo iconográfico de la mujer quitándose las medias, que desde el Renacimiento había estado presente en algunas escenas de ninfas bañistas. Este tema perdió su matiz bíblico en los siglos XVII y XVIII; para el siglo XIX era decididamente un motivo erótico. Es interesante que en la ilustración de *Iris* sea una mucama, y no una “señorita”, quien se representa en ese gesto. Véase Farwell, “Courbet’s ‘Baigneuses’ and the rhetorical feminine image”, en Linda Nochlin y Thomas B. Hess (ed.), *Woman as Sex Object. Studies in Erotic Art 1730-1970*, *op. cit.*, pp. 65-79.

¹⁹⁷ Luisa Passerini, “Sociedad de consumo y cultura de masas”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres en Occidente*, tomo 9, *El siglo XX. Guerras, entreguerra y posguerra*, Madrid, Taurus, 1994, pp. 349-367; Mary Louise Roberts, “Gender, consumption and commodity culture”, *op. cit.*, p. 818; De Grazia y Ellen Furlough (ed.), *The Sex of Things...*, *op. cit.*; Rita Felski, “Imagined pleasures: the erotics and aesthetics of consumption”, *The Gender of Modernity*, Cambridge y Londres, Harvard University Press, 1995, pp. 61-90.

motivos, lo que explica el tono complaciente y juguetón de la mayor parte de los discursos que insisten sobre la improductividad de las mujeres (una noción que, bien mirada, en otro contexto en vías de modernización podría haber generado, en cambio, mayor resentimiento).¹⁹⁸

¿Por qué está bien que las mujeres no usen su tiempo en hacer cosas útiles? ¿Por qué se premia discursivamente la pereza, el derroche, el capricho? Desde luego, en la prensa ilustrada esta representación tiene sus contrapartes —la condena de la frivolidad y el amor al lujo que hemos visto, por ejemplo, en el primer capítulo; el fomento de la educación y las profesiones, que conquistan cada vez más espacio en las revistas—,¹⁹⁹ pero estas complementan la caracterización de la feminidad burguesa como en esencia inútil y consumista, una representación enteramente funcional a la necesidad de crear un mercado para los nuevos bienes producidos por la expansión económica, y una realidad que las revistas reconocen tempranamente (véase por ejemplo el artículo de *La Semana Universal* dedicado a la importancia gráfica de los avisos, en el que se afirma: “Lo difícil del Mundo actual no es producir, sino vender (...). Esta es la gran dificultad: tener *mercado*, y los mercados son los que se conquistan con el aviso”²⁰⁰). Si se ignora ese dato, y se descontextualiza la emergencia de un concepto de feminidad burguesa y consumista de las presiones de la modernización,²⁰¹ perdemos de vista uno de los motivos centrales por los cuales el ocio femenino apareció representado en la prensa como una *ocupación* de las mujeres en sí misma que debía ser fomentada y, dentro de lo posible, no perturbada por otras actividades productivas, como por ejemplo el trabajo extradoméstico.

¹⁹⁸ Los roles de género propuestos por las revistas soviéticas de los años veinte analizadas por Lynne Attwood, por ejemplo, enfatizaban en cambio la productividad de las mujeres y se inclinaron a erosionar la diferencia de género, aunque bajo el gobierno de Stalin esto se modificó. *Creating the New Soviet Woman. Women's Magazines as Engineers of Female Identity, 1922-53*, Londres, Palgrave/MacMillan, 1999.

¹⁹⁹ Mercedes Moreno, redactora de una sección femenina en *Caras y Caretas*, escribía por ejemplo en 1929: “Si la vida social representa por sí sola un engranaje tan brillante como febril, las actividades de la vida del espíritu, a las que se unen las que abarcan un amplio programa de servicio social o bien el noble propósito de liberarse del parasitismo merced al trabajo, constituyen hoy un timbre de honor para nuestras mujeres. La mujer argentina que carezca hoy de bienes de fortuna no se resigna a ser parásito de los suyos, afronta la vida en toda las actividades que respondan a su vocación y a sus aptitudes. En el arte como en la investigación científica, o el trabajo de gabinete, en las tareas docentes, en el periodismo en el comercio y la industria”. La dama duende [Mercedes Moreno], “Notas sociales”, *Caras y Caretas*, año 32, n° 1605, 6 de julio de 1929. Rescato también que en la propia *Iris*, por ejemplo, así como en *Mundo Argentino*, *Plus Ultra* y otras revistas, las viñetas que representan a las mujeres como improductivas conviven con varias notas, artículos y secciones donde se singulariza positivamente a distintas figuras femeninas, en general profesionales, médicas, feministas. En las revistas abundan también este tipo de celebraciones del ingreso femenino a las profesiones, una reacción que es necesario vincular a la fuerza ideológica de la modernización. He desarrollado algo más este punto en “Artes femeninas y artistas mujeres. Sus representaciones en la prensa periódica de Buenos Aires (1910-1930)”, en *Mujeres y género: poder y política. Actas de las X Jornadas nacionales de historia de las mujeres/V Congreso iberoamericano de estudios de género*, Luján, 2010, Cd-rom; “Del caballete al telar. La Academia Nacional de Bellas Artes, las escuelas profesionales y los debates en torno de la formación artística femenina en la Argentina de la primera mitad del siglo XX”, *Artelegie*, n° 5, París, octubre de 2013, online.

²⁰⁰ Un porteño, “Crónica semanal”, *La Semana Universal*, año 1, n° 20, 16 de mayo de 1912.

²⁰¹ Y como un capítulo particular en la conformación de una cultura del consumo, que ha estudiado bien para el caso argentino Fernando Rocchi, y que Richard Ohmann ha vinculado específicamente a la emergencia de la prensa gráfica masiva. Véase *Selling Culture...*, *op. cit.*

El hecho de que revistas muy distintas publicaran innumerables portadas y viñetas en las que una y otra vez se tematizaba la compulsión de las mujeres por comprar cosas indica que esta actividad era percibida y al mismo tiempo construida como novedad y, más aún, como un fenómeno *vistoso* de la vida moderna, capaz de generar adhesión instantánea en el público lector. En varias revistas, como *Iris* o *Aconcagua*, se publicaron portadas con un gran motivo femenino central que en diferentes variaciones aparecía cargado de grandes cajas y paquetes de colores llamativos o acompañado por hombres de menor estatura que llevan solícitamente los frutos de un buen día de compras (Fig. 44 a y b). Las siluetas modernas, las poses sofisticadas, el paso confiado y la actitud general de triunfo caracterizan este tipo de representaciones de mujeres dedicadas al consumo como si esa fuera su única ocupación en la vida y su única posible manera de pasar el tiempo. Son imágenes atractivas, modernas, seductoras, que pegan el ojo al artefacto impreso que uno tiene en las manos e invitan automáticamente a consumirlo.

Con todo, aunque es innegable que el ocio y el consumo fueron representados en la prensa con insistencia como actividades que definían a las mujeres, es interesante también constatar que en Argentina el momento de consolidación definitiva de esta representación, que en otras partes del mundo podríamos fácilmente encontrar en el siglo XIX,²⁰² fue el cambio de siglo y, sobre todo, la década del veinte. La instrumentalidad de las revistas ilustradas, cuya verdadera expansión no tuvo lugar hasta entonces, resultó clave para articular esta redefinición de los roles masculinos y femeninos en la nueva sociedad que se industrializaba y absorbía el impacto cultural del crecimiento económico. En este contexto, como nunca antes (y echando mano de ilustraciones que provenían de otros países donde esa transición ya había tenido lugar), consumir se construyó como una tarea específicamente femenina, que incluía desde hacer las compras para alimentar cada día a la familia hasta adquirir vestidos innecesarios y adoptar prácticas novedosas como fumar, andar en auto, ir al teatro o comer fuera de casa. Estas actividades aparecieron una y otra vez como comodines a la hora de representar a la joven moderna,²⁰³ pero debemos entenderlas no solo como sus atributos sino como elementos que, al caracterizar a la joven moderna, comentaban crítica o festivamente las transformaciones sociales y la nueva distribución de roles de género en la Argentina que se modernizaba.²⁰⁴

En relación con esta redistribución de roles, el consumo compulsivo de las mujeres apareció en la prensa también como confirmación de la capacidad económica de los hombres,

²⁰² Véase Ellen Gruber Garvey, *The Adman in the Parlor*, *op. cit.* También Jennifer Scanlon, *Inarticulate Longings. The Ladies' Home Journal, Gender, and the Promises of Consumer Culture*, Londres y Nueva York, Routledge, 1995.

²⁰³ La redactora de un artículo que se presentaba como “Una joven a la antigua” perfilaba así los intereses de la “nueva generación” de mujeres: “Vosotras —en general— no queréis el dinero, queréis gastarlo. (...) La intimidad para vosotras consistiría en cenar ‘à deux’ en un restaurant de moda, y el paseo sentimental no se concibe más que en auto a 100 km por hora. Cuando una de vuestras amigas os comunica su compromiso, lo primero que miráis son los regalos que él le hace. Después cuando ya están casados, si le compró esto o aquello; si le regaló automóvil...”, “Reflexiones de una joven a la antigua”, *Luz*, año 3, n° 39, 15 de abril de 1925, p. 15.

²⁰⁴ Es la idea central que recorre el trabajo de Cecilia Tossounian, *The Body Beautiful*, *op. cit.*

lo que no solo los posicionaba a ellos en un sitio específico de las relaciones de producción sino que redefinía también las relaciones entre los sexos, que pasaron a verse mediadas por los nuevos bienes. En una viñeta en *Atlántida*, por ejemplo, una amiga pregunta a otra: “Siempre te veo con sombrero nuevo, ¿cómo te las arreglas?”, “Muy sencillo —responde la otra, que estira la mano satisfecha exhibiendo un sombrero—; me pongo uno hecho por mí y me voy con él al escritorio donde trabaja Alberto”.²⁰⁵ El diálogo no solo daba por hecho que la productividad femenina era nula (la gracia del chiste era que el sombrero hecho a mano debía ser muy vergonzoso y se sobreentendía que los sombreros nuevos no se adquirirían con medios propios) sino que daba pie a la idea de que el gasto femenino (de tiempo y dinero) contribuía a que los hombres se realizaran también ellos como tales al posicionarse como proveedores frente a las necesidades femeninas.²⁰⁶ De hecho, son incontables las viñetas que tematizan la asimetría en la propiedad y distribución de los recursos entre hombres y mujeres: los hombres, que siempre son los dueños del dinero, deben cederlo a los apetitos desproporcionados de sus esposas y amantes, cuya “naturaleza” (según se la representa) es siempre gastar de más el dinero que no han producido. Dado que la relación con el dinero es siempre también una relación con el tiempo —de su producción, de su gasto—, al plantear un distinto posicionamiento de hombres y mujeres en relación con el dinero, se hace efectiva una relación también diferente con el tiempo, y viceversa. Pero aunque se tematiza —y esto solidariamente entre distintas secciones, viñetas, publicidades—, esta dinámica no se critica sino que se utiliza para definir, precisamente, a unos y otras como hombres y como mujeres.²⁰⁷

“Siempre hay una dama antojadiza que todo lo quiere comprar y un marido que se hace el zonzo para no comprar nada o que hace el zonzo comprándolo todo”, se comenta ya en 1910 en un artículo de *PBT* sobre la atracción de las vidrieras, a las que se define ahí mismo

²⁰⁵ “La página amena”, *Atlántida*, año 7, n° 362, 19 de marzo de 1925.

²⁰⁶ “Una mujer revela su situación financiera... y el éxito de los negocios de su marido, según la calidad de *fourrure* que luce. Se trata, pues, de tener sumo tacto al elegir esta”, se comenta en un artículo en *La Semana Universal*, de Marquise de Montigny, “Modas y elegancias”, año 1, n° 40, 3 de octubre de 1912. Es una idea ya presentada por Thorstein Veblen en su influyente *Teoría de la clase ociosa*, de 1899. Véase la introducción de Martha Banta a *The Theory of the Leisure Class*, Oxford, Oxford University Press, 2007, pp. vii-xxix; Mary Louise Roberts, “Gender, consumption and commodity culture”, *op. cit.*, p. 819; Kaczan, *Representaciones de cuerpos femeninos vestidos...*, *op. cit.*, p. 26.

²⁰⁷ Esto implica que en la prensa en general el gasto femenino no aparece representado como consecuencia de la ganancia previa de dinero a partir de una actividad productiva, sino como gasto de dinero ajeno, lo que también contribuye a representar el trabajo femenino —y el gasto que se vincula a la ganancia que este produce— como anomalía. En esto, las revistas argentinas se diferencian de las norteamericanas, en las que una llegada más amplia a los sectores rurales, donde las lectoras en general no contaban con dinero propio, impulsó a las revistas a promover las actividades productivas de las mujeres para ganar dinero que pudiera dirigirse al consumo de los productos publicitados. Véase Gruber Garvey, *The Adman...*, *op. cit.*, capítulo 5. Para matizar esta representación, que fue dominante pero no exclusiva, señalo que he encontrado también referencias a la transmisión de una cultura del ahorro entre mujeres, como por ejemplo entre una madre y su hija en una fotografía en *Vida Ilustrada* titulada “Inculcando en su hijita el amor al ahorro”, año 3, n° 51, 18 de octubre de 1919. La noción de ahorro es importante también en los artículos sobre economía doméstica.

como “una especie de microbios para los que la mujer es un buen caldo de cultivo”.²⁰⁸ En 1930, otro artículo en *Aconcagua* reitera el tópico: “¡Qué bien conocen la debilidad de las mujercitas porteñas los comerciantes de la ciudad! (...) Ninguna mujer podrá librarse de la obsesión de los escaparates que despiertan sus deseos”,²⁰⁹ afirma el artículo, ilustrado con fotografías de mujeres mirando atentamente vidrieras llenas de joyas y telas.

Y lo cierto es que los propios comerciantes se hacen eco de ese tema de la “tentación de las vidrieras” como una forma femenina de ocupar el tiempo: en 1929, una publicidad de la Corsetería de París en *La Novela Semanal* (reconvertida en revista ilustrada a mediados de los veinte) anuncia a página completa: “Esta semana hemos expuesto en nuestras vidrieras las novedades en fajas y ajustasenos que harán época en las modas de esta temporada. Visítenos usted, señora, y verá que es muy interesante nuestra exposición”²¹⁰ (Fig. 45). Pero más interesante aún que la bajada publicitaria, que insiste sobre el atractivo visual y la dimensión temporal de la novedad (que hará época *solo* esta temporada), la ilustración que la acompaña sintetiza muchos de los aspectos que hemos venido señalando: una multitud formada únicamente por mujeres, todas de espaldas, todas de melena y sombrerito, ingresa a la gran corsetería por una puerta flanqueada de vidrieras donde se exhiben los *mannequins* que llevan puestos los nuevos modelos de corsés, y que son las únicas figuras coloreadas de toda la ilustración, lo que les otorga particular visibilidad. Las mujeres se dirigen al establecimiento como si ingresaran a la fábrica, lenta y ordenadamente; la fuerza del motivo es tan patente que se establece una correspondencia y un reemplazo inmediato entre trabajo y ocio, o mejor dicho, el ocio aparece representado aquí como un trabajo: el auténtico trabajo femenino.

Estos ejemplos demuestran que el motivo de las mujeres que miran vidrieras es un motivo novedoso y atractivo en las revistas que, además de poner en evidencia el incremento en la circulación de mujeres en la vía pública (un tema que analizaré en el próximo capítulo), revela la creciente importancia de lo visual en la vida moderna y el lugar de hombres y mujeres respecto de esas nuevas relaciones de visualidad, que los posicionan a su vez en lugares diferentes respecto de los bienes de consumo: una nueva forma de definir las diferencias entre los sexos.²¹¹ Por otro lado, el consumo de moda aparece aquí, otra vez, como paradigmático de estas nuevas relaciones: la moda es a la vez uno de los principales consumos femeninos y el consumo que convierte a las mujeres en objetos de consumo, porque define su visibilidad y su apariencia en la escena moderna.

²⁰⁸ Serrucho, “Cuestión vidriosa”, *PBT*, año 7, n° 288, 4 de junio de 1910.

²⁰⁹ “La tentación de las vidrieras”, *Aconcagua*, año 1, n° 1, enero de 1930, p. 77.

²¹⁰ Aviso de Corsetería de París, *La Novela Semanal*, año 13, n° 619, 23 de septiembre de 1929.

²¹¹ Esto aparece sugerido ya en el entresiglo en *Caras y Caretas*, como indica Szir en *El semanario popular ilustrado...*, *op. cit.*, capítulo 2, p. 143. Véase también Erika Rappaport, *Shopping for Pleasure. Women in the Making of London's West End*, Princeton y Oxford, Princeton University Press, 2000.

El consumo de moda, más aún, además de funcionar como epítome del uso femenino del tiempo —un uso improductivo en términos económicos, pero muy productivo en términos simbólicos, y sobre todo lucrativo para los comerciantes—, sintetiza con precisión el *ritmo* de la vida femenina tal como es representada en las revistas, pautada como ya hemos señalado antes por los ciclos vitales, las estaciones (que definen las temporadas de las colecciones así como los períodos de liquidación, es decir de consumo),²¹² las obligaciones sociales y las actividades recreativas, que suceden a horas señaladas y requieren vestimentas determinadas por esas horas del día. Si atendemos a la información que nos proveen las revistas, el consumo de moda atraviesa cada una de estas consideraciones que pautan la vida de las mujeres, que en mucha mayor medida que los hombres transitan las actividades de su jornada atadas a los códigos de vestimenta que estas imponen, y que varían a lo largo del día.

Pero los cambios de atuendo no son un mero cambio de disfraz: a la moda se vincula toda una serie de consideraciones sutiles a propósito de los ritmos, los ámbitos y las reglas de sociabilidad. En relación con el traje de fiesta, la redactora de un artículo de *Para Ti* advierte por ejemplo a las lectoras:

Como es natural, cada jovencita desea estar lo más linda posible cuando va a una fiesta, pero muchas arruinan su aspecto tomándose poco tiempo para vestirse.

Un error común es dejarlo todo para el último momento. Infinidad de muchachas descuidan revisar el traje y sus accesorios hasta el momento en que se van a vestir, y entonces viene el apuro y las carreras locas en busca de agujas, alfileres, etcétera.

Lo mejor es prepararlo todo desde la mañana. Para esto vale la pena levantarse media hora antes (...).

El peinado ha de ser lo más sencillo posible (...). Más de un hombre que ha tenido que bailar con una joven engalanada con un peinetón inmenso o una “aigrette” se acordará de evitarla otra vez. (...)

Procúrese no excederse en la aplicación de polvo (...) lo más probable es que se caiga y produzca molestia a cualquiera que se ponga en contacto (...).

(...) véase que el vestido no sea tan ajustado que no permita los movimientos del baile; tampoco conviene que sea demasiado suelto (...).

Si se precisa la comodidad de los pies, úsense zapatos de tamaño adecuado.²¹³

El atuendo determina una parte importante de las preocupaciones del día, por un lado, porque al espectacularizar a las mujeres modula sus relaciones con el sexo opuesto: “¡Cuánta cosa para elegir un vestido!, me dirá usted”, concluye en este sentido un artículo de *Femenil* en el que se analizan exhaustivamente las variables que convierten a un buen vestido en adecuado para distintas ocasiones. Y remata: “Casi tantas como para encontrar un buen marido”.²¹⁴ Pero

²¹² “La entrada de una nueva estación, proporciona a la mujer una ocasión más para salir todos los días y a todas horas. Hay que comprar ropa y ropa de toda clase, lo que quiere decir que hay que pensar mucho... y gastar mucho”, comenta *Femenil* en el artículo “Problemas femeninos resueltos en las tiendas”, año 2, n° 40, 14 de junio de 1926.

²¹³ “Indicaciones a las que bailan”, *Para Ti*, año 2, n° 39, 6 de febrero de 1923, p. 9.

²¹⁴ Madame Marie, “Su majestad la moda”, *Femenil*, año 2, n° 50, 23 de agosto de 1926.

en términos todavía más generales, un atuendo define la posición de las mujeres en el mundo. Así, cada una de las actividades diarias, según nos hacen creer las revistas, requiere un uniforme diferente que exprese no solo la belleza sino el rango, la educación, la riqueza. Y aunque la moda es un termómetro de la posición social, las revistas de corte popular también explotan la aspiración de ascenso de sus lectoras facilitando moldes, modelos e indicaciones que puedan dar la ilusión de elegancia y afluencia, e instalan de esa forma a la moda como uno de los temas importantes que ocupan las horas de *todas* las mujeres.

“Una mujer de gusto delicado tiene el arte de saber vestirse según las ocasiones; nunca concluirá los vestidos gastados de la ciudad en el campo. Ella se hará una serie de trajes especiales, muy sencillos, para poner mientras está en la estancia”,²¹⁵ sentencia la redactora de las “Notas femeninas” de *Fray Mocho*, un semanario popular que pronto revela las posibilidades económicas de su lectorado: “Esos vestidos se hacen en casa con una modista por día o una mucama diestra. Resultan baratísimos y no hay excusa para andar mal vestida”. *Para Ti*, por su lado, asume otra estrategia de adoctrinamiento cuando incorpora en su sección de cartas de lectoras un apartado dedicado en exclusiva a las dudas sobre códigos de vestimenta, donde la “Señorita Flora” responde por ejemplo a una lectora: “Sí, ese escote se lleva”, sugiere a otra que sale de vacaciones llevar “Unos vestidos sencillos para la mañana, en seda lavable, bien esponja, marocain de lana o reps, para el cambio de clima”, y ordena con confianza a una tercera: “Hágase un traje de crêpe romain o athenien en un lindo tono gris, malva, y quedará muy bien aun siendo madrina; siendo usted joven, no tiene por qué usar traje negro”.²¹⁶

Mirado bajo esta luz, el discurso sobre moda que circula en las revistas ilustradas adquiere un espesor distinto: la moda, si la entendemos como se la entiende en estos textos, no es solo uno entre otros consumos que confirma a las mujeres como ociosas y al uso que las mujeres hacen del tiempo como algo improductivo, sino que visibiliza las múltiples inquietudes de carácter social que atraviesan ese uso que las mujeres hacen del tiempo: “Ellas saben la trascendencia de una toilette que favorece, de un sombrero que presta a su fisonomía un encanto nuevo (...). Saben que de esas cosas, tan fútiles en apariencia, depende una conquista, una reconciliación, la realización de un capricho, el conseguir cuanto se propongan...”.²¹⁷

Por otro lado, si bien la vara con la que se mide la adecuación de un atuendo a una situación social está regida por el gusto burgués, la preocupación por la moda, según la representan las revistas, permea —o debe permear— todos los estratos sociales, actuando como poderosa fuerza motriz de la vida femenina.²¹⁸ Saber vestir para cada ocasión del día es,

²¹⁵ “Notas femeninas”, *Fray Mocho*, año 2, n° 73, 19 de diciembre de 1913.

²¹⁶ “Correspondencia”, *Para Ti*, año 2, n° 41, 20 de febrero de 1923, p. 42.

²¹⁷ “Aspectos del Salón de modas en París”, *Femenil*, año 2, n° 42, 28 de junio de 1926.

²¹⁸ *La Novela Semanal*, por ejemplo, publica en 1929 la sección “¿Quiere usted confeccionarse un traje y saber su costo?”, así como una serie de artículos que ofrecen distintas variaciones sobre la misma idea del gusto

según sugieren estos artículos, tan importante como saber comportarse en público y cumplir los rituales sociales con suficiencia. Pero si este arte se transmite y se aprende tradicionalmente en el ámbito doméstico, ya desde el siglo XIX la prensa cumple un papel difusor importante que pronto expande el público al que llegan estas prescripciones.²¹⁹ Para comienzos de nuestro período, la prensa no solo ha ampliado la llegada de este código no escrito sino que ha contribuido a la aceleración de sus cambios y transformaciones.²²⁰ Esto instala una nueva paradoja que la misma prensa pone de manifiesto: el código social tan referido en las secciones de moda, cuya autoridad se presenta como basada en el tiempo, no dura más que una sola temporada. “Francamente”, se lamenta con ironía una cronista de moda, “quisiera vivir —aunque no sé por qué— un poquito más de lo que han de vivir las actuales modas. Es cuestión de muy pocas semanas (...)”.²²¹

El carácter efímero que adquiere la moda en las nuevas condiciones de producción y consumo que se desarrollan en la Argentina moderna mina las bases de la transmisión generacional de los códigos sociales que se traducen en los códigos de vestimenta. De allí que la prensa se llene, en este período, de una profusión de artículos irónicos y lamentos a propósito de las nuevas modas,²²² que aparecen contemporáneamente a todos los discursos sobre las

elegante: “Modelos que una mujer elegante elegirá para su guardarropa”, “Modelos que una mujer elegante elegirá para su lencería”, etc. Por otro lado, la idea de que la obsesión por la moda permea todos los estratos sociales aparece también en la prensa feminista. *Nuestra Tribuna* denuncia, por ejemplo, a “la mayoría de vosotras, jóvenes obreras (...) os gusta vestir bien, con vuestro traje de seda, medias de la misma calidad, zapatos de los mejores y un sombrerito para daros la apariencia de ‘niñas bien’”, lamentándose de que “Hay muchachas que da lástima verlas trabajar en la máquina día y noche sin cesar para luego invertir ese dinero que tanto le ha costado ganarlo incesantemente en puro lujo”, “Lo de siempre”, *Nuestra Tribuna*, año 1, n° 11, 15 de enero de 1923.

²¹⁹ Que es fundamental entender, también, en su dimensión civilizatoria, económica, política. Véase Goldjel, *Cuando lo nuevo conquistó América. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*, op. cit., pp. 133-169; Susan Hallstead, *Fashion Nation*, op. cit.

²²⁰ Mary Ann Doane ha argumentado que el énfasis en la representabilidad de lo contingente a través de nuevas tecnologías entre fines del siglo XIX y principios del XX fue una necesidad estructural del capitalismo para hacer más tolerable, en términos subjetivos, el proceso de racionalización y estandarización del tiempo. Aunque su argumento forma parte de un análisis del nacimiento de la representación del tiempo en el cine, creo que también es aplicable al interés de la prensa, tan aliada al capitalismo, en representar la naturaleza fugitiva del tiempo en forma simultánea a la representación del tiempo como fuerza abstracta. Es una perspectiva que pienso puede ayudar a comprender la importancia creciente que adquirió en la prensa la representación de la moda como cosa efímera pero omnipresente para el tiempo de las mujeres, precisamente a través de las últimas tecnologías de reproducción de imágenes. Doane, “The representability of time”, op. cit.

²²¹ Marquise de Montigny, “Modas y elegancias”, *La Semana Universal*, año 1, n° 46, 14 de noviembre de 1912. Ha de notarse el contraste notable, por ejemplo, con la afirmación aparecida en *La Ilustración Sud-Americana* doce años antes: “Algunos dicen que la Moda varía poco (...)”, año 8, n° 171, 5 de febrero de 1900.

²²² Un artículo de moda en *El Hogar* informaba, por ejemplo: “Ahora está sucediendo en París algo nunca visto, que tiene sumidos en un mar de confusiones a los creadores de la moda. Una comisión compuesta de señoras notables por su alcurnia, por su posición y por su influencia ha puesto en circulación una protesta contra las modas incorrectas. Entre la gente ‘comme il faut’ ha sido acogida con entusiasmo”, “Crónica de la moda”, *El Hogar*, año 12, n° 288, 9 de abril de 1915. Es evidente que el tema de la nueva moda causaba polémica, porque a propósito de una disposición municipal que prohibía a las bailarinas aparecer en el tablado con las piernas sin mallas, y la aparición de una “liga de señoras contra la moda, para evitar los excesos del descubierto”, Alfonsina Storni comentaba unos años más tarde en una de sus columnas para *La Nota*, con ironía evidente, que “se ha descubierto no sé qué íntima relación entre la moralidad femenina y la piel; se lo ha descubierto ahora, en pleno siglo veinte, cuando ya nos permitíamos, las osadillas, decir en voz alta que

nuevas modas, y que por oposición ponen de relieve la centralidad que la representación de la moda —y el consumo— ha adquirido como ocupación de las mujeres. Son lamentos que deben entenderse, por ello, como síntomas de la percepción de un cambio mucho más profundo que un nuevo corte de falda o la aparición de un nuevo peinado. Más que estilísticos, estos cambios se perciben sobre todo como generacionales, es decir como interrupciones en la reproducción de los valores, las costumbres y los ritmos de vida tradicionales, tal como sintetiza en clave cómica una doble página ilustrada en *Páginas de Columba* en la que se advierte el horror de unas mujeres vestidas a la moda del siglo XIX ante la visión de un ejército de chicas modernas que avanzan por la calle con sus faldas a la rodilla (Fig. 46);²²³ o la viñeta en *Vida Ilustrada* en la que una anciana, vestida anticuadamente, se dispone a jugar al golf ante el asombro burlón de quienes la acompañan: “A la tía María el médico le aconsejó jugar al golf, pero por no ser ridícula no quiere usar traje adecuado”, explica uno de los presentes a otro de los acompañantes, poniendo en evidencia que lo ridículo, en todo caso, es el anacronismo.²²⁴

En efecto, como afirma Elvira Aldao en sus memorias a propósito de los cambios en la sociabilidad en el verano marplatense de las primeras décadas del siglo, cuyas transformaciones dependían estrechamente, según sus comentarios, de las variaciones en la moda que habilitaban o prohibían determinados comportamientos sociales, “Cada generación tiene sus modalidades propias y las implanta considerándolas mejores que las precedentes”.²²⁵ Pero otros comentaristas fueron menos comprensivos respecto de estas transformaciones, a las que en muchos casos se percibió como amenazantes no solo por cuestiones de moral sino, sobre todo, porque igualaban a mujeres de distinta extracción social.²²⁶ Al proponer a la moda como una ocupación que llenaba las horas de *todas* las mujeres, en efecto, la prensa barría ficticiamente con las diferencias sociales y posicionaba al género femenino en su conjunto como consumidor y objeto de consumo. Sin embargo, es importante comprender que esta operación discursiva distaba mucho de representar las condiciones reales en las que las mujeres se relacionaban con la moda, atravesadas inequívocamente por diferencias étnicas, de clase, geográficas y generacionales, así como por una distinta disponibilidad de tiempo real.

Ocasionalmente, las representaciones de mujeres que circularon en la prensa se hicieron eco de estas diferencias. En relación específica con el consumo de moda, por ejemplo, que tanta

conocemos a un escritor que se llama Maupassant. ¡Oh desgracia!”, “Feminidades”, *La Nota*, año 4, n° 194, 25 de abril de 1919.

²²³ “Las modas antiguas y modernas”, *Páginas de Columba*, año 1, n° 18, 30 de enero de 1924.

²²⁴ *Vida Ilustrada*, año 1, n° 35, 21 de junio de 1919, p. 589.

²²⁵ *Veraneos marplatenses de 1887 a 1923*, Córdoba, Buena Vista, 2012 [1923], p. 27.

²²⁶ El artículo de *El Hogar* mencionado arriba comentaba también: “No crean ustedes, amables lectoras, que para ser elegantes y tener un estilo personal es preciso arriesgarse a imitar las audacias de las revistas de modas, que por su propia índole caen instantáneamente en el ridículo. (...) Repito lo que he dicho mil veces; puesto que todas no somos iguales, las modas tienen que ser diferentes”. “Crónica de la moda”, *El Hogar*, año 12, n° 288, 9 de abril de 1915.

importancia había adquirido en la representación de la relación de las mujeres con el tiempo, las revistas dieron lugar de cuando en cuando a representaciones de las mujeres que se ubicaban del otro lado de los mostradores de ese consumo que aparecía, la mayoría de las veces, igualando a todas las mujeres. Aunque eran excepcionales en las revistas de interés general, y más frecuentes en las revistas feministas y las publicaciones de contenido político, estas representaciones de costureras, modistas y empleadas de grandes tiendas que soportaban durante largas horas las indecisiones de las clientas mostraban desde otra perspectiva que el tiempo dedicado al consumo no igualaba a las mujeres sino que establecía palpables diferencias entre ellas.

“¿No os habréis detenido alguna vez, lectora, a pensar que esa tela que con tanto placer estrujas en vuestras manos, es la obra de millares y millares de obreras que ganan el sustento diario en las fábricas, que los vestidos que lucís en fiestas y paseos es la obra de otras mujeres?”, preguntaba por ejemplo la ingeniera Elisa Bachofen a las lectoras de la revista feminista *Nuestra Causa*,²²⁷ mientras que la anarquista *Nuestra Tribuna* buscaba concientizar a sus lectoras obreras de las diferencias que las separaban de sus explotadoras: “¿No veis que mientras nosotras carecemos de lo más necesario, a pesar de trabajar muchas horas diarias en talleres faltos de ventilación e higiene, las mujeres de nuestros verdugos gozan de lo más superfluo y se entretienen en mirar figurines y recorrer las tiendas y las joyerías?”, decía en un artículo, mientras que en otro número un grabado ilustraba la penosa entrega del trabajo de las registreras que hacían cola ante el supervisor, y el texto denunciaba que las obreras “pasan la mayor parte del día encorvadas sobre la máquina de coser (...). En cambio (...), las niñas de sociedad, invierten sus ‘horas domésticas’ en afeitarse los sobacos, depilarse, perfumarse el cuerpo, lustrarse las uñas, pintarse el rostro (...)” (la lista de tareas banales continuaba, Fig. 47).²²⁸

Adoptando un tono menos dramático, también las revistas de interés general tematizaron estas diferencias: una viñeta en *Tit-Bits* que se presentaba como un “dibujo modernista” bajo el título “Una cliente... como hay muchas” representaba, por ejemplo, a una matrona de cuerpo grueso, bien vestida, que examinaba una pila de rollos de tela dispuestos a lo largo de un mostrador, detrás del cual aparecían dos vendedoras delgadas que se agarraban la cabeza ante el comentario de la cliente: “¡Bueno! Cuando lleguen los muestrarios nuevos volveré. No olviden mandarme el catálogo...”.²²⁹ De hecho, las largas horas que las empleadas pasaban de pie habían sido tema de regulación apenas unos meses antes de que se publicara esta viñeta,²³⁰ que mostraba a la matrona sentada en un banco y a las empleadas paradas, lo que acentuaba las diferencias entre ellas (Fig. 48). La educacionista Carmen S. de Pandolfini, que por esa misma época publicaba sus columnas moralizantes en *Mundo Argentino*, denunciaba que para estas

²²⁷ “La mujer en la industria. Ayer y hoy”, *Nuestra Causa*, año 2, n° 20, diciembre de 1920, p. 176.

²²⁸ “A las mujeres”, *Nuestra Tribuna*, año 2, n° 21, 15 de junio de 1923; grabado en año 3, n° 32, 1 de julio de 1924.

²²⁹ *Tit-Bits*, año 4, n° 210, 12 de julio de 1913, p. 17.

²³⁰ “La ley de la silla”, *La Semana Universal*, año 1, n° 48, 28 de noviembre de 1912.

empleadas a las que se les iba “un jirón de garganta tratando de complacer a la cliente descontentadiza, o amoldando a la última moda a la de gusto estrafalario”, la expresión “ganarse el pan” comprendía “tres palabras que resumen a veces todo un proceso de abnegaciones, de sacrificios y de lágrimas”, mientras que del otro lado se ubicaba “apena decirlo, toda una cadena de ‘dolce far niente’, amén del aburrimiento crónico y de la prodigalidad con que se gasta lo que no costó ganar”.²³¹

De modo que es posible afirmar que aunque en la gran mayoría de discursos que circularon en las revistas ilustradas prevaleció la representación de las mujeres como ociosas, consumistas y obsesionadas con la moda, por su naturaleza heterogénea las publicaciones también hicieron visibles ciertas distancias entre las propias mujeres que pasaban no solo por su posicionamiento desigual en relación con los recursos económicos sino también por su diversa disponibilidad y utilización del tiempo y, más aún, por su diversa proyección a futuro respecto de ese uso del tiempo. Dicho de otro modo, si bien tal como hemos visto en las revistas el ocio y el consumo, junto con la maternidad y el cuidado del hogar, se construyeron acumulativamente como las máximas aspiraciones femeninas, la representación esporádica de otras formas de ocupar el tiempo dejó abierta la puerta, igual de esporádicamente, para que surgiera una representación alternativa de las expectativas femeninas, y aun de los cambios que las mujeres podían imaginar que les depararía el futuro. ¿Cómo se hicieron eco las revistas de estas diversas utopías? ¿Y qué medios propusieron para alcanzarlas?

2.4 Promesas del futuro

A lo largo de las dos décadas que comprende nuestro período, el universo de representaciones acerca del futuro de las mujeres que ofrecieron las diversas revistas que circulaban entre los lectores fue sin duda también diverso, aunque se organizó en algunas líneas argumentales principales que caracterizaron la coherencia general de las distintas publicaciones. Mientras que, como hemos visto, las revistas de interés general propusieron el consumo, la maternidad y hasta cierto punto la tecnología como canales de realización de los deseos de las mujeres, también es cierto que en ocasiones hicieron visibles las oportunidades futuras que ofrecían la educación y las profesiones, un punto de contacto con algunas revistas feministas que, por su lado y respondiendo a distintas agendas, articularon también otros deseos —dentro de los cuales la noción de “emancipación” cobró protagonismo— y se permitieron imaginar un futuro menos brillante en el caso de que continuasen vigentes las costumbres y las leyes opresivas hacia las mujeres.

Si bien el significado exacto del concepto de emancipación varió entre las distintas posiciones feministas, y hasta fue apropiado por algunos discursos alineados con las

²³¹ “Charla femenina”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 67, 17 de abril de 1912.

necesidades del capitalismo que identificaron en el término una fuerza motriz poderosa de los deseos de las mujeres del nuevo siglo, un punto común importante entre todas las distintas publicaciones, sin embargo, fue la idea de que, aunque la época presente se anunciara como transformadora y transformada, las verdaderas consecuencias de los cambios se verían más adelante, en un futuro que a veces se presentaba como a la vuelta de la esquina y otras como una utopía tan distante que hasta se dudaba de que alguna vez fuera a convertirse en realidad. De modo que lo que tácitamente articulan muchos discursos acerca de la cuestión femenina es la conciencia de un problema, un conflicto, un desarreglo en algún punto de las relaciones sociales entre hombres y mujeres que se había vuelto evidente en el contexto de las transformaciones generales del cambio de siglo y ante el cual ya no había forma de mantenerse indiferente.

En 1914, por ejemplo, la revista ilustrada del Partido Socialista, *Nueva Era*, publicó un artículo curioso en el que se tematizaba la inadecuación de la ley de matrimonio civil, y la inferioridad jurídica femenina, a través de una pieza literaria que alternaba diálogos de estilo criollista con una narración del episodio central de la pieza, el asesinato de una mujer por su esposo, a quien ella, según se desprendía de los diálogos y de la posterior declaración del hombre en el juzgado, había abandonado luego de largos maltratos. El artículo no tenía remate. Consistía simplemente en la puesta en evidencia, a través de las palabras del protagonista, de las ideas acerca de los derechos de las mujeres casadas que las leyes avalaban, y que, como quedaba demostrado en la narración del episodio, tenían repercusiones graves. “Sí, señor juez: todo eso es cierto; ¡pa que voy a negarlo! —finalizaba su monólogo el protagonista—. A veces llegaba algo alegre y le pegaba. También es verdad, que cuando me hacía falta fundía los pesos que ella ganaba, y que no creo que me ‘faltara’. Pero ¿por qué se fue? ¿Acaso la ley no dice que el que manda es el marido, y que puede hacer lo que se le antoje? ¡Pa eso era ella mujer!, y ¡pa eso soy hombre!”.²³²

Dado que *Nueva Era* no fue, al menos en sus primeros años, una publicación especialmente interesada en los reclamos femeninos, lo que esta pieza demuestra en todo caso es que la obsolescencia de algunas leyes que afectaban en forma directa la vida de las mujeres había pasado a ser, como decíamos arriba, un punto de desencuentro en relación con el progreso del país. El hecho de que el personaje hablara en estilo criollista se usaba para manifestar el atraso de sus concepciones políticas (ya que hemos visto que lo criollo se vinculó discursivamente con el pasado), pero a su vez el hecho de que esas concepciones estuvieran avaladas por la ley, como se repetía varias veces en el diálogo, hacía aún más evidente el atraso general del país en materia de derechos civiles y políticos. La transformación de la ley aparecía aquí, entonces, como necesidad inmediata que subsanaría las distorsiones persistentes dentro

²³² Oscar At, “Los dramas del ‘honor’”, *Nueva Era*, año 1, n° 11, 31 de agosto de 1914.

de un Estado que se había pensado como igualitario pero que mantenía profundas desigualdades, y en coherencia con el pensamiento socialista, se proponía como agente de una mejor sociedad futura.²³³

Pero esta creencia en que la transformación de las leyes era una promesa de mejoramiento trascendía los límites del pensamiento socialista. La transformación de las leyes como vía de progreso era un tópico de la prensa en general, y una parte de la prensa feminista en particular cifró allí la esperanza de cambio en la situación futura de las mujeres y hasta, en alguna medida, de su emancipación. *Nuestra Causa* en particular, la publicación de la Unión Feminista Nacional, dedicó numerosas páginas a analizar las limitaciones de la legislación, reprodujo el proyecto del senador socialista Enrique del Valle Iberlucea de emancipación civil de la mujer (de 1918, base del proyecto de reforma del Código Civil que se sancionó en 1926), azuzó el debate a propósito del divorcio y, sobre todo, hizo campaña a favor del voto femenino.²³⁴

La ley, que era un obstáculo para la evolución de la situación de las mujeres, para *Nuestra Causa* era también la clave de esa evolución, aquello que prometía a las mujeres un futuro mejor, acorde con las contribuciones que ya realizaban al progreso en el orden material e intelectual. La sanción de leyes que otorgasen a las mujeres los derechos que ya otras naciones les habían reconocido era el primer paso, en el programa de *Nuestra Causa*, para superar “el cuadro de molicie y depravaciones [a] que se ha visto sujeta la mujer”: “Ha llegado la hora de recordar la obra de nuestras hermanas —decía uno de los textos publicados en uno de los primeros números de la revista—, de esas valientes mujeres francesas, inglesas, italianas, norteamericanas, que con su coraje civil, con su influencia, con su heroísmo han reivindicado los derechos económicos, sociales y políticos de la mujer moderna. ¿Por qué han de ser inferiores las argentinas en el porvenir? ¡A vivir la nueva era de engrandecimiento social y humano, por los principios de la justicia!”²³⁵

De modo que cada vez con más fuerza a medida que avanzaba el nuevo siglo —y distanciándose ya de otras vertientes feministas dentro de las cuales la aspiración de “progreso femenino” residía en educar mejor a las mujeres para cumplir su rol tradicional y paliar las necesidades de las mujeres pobres con acciones de tipo caritativo (como era el caso de las feministas que se habían hecho cargo del Consejo Nacional de Mujeres)— la confianza en los mecanismos democráticos orientó una parte de los discursos que se articularon en relación con el futuro de las mujeres. Pero si esta era una posición esperable en aquellos enunciados que

²³³ Véase Marina Becerra, *Marxismo y feminismo en el primer socialismo argentino. Enrique del Valle Iberlucea*, Rosario, Prohistoria, 2009, pp. 63-107.

²³⁴ Entre otras cosas, la Unión Feminista Nacional organizó los simulacros de voto, en conjunto con el Partido Feminista y el Comité Pro Sufragio Femenino, en marzo y noviembre de 1920. Dora Barrancos, “Julietta Lanteri o la tozudez por la inclusión”, *Inclusión/Exclusión. Historia con mujeres*, Buenos Aires, FCE, 20021, en especial pp. 63-71.

²³⁵ “La hora de oro”, *Nuestra Causa*, año 1, n° 4, 10 de agosto de 1919, p. 75.

partían de esa parte del feminismo que representaba *Nuestra Causa* y hasta cierto punto también *Unión y Labor* (aunque bastante más tímidamente),²³⁶ muy significativo respecto de su difusión extensa en la población es encontrar esa misma confianza en las expectativas estándar de una mujer común como aquella que, ante la pregunta “¿Cuál es mi mayor deseo?” formulada por una revista popular y barata como *Iris*, respondía en la sección de cartas de lectores: “Que la emancipación civil de la mujer fuese un hecho cuanto antes, para que nosotras las eternas oprimidas encontremos en la vida no la esclavitud que brinda la explotación sino la dicha que proporciona la libertad”.²³⁷

Ya desde el feminismo o del sentido común, entonces, el argumento principal era que la ley, en su versión más virtuosa, al otorgar los derechos civiles que correspondían a las mujeres, aun reconociendo sus diferencias respecto de los hombres, las haría partícipes del progreso, al que contribuían sin recibir dividendos materiales ni simbólicos. Como receptoras de un trato justo y ecuánime que tendería a elevarlas moralmente y a evitar los abusos basados en su género, que su inferioridad jurídica avalaba —la superación de esta condición se revelaba como el principal componente de esta concepción de la emancipación— las mujeres se encontrarían mejor posicionadas para ejercer sus funciones de madres, esposas y ciudadanas, en beneficio tanto del conjunto del cuerpo social como de cada uno de los individuos que lo formaban.

Pero los derechos civiles y políticos que la ley pudiese otorgar a las mujeres no resultaban tan prometedores para las anarquistas, en cambio, que en oposición a los reclamos de esa vertiente del feminismo ponían en duda desde *Nuestra Tribuna* que la acción parlamentaria pudiera dar solución al problema de fondo, según ellas la “libertad política y económica de la humanidad”. “Los propósitos del partido feminista pueden ser buenos —afirmaba Juana Rouco²³⁸ en uno de los artículos contrarios a las campañas de la Unión Feminista Nacional—.

²³⁶ El primer editorial de *Unión y Labor* había afirmado: “No queremos llamar la atención con exhibiciones o peroraciones inútiles que a nada conducen, nuestra acción va a directamente unir a las mujeres en el trabajo, para bien de las mujeres mismas y de la humanidad. Y es también a las mujeres a las que incumbe defender y proteger [sic] al niño, por eso empezaremos por fundar la ‘Casa de los Niños’, la que representa un adelanto real”. Este propósito, que se ponía al margen de la discusión política, se verificaba en la selección de artículos, que versaban sobre puericultura, literatura, episodios de la historia argentina, iniciativas de beneficencia y artes domésticas, aunque también aparecían noticias del avance del feminismo en el exterior y de las acciones de la Asociación Universitarias Argentinas, que había organizado el Congreso Femenino del Centenario, y que tenía una postura más clara y favorable respecto de los derechos de las mujeres. El grupo Unión y Labor, en cambio, fue siempre más cauto en relación con el sufragio, un derecho que avalaban pero que consideraban podía conseguirse más adelante. Véase Asunción Lavrin, *Women, Feminism and Social Change in Argentina, Chile & Uruguay 1890-1940*, Lincoln y Londres, University of Nebraska Press, 1998 [1995], pp. 258-261. Específicamente sobre *Unión y Labor* y su concepción del progreso femenino en relación con el progreso del país, Paula Halperín, “Mi mamá me mimaba...”, *op. cit.*

²³⁷ La respuesta iba firmada por “Anhelos de igualdad”. “¿Cuál es mi mayor deseo?”, *Iris*, año 2, n° 67, 17 de junio de 1921.

²³⁸ Juana Rouco Buela fue una importante activista anarquista y fundadora de *Nuestra Tribuna*. Había nacido en una familia obrera en España y adoptado el anarquismo en Argentina, donde se le aplicó la Ley de residencia en 1908. Regresó al país en 1917 y en 1922 empezó a publicar el periódico en Necochea, y más tarde en Tandil. Se publicó durante tres años, inicialmente 1500 ejemplares, que llegaron a subir a 4000, y se distribuía en toda Argentina. Rouco colaboró también en medios como *Mundo Argentino* (a partir de 1927) y

(...) pero sí nos atrevemos a manifestar que están equivocadas al recurrir a la política para colocar a la mujer en iguales condiciones civiles y sociales que el hombre, en fin, a emanciparla de la tutela del macho, y hasta defender sus intereses, buscar su bienestar desde las bancas parlamentarias y las comunas”.²³⁹

Este rechazo se inscribía en un conjunto de marcadas diferencias, que ha estudiado bien Dora Barrancos, entre las anarquistas y las feministas respecto de la idea de “emancipación de la mujer”. Según Barrancos, para las contrafeministas anarquistas “la causa femenina no podía tomar distancia de la causa social”²⁴⁰ y esto significó que, aunque se denunciase la explotación específica que sufrían las mujeres de mano de los patrones, y dentro de sus propios hogares, estas denuncias formaron siempre parte de una más amplia contra todo tipo de sujeciones, esclavitudes y tutelas contra las cuales se pronunciaba la doctrina anarquista en general. La emancipación de la mujer, por esto mismo, no podía realizarse más que en el contexto de una emancipación general de los seres humanos en su conjunto: “(...) la emancipación —bajo el punto de vista humano— es social”, se afirmaba al final de aquel artículo de Juana Rouco. Más aún, no podía realizarse mediante la gestión de unos representantes sino a través del compromiso personal mancomunado en torno de la causa de la libertad, que exigía de las mujeres en especial una superación de los prejuicios y de la ignorancia que le impedían tomar parte activa en la lucha por su propia independencia.

Pero ¿cuál era el futuro que esperaba a las mujeres como corolario de ese compromiso? ¿Qué aspecto adquiriría exactamente esa emancipación, si no consistía en poder participar de las instituciones democráticas para que estas protegiesen a las mujeres en cuanto ciudadanas? En este punto, a diferencia de los beneficios prácticos que proponía el programa feminista, el discurso anarquista de *Nuestra Tribuna*, que se pensaba como menos mediado, era también más inespecífico respecto de las promesas que aguardaban a las mujeres. En efecto, como sugiere paradigmáticamente una de las pocas ilustraciones que se reprodujeron en el periódico —un grabado que ocupaba el centro de la página y representaba a un hombre semidesnudo y exultante delante de un sol de rayos fulgurosos, rodeado de pájaros, plantas, otros adultos y niños que expresaban con sus brazos abiertos el mismo goce y la misma plenitud, y junto a una mujer que se inclinaba ante una criatura, la cabeza cubierta de una guirnalda de flores (Fig. 49)—, y según rezaba el epígrafe de esa misma ilustración, el futuro que prometía el

El Mundo. Sus memorias, *Historia de un ideal vivido por una mujer*, Buenos Aires, Reconstruir, 1964, son un valioso testimonio de la vitalidad del anarquismo argentino, la centralidad de la difusión de sus ideas a través de conferencias, centros de estudios y órganos de prensa, e incluyen reflexiones muy interesantes sobre el lugar de las mujeres en el movimiento y sobre el diálogo que estas mujeres tenían, también, con las feministas de otras orientaciones.

²³⁹ Juana Rouco, “Apuntes de nuestra crítica. La Unión Feminista Nacional”, *Nuestra Tribuna*, año 1, n° 2, 1 de septiembre de 1922. Barrancos cita este artículo, con algunas omisiones, en “Mujeres de *Nuestra Tribuna*: el difícil oficio de la diferencia”, *Mora*, n° 2, Buenos Aires, noviembre de 1996, pp. 125-143.

²⁴⁰ *Ibidem*, p. 133.

anarquismo “cuando la mujer (...) se decida a tomar parte activa en la gran contienda social, como educadora, como madre, como propagandista”, era simplemente “un mundo de felicidad para ella y para la humanidad”, “en medio del gorjeo de las aves y la alegría de los niños”.²⁴¹

La ilustración guardaba coherencia con la centralidad de la utopía en todo el pensamiento anarquista, ya que, como explica nuevamente Barrancos, “Dentro del anarquismo, el tiempo era un aliado formidable: sólo con su pasaje se podría ver la nueva sociedad en que hombres y mujeres alcanzarían, con el fin de la explotación capitalista y el estallido de las instituciones públicas y domésticas opresoras, un acuerdo armonioso”.²⁴² En efecto, el futuro que proponían las anarquistas era una utopía que esfumaba, por la fuerza de su imaginación, los pasos concretos necesarios para alcanzarla, y que sin embargo, gracias a esa misma fuerza, hacía más transitables los padecimientos de la vida presente. El futuro era, desde este punto de vista, un concepto potente en el discurso de las contrafeministas; capaz de generar tracción y solaz al mismo tiempo, aparecía en el horizonte como una solución en sí misma que, independientemente de los obstáculos que hubiera en el camino, aseguraría esa utópica “emancipación de la mujer”.

Con todo, un elemento concreto figuraba en estos discursos como clave de esa emancipación: la educación. Ello explica que la lectura apareciese estimulada especialmente desde las columnas de *Nuestra Tribuna* no como un pasatiempo sino como una herramienta central del proceso emancipatorio y, más aún, como su significante privilegiado: “Porque creemos a pie firme —y podemos dar un ejemplo nosotras al respecto—”, decía otro artículo, “que una mujer emancipada después de tener higienizado y con la estética necesaria su hogar, le queda tiempo [sic] para la lectura, para elevar su mentalidad y para otras cosas útiles en bien de la humanidad”.²⁴³ En concordancia con la fe en la educación profesada por los anarquistas,²⁴⁴ entonces, la lectura se perfilaba en estos artículos como una balsa de supervivencia para capear las injusticias del presente, un formidable equipamiento para alcanzar la sociedad futura. Pero también, y sobre todo, la lectura responsable²⁴⁵ aparecía como clave de una emancipación mental contra la cual conspiraba la vida moderna en su conjunto, y en especial una representación social de las mujeres como frívolas, ociosas y dedicadas en forma exclusiva al cuidado de su hogar.

²⁴¹ *Nuestra Tribuna*, año 2, n° 18, 1 de mayo de 1923.

²⁴² “Mujeres de *Nuestra Tribuna*...”, *op. cit.*, p. 143.

²⁴³ “La mujer y la emancipación”, *Nuestra Tribuna*, año 1, n° 9, 15 de diciembre de 1922.

²⁴⁴ Véase Juan Suriano, *Anarquistas. Cultura y política libertaria en Buenos Aires, 1890-1910*, Buenos Aires, Manantial, 2001, en especial pp. 217-254; Dora Barrancos, *Anarquismo, educación y costumbres en la Argentina de principios de siglo*, Buenos Aires, Contrapunto, 1990.

²⁴⁵ Es importante señalar que no se trataba de cualquier lectura, como queda demostrado en varios de los artículos en que se condena la lectura de novelas frívolas e intrascendentes, por ejemplo en “A mis hermanas”, *Nuestra Tribuna*, año 2, n° 23, 15 de julio de 1923.

En este punto, las anarquistas de *Nuestra Tribuna* identificaban sagazmente los efectos esclavizantes de la colonización mental producida por los discursos sociales —entre ellos, los circulados por las revistas ilustradas— que insistían en canalizar toda la proyección de las mujeres hacia el futuro a través del consumo, el hogar y la maternidad: “Entendemos, y propagamos también —decía otro párrafo de aquel mismo artículo sobre la emancipación— que la mujer debe hacer tabla rasa de lo que han dado en llamar ‘estética del hogar’, no porque entendamos que el hogar debe parecerse a esas carpas de esos rezagos de tribus que llaman cingaros, sino con la higiene y la compostura necesaria que él requiere, sin que esto quiera decir que la mujer deba dedicarse exclusivamente a cultivar la ‘estética’ del hogar”.²⁴⁶ La alternativa de las redactoras de *Nuestra Tribuna* era proponer la lectura, y el libre ejercicio de todas las profesiones, como forma de superar las “ditirámbicas pamplinas de estéticas tradicionales” que obturaban cualquier aspiración femenina que no pasara por el cuidado de los hijos y el mantenimiento de la casa, aun cuando, tal como en los programas de las otras feministas, estas dos obligaciones aparecieran en el futuro al igual que en el pasado como inevitables.

Si tenemos en cuenta que la mayor parte de las lectoras de *Nuestra Tribuna* eran posiblemente obreras o trabajadoras a domicilio —de lo que dan cuenta algunas colaboraciones—, y aun a sabiendas de que la educación propuesta por el anarquismo no era cualquier instrucción sino la educación racional (y sobre todo no estatal), esta insistencia de las redactoras del periódico en la lectura y la aspiración a insertarse en profesiones más calificadas que prometían mejorar la vida de las mujeres y prepararlas para cumplir mejor sus deberes “naturales” no deja de resonar casi como un tópico de época que matiza las diferencias del discurso anarquista, al menos en este punto, respecto de otros feminismos y hasta de una buena cantidad de discursos acerca de las mujeres. Efectivamente, la incorporación de las mujeres a distintos oficios y puestos de trabajo fue un tema que interesó a los cronistas sociales y los redactores de todo tipo de revistas que veían allí un signo de los “nuevos tiempos” o que, de manera casi rutinaria, coincidían con el pensamiento más progresista en que era conveniente que las mujeres recibieran mejor educación y asumieran algunas profesiones para contribuir al progreso general del país.

Más aún, en el propio discurso feminista, como sostiene Marcela Nari, con el avance del siglo el trabajo femenino comenzó a perfilarse como una vía en sí misma de emancipación,²⁴⁷ independiente de las reformas legislativas o de la educación, aunque estas dos instancias se entendieran, desde ya, vinculadas a la posibilidad de ejercer una profesión. Este punto de vista, bien expresado por ejemplo en numerosos artículos de *Unión y Labor*, consiguió con los años sedimentar incluso en medios en apariencia menos interesados en el progreso femenino. Para

²⁴⁶ “La mujer y la emancipación”, *Nuestra Tribuna*, año 1, n° 9, 15 de diciembre de 1922.

²⁴⁷ Nari, *Políticas de maternidad...*, *op. cit.*, pp. 96-99.

los años veinte, las fotografías de las egresadas como químicas, farmacéuticas, peritos mercantiles y otras profesiones se habían vuelto moneda corriente y, significativamente, su presentación visual seguía los mismos parámetros de puesta en página que los de fotografías de participantes de concursos de belleza o de las asistentes a eventos mundanos, lo que validaba en términos sociales su presencia en el espacio gráfico de las revistas (Fig. 50).²⁴⁸ Y hablo aquí precisamente de un “tópico” porque, aunque los argumentos en contra del voto femenino o de la modificación del Código Civil, entre otros temas, sí tuvieron visibilidad en la prensa, difícilmente pueda encontrarse en las revistas de nuestro período una posición contraria a que las mujeres recibieran mejor instrucción, o un rechazo abierto a que abrazaran algunas profesiones sin descuidar sus deberes “naturales”, y esto es signo de un consenso lo bastante amplio como para que el tema se volviera, también, inofensivo respecto de lo que verdaderamente significaba para las mujeres de cara al futuro.

De hecho, a pesar de los esfuerzos de las anarquistas por hacerse oír, de las feministas por propender a la “evolución de la mujer” y de las revistas de interés general por dar visibilidad a la incorporación femenina a distintas profesiones, lo cierto es que la gran mayoría de los discursos acerca de las mujeres en relación con el futuro que circularon en las revistas ilustradas confirmaban, más que resistían, una representación del uso que las mujeres hacían del tiempo que gravitaba en torno del consumo y del hogar, una tendencia que no solo no mermó con el paso de los años sino que, por el contrario, adquirió cada vez más visibilidad. Pero esta visibilidad, como he señalado más arriba, venía facilitada por el desarrollo de una nueva imaginaria “moderna” en relación con tareas tradicionales, y una reelaboración sugestiva que proponía aquel uso del tiempo como una forma de cumplir los “sueños” de cambio y los deseos de modernidad de las mujeres del nuevo siglo.

“¿Cómo es que creen que en pleno siglo XX pueda todavía existir la palabra imposible?”, preguntaba por ejemplo un articulista que comenzaba, con esa retórica de “sueño cumplido” tan significativa para la prensa de entresiglos,²⁴⁹ la descripción de una gran tienda departamental de París que se extendía varias páginas en la revista *Idea Latina*: “Poder meter las narices, graciosamente paradas, en uno de esos antros misteriosos donde se plasma la fascinante *Moda de París*, descubrir y mirar con curiosidad dentro de sus miles de pequeños secretos, ver el trabajo esmerado de los alquimistas de la seda, de los rasos, de las panas, de las cintas, es sin duda el deseo íntimo de las miles y miles de simpáticas lectoras mientras se estudian ante el

²⁴⁸ Como las egresadas de la Escuela Superior Comercial de Mujeres en *Iris*, año 2, n° 94, 23 de diciembre de 1921; *Para Ti*, año 2, n° 39, 6 de febrero de 1923; *Mundial. La revista para todos*, año 2, n° 20, 25 de febrero de 1925.

²⁴⁹ Sobre la importancia de esta narrativa en la prensa popular norteamericana, que sin duda modeló al menos parcialmente el tono de las revistas argentinas, y que sirvió para ayudar a comprender el nuevo orden social que emergía con el desarrollo del capitalismo, véase Matthew Schneirov, *The Dream of a New Social Order. Popular Magazines in America, 1893-1914*, Nueva York, Columbia University Press, 1994. Esto se relaciona con la afirmación de Margaret Beetham de que “la promesa de autotransformación es endémica” de la forma revista. *A Magazine...*, *op. cit.*, p. 13.

espejo (...)", afirmaba el artículo en el que cada departamento de la gran tienda se describía como un paraíso terrenal donde las mujeres caen "presas de una dulce amnesia" y, ante las palabras obsecuentes de un empleado, "abren sin discutir la billetera del marido o de quien paga en su nombre".²⁵⁰ La adquisición de bienes se representaba aquí como un ritual de placer que saturaba de satisfacción cualquier otro deseo en competencia, y hasta llegaba a confundirse en ocasiones con un "derecho" de las mujeres, como sugiere una articulista en *Para Ti* que se apropiaba del tono asertivo del discurso feminista cuando comenzaba su nota con un "No puedo menos que compadecer profundamente a aquellas mujeres que consideran que no tienen derecho alguno, sino únicamente obligaciones", para más adelante concluir: "Ninguna mujer está obligada a deshacerse de su derecho para gozar de los paseos, de los viajes, del descanso. Estas son necesidades absolutas".²⁵¹

Del mismo modo, y según hemos apuntado arriba, así como el consumo aparecía como una actividad de pura satisfacción, otros artículos insistían sobre la idea de que la tecnología "liberaba" a las mujeres de las tareas del hogar: una publicidad de cocinas eléctricas Longvie aseguraba, por ejemplo, que en hacer la comida se demoraba "Antes horas... hoy minutos!", aunque la ilustración (Fig. 51) representara a una mujer con delantal, terminando el repulgue de una tarta con la misma dedicación que cualquier otra representación de una cocinera de unos años antes;²⁵² otra publicidad, esta vez de una lavadora eléctrica, se promocionaba como "un sueño realizado" que permitía "lavar, enjuagar, azular y secar ropa sin el menor trabajo".²⁵³ Más allá de los nuevos estándares que la adquisición de estos electrodomésticos imponía al cuidado de la casa, y que ya hemos discutido arriba, lo que interesa en todo caso señalar ahora es el modo como estas publicidades y artículos capitalizaron la retórica emancipatoria que había logrado una visibilidad estable en los discursos de las revistas ilustradas y la redirigieron no solo hacia el consumo sino específicamente al consumo de artículos que reforzaban las ataduras de las mujeres respecto del hogar.

Esta es una constatación tan evidente que califica hoy en día como lugar común. Sin embargo, es importante subrayar que se trata de un lugar común iniciado hace un siglo, ya que fue recién a principios del siglo XX que las revistas ilustradas comenzaron a representar la relación de las mujeres con la tecnología para la casa como una relación novedosa que venía a subsanar aquella distorsión entre hombres y mujeres ocasionada por el progreso y que, adicionalmente, desvinculaba a las mujeres del concepto de trabajo.

Como demuestra un artículo algo posterior, de 1934, que publicó la revista *Aconcagua* bajo el título "Por fin el progreso se ha acordado de la mujer", la tecnología doméstica no solo

²⁵⁰ Gec, "La fucina della moda", *Idea Latina*, año 1, n° 3, 15 de febrero de 1924, pp. 73-76.

²⁵¹ Juana North, "Los derechos de toda mujer", *Para Ti*, año 8, n° 378, 6 de agosto de 1929, p. 15.

²⁵² Publicidad de Longvie, *Aconcagua*, año 1, n° 11, diciembre de 1930.

²⁵³ Publicidad de Duo-American Company, *Aconcagua*, año 1, n° 8, agosto de 1930.

cifraba un deseo de eficiencia en el manejo de la casa sino que podía ser concebida como un instrumento de emancipación en sí mismo y una prueba de civilización: “Cuanto *más salvaje* es un pueblo, *más trabajo* deja recaer sobre los débiles hombros de la mujer (...). Cuanto *más civilizado*, más se preocupa de la elevación espiritual, de la libertad material y de la disminución de tareas de la mujer”, se afirmaba en la nota, que criticaba que hasta hacía poco tiempo se hubiese considerado a la tecnología “no como un medio de ganar más reposo y más tiempo para dedicar a los goces puros del hogar, a los placeres del espíritu, al mejoramiento en general del hombre, sino como un medio de ganar más provecho material”.²⁵⁴ Felizmente, continuaba el artículo, que viraba hacia un panegírico de los electrodomésticos, “la mujer moderna, liberada de más de la mitad de sus trabajos caseros por la magia de la electricidad, ha empezado a contemplar el presente y el futuro con ojos más sonrientes que los que le permitía la casi esclavitud en que vivía sumida”. Las grandes fotografías que ilustraban el artículo terminaban de rematar esta idea de liberación y felicidad: en el centro, en una cocina llena de ollas humeantes, una mujer sonreía y otra cuidaba una de las preparaciones. El epígrafe lo reconfirmaba: “La amplia sonrisa de la joven dueña de casa, mientras pone un poco de carne en el aparatito eléctrico que la ha de picar en unos segundos, parece decir: ‘¡Así da gusto cocinar!’”.

Como es claro, la tecnología ocupaba en este texto y en otros discursos similares, al igual que la educación o las leyes en el discurso anarquista y feminista, un lugar clave en la emancipación, y tapaba con todas sus promesas las infelicidades del presente. Más aún, el artículo acariciaba la idea de que para cerrar la brecha de desigualdades que separaba a las mujeres de los hombres bastaba que la tecnología facilitase las tareas de las mujeres y les dejara más tiempo libre, aunque, desde luego, no proponía una distribución más igualitaria de esas tareas, lo que velaba la permanencia de las desigualdades en el futuro.

Porque, de hecho, desde la perspectiva de este tipo de artículos, la tecnología no prometía reestructurar las relaciones sociales sino simplemente solucionar un inconveniente temporal o material dejando intactas las relaciones entre hombres y mujeres y sus proyecciones a futuro. El caso paradigmático de esta concepción de la tecnología lo encontramos en un artículo de *El Hogar* que abordaba el tema del desarrollo de robots desde el punto de vista de los beneficios que proporcionarían a las mujeres. Aunque el artículo hacía referencia a la posibilidad que ofrecían estos “hombres mecánicos” para aliviar las tareas de la casa, el principal beneficio que se les adjudicaba era subsanar las carencias románticas femeninas. En el futuro, decía el artículo, que acompañaban unas fotografías y una gran ilustración de una mujer sonriente sobre el regazo de un robot de lata que la abrazaba, “Cuando una esposa sienta la nostalgia de un marido ausente, entregado a sus negocios la mayor parte del día, podrá

²⁵⁴ Carlos Eduardo Lecube, “Por fin el progreso se ha acordado de la mujer”, *Aconcagua*, año 4, n° 34, marzo de 1934. Énfasis en el original.

pedirle como regalo un autómatas hecho a su semejanza para destruir su soledad. Este sosías amable repetirá a la damita el repertorio dulzón de su luna de miel o de la época de su noviazgo. Su compañía llenará el hogar desierto, y como su sugestión es tan poderosa en las almas románticas, quedará por tan sencillo medio asegurada la paz doméstica. Y la tranquilidad del marido...” (Fig. 52).²⁵⁵

En una tónica similar, aunque desplazando el componente mecánico/tecnológico hacia el propio cuerpo femenino, una publicidad de cosméticos predecía, sobre un fondo de rascacielos desde los que se proyectaban las luces de enormes reflectores, las características de “la mujer del año 2000”, que “será entonces de mirada electrizante y ademán mecánico, acaso no llore, quizá piense siempre, tal vez use capa, pero en su cartera no cambiará lo que aumenta su belleza... Polvo graseoso Leichner”.²⁵⁶ En los dos casos, el potencial de cambio de la tecnología quedaba limitado a servir como un medio que facilitaba la realización de los deseos de las mujeres, solo que estos se representaban como un repertorio exiguo de conductas sociales subsumidas bajo el concepto de “naturaleza femenina” y que, desde luego, traicionaban las expectativas transformadoras que otros discursos habían depositado en el concepto de “emancipación”.

Entonces, finalmente: ¿ofrecía el futuro una posibilidad de escapar a esa naturaleza, que se presentaba a fin de cuentas como origen de todas las esclavitudes? En la enorme diversidad de discursos que, como hemos visto, circuló la prensa a propósito del futuro de las mujeres, que depositaron su fe en la transformación de ese futuro ya en las leyes, ya en la educación, ya en las profesiones, el consumo o la tecnología, quizás el cambio que se representó como más transformador fue también el más incierto en sus efectos a futuro: la masculinización de las mujeres. En efecto, como señaláramos en el primer capítulo, la masculinización fue una de las formas en que las revistas ilustradas representaron el modo como los nuevos tiempos “desnaturalizaban” al sexo femenino, un cambio que, proyectado hacia el futuro, no fue representado en general como liberador sino como un potencial de conflictos: las modas masculinas, según se desprendía de algunas representaciones, podían ser un signo de contemporaneidad y buen gusto, pero también una avanzada en la conquista de nuevos derechos, nuevos espacios y nuevas prácticas reservadas tradicionalmente a los hombres. Peor todavía, las modas masculinas presagiaban la inversión de los roles de género, una amenaza que la prensa tendió a conjurar a través de representaciones en clave humorística que señalaban como antinatural esa vertiente del progreso, aunque al hacerlo revelaban también el fondo convencional de la supuesta “naturaleza femenina” y de la autoridad de los hombres sobre las mujeres.

²⁵⁵ “La mujer del futuro tendrá el marido que guste”, *El Hogar*, año 24, n° 997, 23 de noviembre de 1928, pp. 15, 20.

²⁵⁶ Aviso de Polvo graseoso Leichner, *Para Ti*, año 8, n° 377, 30 de julio de 1929.

Es el caso de una ficción breve en *Fray Mocho* que, bajo el título “Feminismo. Un pedido de matrimonio dentro de veinte años”,²⁵⁷ describía el ritual tradicional de un pedido de mano pero invirtiendo a los protagonistas de la entrevista, en este caso la novia y la madre del novio, que figuraban como quienes tomaban las decisiones en vez del novio y el padre de la novia. Al invertir los roles y depositar la autoridad “natural” de los hombres en las mujeres, el efecto disruptivo hacia el futuro era doble, ya que al revelar como irrisorio el hecho de que las mujeres tomaran las decisiones mientras los hombres aguardaban con docilidad su visto bueno, lo que se exponía también era la falta de fundamento de esa autoridad en sí misma, incluso si la detentaban los hombres. La inversión de los roles de género aparecía entonces aquí como una forma de visibilizar los desequilibrios de las relaciones entre los sexos y de imaginar una posible solución de ellos en el futuro, pero también como una forma de poner en guardia ante los efectos indeseados de esas posibles soluciones, en este caso particular la feminización de los hombres.

De modo que la masculinización o “desnaturalización” de las mujeres, y la inversión o trastocamiento de roles que derivaba potencialmente de ella y que podría haber sido en verdad transformadora de las relaciones sociales, recibió un tratamiento en la prensa que, por su ambigüedad, expresaba el lugar ciertamente problemático que ocupaba en la futura “emancipación de la mujer” (lo que a su vez demuestra la función primaria de las representaciones para administrar ansiedades y temores difíciles de articular abiertamente). En efecto, a fines de nuestro período, la noción de emancipación permanecía tan mencionada como todavía pendiente, a pesar de los múltiples esfuerzos por modernizar las representaciones femeninas que, tal como hemos analizado a lo largo de este capítulo, la prensa ilustrada puso en escena con el doble propósito de proyectar una imagen moderna de sí misma y apelar a la conciencia contemporánea de sus lectoras. Pero el problema de la emancipación no se agotó en las coordenadas temporales con que las revistas ilustradas representaron a las mujeres, sino que se negoció también en términos espaciales. Ese es el tema que abordaré en el último capítulo.

²⁵⁷ “Feminismo. Un pedido de matrimonio dentro de veinte años”, *Fray Mocho*, año 9, n° 402, 6 de enero de 1920.

Capítulo 4

La dimensión espacial

“El lugar de las mujeres” es una expresión de uso frecuente para referir al rol que se espera que las mujeres cumplan dentro de una sociedad. Pero la expresión sugiere la relación entre un determinado espacio físico y un repertorio de tareas condicionadas por ese espacio: el lugar de las mujeres, hemos escuchado muchas veces, es el hogar,¹ lo que significa no tanto que las mujeres han de estar recluidas dentro de la casa cuanto que las actividades juzgadas como privadas, en oposición a las juzgadas como públicas, son las que se espera que desarrollen las personas de sexo femenino.

Aunque “el lugar de las mujeres” varía entre distintas sociedades y ha ido cambiando a lo largo del tiempo, en Occidente la idea de privacidad vinculada a las mujeres, entendida en sentido positivo, se ha mantenido relativamente constante desde el siglo XIX, si bien solo asociada al estilo de vida burgués.² En efecto, fue solo para las mujeres burguesas que el espacio público se definió, en ese siglo, como incompatible con una noción de respetabilidad que se estaba construyendo por su lado como dependiente de aquella idea de privacidad.³ Así, casi desde su misma génesis la división entre espacio público y espacio privado, superpuesta a la división entre esfera pública y esfera privada, y esta a su vez proyectada sobre la división entre hombres y mujeres, apareció como menos transparente y menos abarcativa, jaqueada a fin de cuentas por el problema de la clase y de la raza, de lo que su proposición teórica haría suponer: si la respetabilidad burguesa —medida de toda definición de feminidad en el período que nos ocupa— quedaba descartada, ¿qué estatuto cabía entonces a las mujeres que atravesaban día a día la ciudad para llegar a sus puestos de trabajo? ¿En qué sentido se vinculaba la sospecha moral a la circulación en la vía pública, y cómo entraba la diferencia de clase en esa ecuación? Entonces, ¿cómo es que algunos espacios públicos y algunas actividades públicas sí eran aptos para la circulación y participación de mujeres respetables? Y por otro

¹ El presidente de Nigeria, por ejemplo, actualizó la idea recientemente al declarar: “El lugar de mi esposa es la cocina”. <http://cnnespanol.cnn.com/2016/10/18/presidente-de-nigeria-el-lugar-de-mi-esposa-es-la-cocina/#0> (consultado por última vez el 20 de septiembre de 2017).

² “En sus registros positivos, privado es una legitimación de la visión burguesa de la vida”, Raymond Williams, “Privado”, *Palabras clave*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2003 [1976], p. 259.

³ Esta noción ha sido suficientemente analizada por la historia de las mujeres. Solo señalo su operatividad también en el contexto argentino. Bonnie Frederick ha estudiado, por ejemplo, las estrategias de distintas escritoras argentinas del entresiglo para sortear esa asociación entre respetabilidad, privilegio de clase y privacidad que impedía la conformación de una identidad pública como escritoras porque ponía en entredicho su pudor; Donna Guy ha enfatizado la inflexión de clase que permeaba los discursos sobre la prostitución en la Argentina de las primeras décadas del siglo XX, es decir los discursos sobre mujeres que trabajaban en el espacio público y rompían el imperativo de privacidad (entre otros varios mandatos). Son ejemplos que demuestran, desde dos puntos opuestos del espectro social, cómo operaba el problema de la respetabilidad asociada a una posición de clase sobre la incorporación de mujeres al espacio público. Véase Frederick, *Wily Modesty. Argentine Women Writers 1860-1910*, Tempe, ASU Center for Latin American Studies Press, 1998, y Guy, *El sexo peligroso. La prostitución legal en Buenos Aires 1875-1955*, Buenos Aires, Sudamericana, 1994.

lado, ¿el hecho de que el espacio privado fuese el lugar de las mujeres significaba también que los hombres no tenían injerencia sobre él?

La inconsistencia, en la práctica, de una tajante separación de esferas que habría determinado una ocupación desigual del espacio público y privado por hombres y mujeres, y la dificultad que introduce la diferencia étnica, geográfica y de clase en esa separación, ha sido abundantemente discutida por la bibliografía. Nancy Fraser, en su conocido artículo sobre la esfera pública, señaló en 1990 que “los términos ‘privado’ y ‘público’ (...) no son simplemente designaciones directas de esferas sociales; son clasificaciones culturales y etiquetas retóricas. En el discurso político, son términos poderosos que con frecuencia se despliegan para legitimar algunos intereses, vistas y temas y para valorizar otros”.⁴ También Linda Kerber, en otro artículo a propósito de la doctrina de las esferas separadas,⁵ reconocía que hacia los años ochenta esa doctrina había comenzado a ser por fin entendida “como una construcción retórica que respondía a una realidad económica y social cambiante”⁶ y que se había afianzado en el siglo XIX a raíz, justamente, de la aparición de cambios en las estructuras sociales y en las relaciones entre hombres y mujeres.

La insistencia de ambas autoras en la dimensión retórica de la doctrina de las esferas separadas y en la variabilidad de lo que se comprende como público y como privado en distintos momentos históricos pone el acento sobre la importancia del discurso en la construcción de esa ideología, de donde se deduce la centralidad de las representaciones sociales acerca de los hombres y las mujeres en el proceso mismo de su configuración en cuanto doctrina. Esta, a su vez, estuvo modulada por los cambios en las relaciones sociales a los que alude Kerber, y que bien pueden vincularse a las transformaciones económicas producidas, en términos generales, por la Revolución Industrial. Pero esas transformaciones,

⁴ Nancy Fraser, “Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy”, *Social Text*, nº 25-26, Durham, 1990, pp. 56-80, cita en p. 73.

⁵ “Doctrina de las esferas separadas” se llamó a la creencia, consolidada en el siglo XIX, en que hombres y mujeres viven en mundos distintos, en que esa diferencia se origina en las tendencias naturales de uno y otro sexo, y en que define los intereses y las funciones sociales de unos y otras. Según Linda Kerber, el término “esfera” fue primero una metáfora de uso extendido en el siglo XIX para referirse a las actividades de las mujeres, pero los historiadores posteriores naturalizaron el término y tomaron su uso en el siglo XIX como evidencia de que, efectivamente, las vidas de hombres y mujeres se habían desarrollado observando una separación que se identificaba, además, con la división de lo público y lo privado, y en gran medida con el desarrollo de las formas de vida burguesas. En los años sesenta del siglo XX la existencia (no discutida) de esferas separadas comenzó a comprenderse —sobre todo desde una perspectiva marxista— menos como una tendencia natural que como una reacción a los cambios que habían tenido lugar en las estructuras sociales. Otra corriente de la historia de las mujeres tomó la noción, y la convirtió en ocasiones en “cultura femenina”, para analizar los vínculos y las formas de comunidad exclusivamente femeninas que las mujeres desarrollaron para contrarrestar su exclusión de los ámbitos de decisión de asuntos públicos, y como punto de partida de los movimientos feministas. Como apunto a continuación en el texto, la doctrina tiende a comprenderse hoy como una ideología en constante refinamiento más que una descripción del modo en que se organizaban las sociedades del entresiglo, aunque muy influyente sobre esas formas de organización. Kerber sugiere, por otro lado, que debe tenerse en cuenta su potencial autonomizante a la vez que prescriptivo, y su relación con el uso efectivo del espacio físico, un punto que analizaré en la segunda sección de este capítulo. Kerber, “Separate spheres, female worlds, woman’s place. The rhetoric of women’s history”, *The Journal of American History*, vol. 75, nº 1, Bloomington, junio de 1988, pp. 9-39.

⁶ Kerber, “Separate spheres...”, *op. cit.*, p. 21.

que tuvieron efectos concretos sobre las prácticas de hombres y mujeres, cobraron sentido y carácter prescriptivo gracias a la circulación de representaciones femeninas y masculinas que tendieron a generalizar nociones acerca de las actividades y los espacios de acción de hombres y mujeres velando los matices y las prácticas que no coincidían con aquellas prescripciones. No es casual, por este motivo, que en las tradiciones disciplinares que trabajan en gran medida sobre representaciones, como la historia de la literatura y la historia del arte, surgiera como foco de interés el modo en que en las sociedades en vías de modernización se construyó discursivamente la separación de esferas, y con ellas de espacios.

En su análisis de la literatura sobre la modernidad,⁷ Janet Wolff observó, por ejemplo, que el protagonismo de la figura del *flâneur* (así como la del dandy y el extranjero) en la descripción de la experiencia moderna hecha por observadores como Charles Baudelaire, y más tarde Georg Simmel o Walter Benjamin, sin duda contribuyó a concebir imaginariamente el espacio público del período, en conjunto con la esfera pública, como masculino. Esto sucedió más allá de que en la práctica las mujeres habitaran y atravesaran ese espacio, sobre todo porque el protagonismo de la figura del *flâneur* se sumó al hecho de que la mayor parte de las instituciones (económicas, políticas) eran en efecto administradas por hombres. Las dos cosas ayudaron a que se pensara la participación femenina como restringida a la esfera privada, y con ella a los espacios privados.

La solidez de esa construcción discursiva, según Wolff, le aseguró larga vida, a tal punto que aun en la bibliografía del último tercio del siglo XX la asociación entre vida pública, masculinidad y experiencia moderna era todavía natural. Aunque en estos análisis más recientes (Marshall Berman, Richard Sennett)⁸ por supuesto se reconocía la presencia de mujeres en el espacio público del cambio de siglo, el perfil diferencial de su experiencia de ese espacio aparecía aún, como antes en Baudelaire o Simmel, como marginal precisamente por su diferencia respecto de la experiencia de los hombres. Por ejemplo, la circulación femenina en el espacio público se presentaba como más vigilada o teñida de características negativas, como la masculinización o el rebajamiento moral, lo que velaba la comprensión de las prácticas reales de las mujeres. Por otra parte, apunta Wolff, la separación real y documentada entre trabajo y hogar y entre ocupaciones masculinas y femeninas que ocurrió entre los siglos XIX y XX contribuyó a reforzar la idea de que en este período la ideología de las esferas separadas había

⁷ “The invisible *flâneuse*: women and the literature of modernity” [1985], *Feminine Sentences. Essays on Women and Culture*, Berkeley y Los Ángeles, University of California Press, 1990, pp. 34-50. Wolff trabajó sobre todo a partir de los siguientes textos: “El pintor de la vida moderna” [1863], de Charles Baudelaire; “Charles Baudelaire: un poeta lírico en la era del gran capitalismo” [1933], de Walter Benjamin; “El extraño” [1908] y “La metrópolis y la vida mental” [1903], de Georg Simmel. Sobre el rol de la cultura en el mantenimiento de la doctrina de las esferas separadas véase también el texto de Wolff, “The culture of separate spheres: the role of culture in Nineteenth-century public and private life”, en el mismo volumen, pp. 12-33.

⁸ Richard Sennett, *The Fall of Public Man*, Cambridge, Cambridge University Press, 1977; Marshall Berman, *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, Madrid, Siglo XXI, 1988 [1983].

adquirido un alcance muy amplio y que había llegado a determinar las prácticas sociales de la mayoría de las mujeres. De esto derivó la invisibilización de estas en los textos que analizaban los intercambios sociales en el espacio público, al que se juzgó más relevante para el estudio de la sociedad del período que el ámbito privado, supuesta “esfera” de las mujeres. Tales análisis a su vez desconocían la participación e injerencia de los hombres también allí.

Según Wolff, esta confluencia de fenómenos —históricos, pero también discursivos— orientó una forma de concebir la vida pública del cambio de siglo que hace imposible pensar en una *flâneuse*, un equivalente femenino del hombre que pasea anónima y libremente por la ciudad dirigiendo su mirada hacia las cosas y hacia los extraños sin protocolo previo. Por otro lado, veló la posibilidad de pensar otras formas de actuar en el espacio público que difirieran de la experiencia del *flâneur*, por ejemplo aquellas de las mujeres trabajadoras, o incluso de las mujeres burguesas que sí transitaban —de otro modo— la ciudad. Podríamos agregar incluso que impidió pensar una experiencia de la modernidad articulada fuera del espacio público, o en un espacio público distinto de la ciudad, o una modernidad en la que la división entre público y privado no resultara ya operativa porque había sido complicada por matices de clase, raza o generación a tal punto que afirmar que en ella el ámbito público era masculino y el femenino era privado carecería de alcance analítico.

Unos años después de la aparición del artículo de Wolff, Griselda Pollock retomó su hipótesis central —la idea de que nuestra comprensión de la modernidad es limitada y está modelada sobre los escritos de hombres que han ignorado no solo la participación de las mujeres en la esfera pública sino que han marginado también todo aquello concebido como privado y por ello femenino— para ocuparse de la obra de artistas impresionistas mujeres como Berthe Morisot y Mary Cassatt.⁹ A diferencia de Wolff, que había trabajado sobre material textual, Pollock se propuso criticar la comprensión del fenómeno moderno como principalmente urbano y masculino a partir del análisis de una serie de pinturas impresionistas en las que identificaba múltiples desviaciones de aquel postulado, que comprometían además la noción de que la participación de las mujeres en la esfera pública, y su ocupación del espacio público, había sido acotada.

Pollock revisitaba allí algunas de las pinturas que habían servido a historiadores como T. J. Clark¹⁰ para caracterizar el impresionismo como un fenómeno moderno alimentado por las experiencias urbanas y suburbanas de un grupo de pintores hombres. Además de señalar cómo la diferencia de clase atravesaba (no siempre del mismo modo) los intercambios entre hombres y mujeres que representaban muchas de esas obras, Pollock sumaba a la discusión obras de

⁹ “Modernidad y espacios de la feminidad”, *Visión y diferencia. Feminismo, feminidad e historias del arte*, Buenos Aires, Fiordo, 2013 [1988], pp. 111-163.

¹⁰ T. J. Clark, *The Painting of Modern Life. Paris in the Art of Manet and his Followers*, Nueva York y Londres, Alfred A. Knopf y Thames & Hudson, 1984.

pintoras mujeres que al trabajar desde y representar lo que la autora llamó los “espacios de la feminidad” (es decir los lugares, pero también las rutinas y rituales en los que las mujeres se socializan como mujeres) complejizaban, y sobre todo ampliaban, la caracterización canónica del impresionismo —y de allí en adelante del arte moderno— como un fenómeno artístico vinculado a escenarios públicos como la calle, el teatro, el burdel y el bar, y obligaban a reconsiderar la intrincada posición de clase y género desde la cual se articulan las representaciones.

Más recientemente, los trabajos de Wolff y Pollock fueron revisados y hasta cierto punto criticados en un volumen editado por Aruna D’Souza y Tom McDonough en el que distintos autores discutían varios de los supuestos que sostenían esos trabajos.¹¹ Allí se ponían en cuestión el poder de la mirada adjudicada al *flâneur* —que puede ser interpretado no solo como encarnación del poder de la mirada objetivizante masculina sino también como una figura que negocia la masculinidad en una época de transformaciones—, la imposibilidad de pensar en una *flâneuse* —teniendo por ejemplo en cuenta la emergencia de espacios públicos en los que a través del consumo las mujeres burguesas podían ejercer un poder equivalente al del *flâneur*—, y en términos generales la validación de la idea de que lo público y lo privado estuvieron en el período claramente diferenciados y que el ámbito privado estuvo reservado a las mujeres.¹² Aunque estas críticas ayudan a matizar algunas de las rigideces que pueden observarse en aquellos textos ya clásicos y a refinar los alcances de sus afirmaciones, sobre todo avanzan sobre el terreno abierto por las autoras y suman análisis de casos que tienden a confirmar la necesidad de trabajar (como han hecho ya otros trabajos desde entonces)¹³ sobre una noción de modernidad más amplia que considere menos mecánicamente la participación de los hombres y de las mujeres tanto en la esfera pública como en la esfera privada, por otro lado en redefinición constante, así como su ocupación del espacio público y el espacio privado.

En efecto, tanto Wolff como Pollock, en sus análisis de escritos y pinturas, ya habían enfatizado la inadecuación de los modelos teóricos así como la parcialidad de las interpretaciones históricas y de las representaciones textuales y visuales de la modernidad que otorgaban al espacio público un lugar preeminente, a expensas del ámbito privado y de lo

¹¹ Aruna D’Souza y Tom McDonough, *The Invisible Flâneuse? Gender, Public Space, and Visual Culture in Nineteenth-Century Paris*, Manchester y Nueva York, Manchester University Press, 2006.

¹² La negativa a admitir la posibilidad de una *flâneuse* ha dado mucho que hablar a otros historiadores además de los mencionados, porque se basa en una concepción del término *flâneur* que lo identifica con una posición de autoridad masculina y privilegio de clase que, según han señalado otras perspectivas, destierra las ambigüedades del concepto, por cierto utilizado de muy diversas maneras, y porque concede cierta entidad a la separación de esferas que el artículo de Wolff pareciera querer discutir. Es posible salir del atolladero, como señala Deborah Parsons, si se otorga menos centralidad a la figura del *flâneur* (o se lo piensa desde una perspectiva más flexible), si se consideran, en cambio, otras formas de observación y circulación en la ciudad, más vagabundas, y si se tiene en cuenta no solo la experiencia de las mujeres en la ciudad en comparación con la de los hombres, sino también los propios registros que dejaron las mujeres de sus formas de experimentar la ciudad. Véase su *Streetwalking the Metropolis. Women, the City, and Modernity*, Oxford, Oxford University Press, 2000, pp. 5-7; una discusión de las cambiantes definiciones del término *flâneur* en el capítulo “Mythologies of Modernity”, pp. 17-42.

¹³ El trabajo de Parsons mencionado en la nota anterior es un ejemplo de esto; también Erika Rappaport, *Shopping for Pleasure. Women in the Making of London’s West End*, Princeton y Oxford, Princeton University Press, 2000.

que —erróneamente, dándole crédito a la doctrina de las esferas separadas— se había concebido como en exclusiva femenino. Ambas hacían especial hincapié en la distorsión que aquellos modelos, interpretaciones y representaciones significaban respecto de las prácticas reales de las mujeres (y de los hombres) del período, y aun admitiendo la centralidad de la variable espacial para la comprensión de esas diversas prácticas, proponían una redefinición de la experiencia de la modernidad a partir de la consideración del modo en que las prácticas de las mujeres no solo se desarrollaron en múltiples espacios sino que, aun en aquel espacio definido como privado (y teniendo en cuenta que esa definición es cambiante), resultaron también novedosas y modernas. Es decir, llamaron a una ampliación de la discusión de la modernidad como articulada a partir de tajantes divisiones en términos de espacio y género, y para ello confiaron en —tanto como criticaron— las representaciones sociales del período acerca de los hombres y de las mujeres y de su diferenciada relación con el espacio.

Pollock en especial propuso, además, una redefinición del concepto de espacio que, a la hora de trabajar con representaciones, tuviera en cuenta sus múltiples dimensiones. Así, la autora concibe el espacio en cuanto locación representada, pero también los recursos que se utilizan para representar el espacio pictórico (sus cualidades, sus particiones) y el modo en que esos recursos afectan la percepción de la locación y de la ocupación que los personajes hacen de ese espacio y modifican la relación del espectador con lo representado. Al analizar, por ejemplo, la desarticulación de las convenciones de la perspectiva geométrica que ensayó Mary Cassatt, Pollock identifica la voluntad de representar un espacio experiencial que, a diferencia del espacio abstracto y matemático más comúnmente utilizado por los artistas desde el siglo XV, incorpora en la representación las inflexiones subjetivas, históricas e ideológicas de quien realiza la representación. Tales inflexiones invitan a una identificación por parte del espectador que no reproduce la posición de dominio sobre lo representado que, en cambio, sí habilita la perspectiva geométrica. Es decir que los recursos utilizados para representar el espacio pictórico se vinculan con los espacios sociales desde los cuales se ha producido la representación y orientan en el espectador —sin definir por completo— una percepción de ese espacio que trasciende la mera comprensión del lugar representado y proporcionan elementos para interpretar las inflexiones sociales que modularon esa representación. Es importante enfatizar que esto sucede tanto en el caso de productores hombres como en el de productoras mujeres, y tener en cuenta, siguiendo a Pollock, que las representaciones resultantes también afectan *al propio productor*, cuya práctica en sí misma es un sitio de producción de diferencia sexual y social.¹⁴

Esta argumentación nos concierne en especial en este capítulo dedicado a la dimensión espacial en las representaciones de mujeres porque permite considerar un actor que no ha emergido en este trabajo hasta este momento: las propias artistas mujeres que trabajaron en la

¹⁴ “Modernidad y espacios de la feminidad”, *op. cit.*, pp. 152-153.

Argentina de las primeras décadas del siglo y cuya práctica, para la que el problema del espacio resultó fundamental, apareció referenciada en las páginas de las revistas ilustradas de que nos ocupamos. Pero interesa también porque, aun si trascendemos la especificidad del arte, las representaciones artísticas y las artistas mujeres, el abordaje de Pollock resulta útil, por un lado, como recordatorio del trabajo que ejercen las representaciones tanto sobre los espectadores como sobre sus productores, y por el otro porque permite discernir entre distintas dimensiones del espacio que configuraron la vida de los hombres y de las mujeres del período: el espacio social, que por ser el de las interacciones humanas es también aquel de las normas, de las prescripciones, de los usos y costumbres, así como de sus transformaciones en las nuevas prácticas, aquel que renueva todo el tiempo, porque todo el tiempo cambia, que se define como público y como privado, como masculino y como femenino, y del que tenemos indicios cuando aparece bajo la forma de sentencias, afirmaciones, sentido común; el espacio físico, geográfico, que se organiza como espacio público y espacio privado pero también en otros múltiples espacios intermedios; el espacio visual, el espacio gráfico y el espacio pictórico, es decir las superficies sobre las que se extendieron las representaciones y las formas en que el espacio físico apareció representado visualmente en dos dimensiones en las imágenes del período, y que guarda relación con los espacios sociales desde los cuales se produjeron las representaciones; finalmente el espacio mental, quizás el más difícil de visualizar, pero que entiendo como el margen que la interacción de las prácticas y las representaciones sociales dejaron a los hombres y las mujeres para imaginar su lugar en el mundo, un margen variable, cambiante, en especial en el período de nuestro interés, tan cruzado por transformaciones de distinto orden.

Estas formas de concebir el espacio son las que tomaré como punto de partida para organizar este capítulo. Me enfocaré primero en el espacio social, que abordaré a partir de las representaciones acerca de lo que constituye el “mundo” de las mujeres y del modo como las mujeres deben actuar en ese mundo, así como las interacciones que se les permiten con el “mundo” de los hombres, con el objetivo de establecer cómo contribuyeron las representaciones circuladas por las revistas a diferenciar y normalizar distintas prácticas, intereses y gustos como masculinos y femeninos, en un proceso incesante que demuestra, precisamente, la no naturalidad de esas divisiones.

El espacio físico será el tema de interés de la segunda sección, donde examinaré cómo fue representada la circulación de mujeres en los espacios públicos y privados, cómo las diferencias entre las mujeres se expresaron también en las formas en que se representaron sus distintas ocupaciones del espacio, los grados de legitimidad con los que se presentaron esas diversas circulaciones así como las actividades asociadas a esas circulaciones, y las transformaciones visibles de esos patrones de circulación. El objetivo de este apartado es matizar las afirmaciones acerca de la limitada circulación de las mujeres en el espacio público a

lo largo del período pero profundizando la comprensión de las condiciones específicas en que las mujeres habitaron ese espacio, y por otro lado examinar con mayor atención cómo se representaron las relaciones de distintas mujeres con distintos espacios físicos.

Dedicaré la tercera sección a analizar, por un lado, cómo aparecieron las mujeres en el espacio visual y cómo penetró esa aparición en el espacio público; en segundo lugar me detendré en los recursos plásticos que utilizaron distintas representaciones de mujeres a la hora de representar el espacio tridimensional en dos dimensiones, con la intención de poner a prueba la hipótesis de que las formas de construir el espacio pictórico interactúan con las condiciones sociales que originan esas representaciones del espacio, y con el objetivo de examinar qué consecuencias semánticas tienen esos recursos sobre la legitimidad reservada a distintas ocupaciones del espacio por parte de distintas mujeres.

El último apartado estará consagrado al elusivo tema del espacio mental habilitado a las mujeres del período para imaginar su vida cotidiana, y a reflexionar acerca de las maneras en que los múltiples condicionamientos impuestos por el espacio social, el espacio físico, y el espacio visual, gráfico y pictórico impactaron en la ampliación o la limitación de ese espacio mental.

1. El espacio social

Cuando en 1922 apareció el primer número de *Para Ti* con el lema “Todo lo que interesa a la mujer” extendido bajo la marca de la revista, en el encabezado de la página de apertura, la publicación asumía una serie de proposiciones: por un lado, que podía contener en su interior toda la variedad de temas capaces de convocar la atención de lectoras mujeres, y que esas mujeres (“la mujer”) compartían todas los mismos intereses; por el otro, que ese repertorio de temas ya estaba en algún sentido definido de antemano, un supuesto que se transparentaba en el uso del tiempo verbal presente en vez de futuro (“interesa” y no “interesará”). Más aún, al mezclar el tono confidencial que sugería el título de la revista al dirigirse a la potencial lectora y el tono universal, impersonal del lema, la revista se posicionaba, como ha señalado Paula Bontempo en su tesis sobre la publicación, como una “guía de la mujer moderna”,¹⁵ es decir a la vez dentro y fuera del mundo femenino, conocedora y faro de las expectativas de las mujeres.

Para Ti es comúnmente considerada por la bibliografía como una de las primeras revistas ilustradas argentinas del siglo XX que explotaron con estrategias modernas el mercado de las lectoras mujeres, al que contribuyeron de ese modo a configurar con un perfil más definido.¹⁶ Desde luego que en el siglo XIX, y en el XX antes de *Para Ti*, se habían publicado numerosas

¹⁵ Paula Bontempo, *Para Ti: el cuerpo de la mujer moderna (1922-1928)*, tesis de maestría, Universidad de San Andrés, 2006, p. 8.

¹⁶ *Ibidem*, p. 34, 39. Sobre la segmentación del público véase también Alejandro Eujanian, *Historia de revistas argentinas 1900/1950. La conquista del público*, Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores de Revistas, 1999.

revistas femeninas: basta citar las conocidas *La Aljaba*, *La Camelia*, el *Álbum de señoritas* de Juana Manso, *La Alborada del Plata* de Juana Manuela Gorriti, *Búcaro Americano* atravesando el cambio de siglo,¹⁷ y ya en el XX, entre otras, *Elegancias* y unos años antes de *Para Ti*, *La Mujer y la Casa* e incluso *Vogue* (a las que volveremos). *Para Ti* no podía arrogarse novedad en este sentido, aunque reclamaba para sí la capacidad de convertirse en aquella revista que por fin reuniese *todos* los intereses femeninos, lo que también significaba —y esa era la tercera premisa de su lema— que esos intereses constituían un repertorio *limitado*.

El lema de la revista continuó vigente a lo largo de todo el período que estudiamos, e incluso ganó protagonismo cuando en 1926 la página de apertura, que hasta entonces incluía también el primer artículo de cada número y reservaba solo el cuarto superior de la página al encabezado, se convirtió en una página ornamental que contenía la marca de la revista, el lema (en un cuerpo más grande y compuesto siguiendo una curva que se acomodaba a los contornos de la marca) y el año y número del ejemplar circundados por una serie de motivos geométricos y florales (Fig. 1). Debajo, en el centro, dos figuras de mujeres idénticas, dispuestas como en espejo, descalzas, vestidas con una túnica clara y cabello largo, sostenían con sus manos la estructura formal de la marca y su lema. Rígidamente simétrica, llamativa aun tratándose de una página impresa a una sola tinta, la nueva página de apertura delataba una intención clasicizante visible en los motivos ornamentales, en la túnica de aspecto clásico de las mujeres y el hecho de que se encontraran descalzas, que apuntaba a elevar el estatuto de la publicación y en consecuencia, al otorgar al lema un lugar tan preeminente, a los asuntos que allí se trataban.

El lema de *Para Ti* resulta muy sugestivo porque da por sentado, en la simplicidad de su formulación, que existe algo así como un conjunto de intereses femeninos que pueden ser identificados, distinguidos de los intereses masculinos, empaquetados en una serie de secciones y consumidos por un tipo de lectora universal. La idea, como apunté antes, no era novedosa, pero sí lo era su vocación de totalidad. Extremando la estrategia de las revistas de interés general, que como he señalado antes entre fines del siglo XIX y el XX entendieron con rapidez las ventajas de contar con secciones femeninas que convocasen a lectoras mujeres, en especial porque las mujeres habían comenzado a participar con mayor visibilidad del consumo y eran, en consecuencia, un mercado en crecimiento que atraía anunciantes, las revistas femeninas como *Para Ti* en un sentido limitaron los alcances de su contenido para, en otro sentido, profundizar el tratamiento de ciertos temas que identificaron —pero también y sobre todo crearon— como “femeninos”.

Pero ¿dónde estaba dicho, en 1922, qué era lo que interesaba a “la mujer”? ¿Cómo es que podía estar tan claro, al inicio de una década en la que las mujeres fueron protagonistas de tantos

¹⁷ Véanse entre otros Néstor T. Auza, *Periodismo y feminismo en la Argentina, 1830-1930*, Buenos Aires, Emecé, 1988; Lily Sosa de Newton, “Periodistas y escritoras”, *Las argentinas y su historia*, Buenos Aires, Feminaria, 2007, pp. 209-236.

cambios en los usos y costumbres, en las prescripciones sociales, en las posibilidades educativas y laborales, lo que iba a interesarles? Veamos qué era lo que *Para Ti* entendía como interés de la mujer, cuánto de ese repertorio había sido ya definido por las publicaciones anteriores, y cuánto en realidad *Para Ti* redefinía, en conjunto con otras publicaciones contemporáneas como *La Mujer y la Casa*, *Femenil* y *Vogue*, como contenido exclusivamente femenino. Esto nos dará una idea del espacio social en el que discursivamente se posicionaba a las mujeres en las revistas ilustradas.

1.1 *Los intereses de las mujeres, o lo que debe interesar a “la mujer”*

En su análisis de *Para Ti* entre 1922 y 1928, Paula Bontempo identificó los cambios en términos de cantidad de páginas, tirada, secciones y tono que sufrió la revista en el período, y que se vinculan hasta cierto punto al reemplazo de la primera directora de la publicación, María Morrison de Parker, por Matilde Vélaz Palacios en 1925.¹⁸ Bontempo señaló que la revista incorporó desde el comienzo un correo de lectoras que más tarde se fue especializando según temática (de moda, sentimental), así como otras secciones de servicios (avisos clasificados, cartas entre lectoras, una “Guía de la mujer en Buenos Aires” que proporcionaba direcciones útiles) que transparentaban el deseo de “ayudar” a las mujeres en las tareas que se reconocían como parte de su vida cotidiana: el cuidado de los hijos, el arreglo personal, el gobierno de la casa y los asuntos del corazón.

Durante los primeros años de la revista apareció también la columna de Carmen S. de Pandolfini, una educacionista que he citado varias veces a lo largo de este trabajo, y que abordaba en un tono didáctico y moralizante temas variados, por lo general vinculados con las nuevas costumbres y con cómo estas afectaban instituciones como el noviazgo y el matrimonio, y tareas como el cuidado de la casa y de los hijos. Por otro lado, como también señala Bontempo, la revista incorporó en sus primeros años una serie de artículos sobre distintas instituciones públicas en las que las mujeres participaban activamente, como centros de beneficencia, hospitales, orfanatos y asociaciones de mujeres, es decir relacionadas en términos generales con la asistencia social. En esta primera etapa, además, Morrison de Parker dio lugar en su columna “Comentarios”, y en algunas secciones específicas creadas para tratar temas puntuales, a algunas de las cuestiones que el feminismo había logrado instalar en el debate público, como la reforma del Código Civil y el divorcio, y discutió algunos proyectos de ley que se relacionaban con la participación femenina en la esfera pública (como las políticas sociales, educativas, de beneficencia), aunque el abordaje de todos estos temas, señala también Bontempo, tendió a aceptar con tibieza las grandes transformaciones y a celebrar con mayor

¹⁸ En el análisis de las secciones sigo a Bontempo, *op. cit.*, en especial su capítulo 2, pp. 36-64.

efusividad, en cambio, las iniciativas más claramente vinculadas con la maternidad y el asistencialismo.

Este universo de intereses, que más allá del tratamiento que recibieran no se limitaban al mundo doméstico sino que proyectaban las supuestas cualidades maternas y domésticas de las mujeres sobre una serie de asuntos públicos,¹⁹ modificó su perfil al asumir la dirección de la revista *Vélez Palacios*. Se incorporaron una sección para las novias, otra para niños, otra sobre códigos sociales y otras tantas sobre la vida de la alta sociedad porteña; se amplió el espacio dedicado a la moda, la información para las madres y las labores femeninas, y se sumaron artículos escritos por autoras extranjeras (como Dorothy Dix, Ursula Bloom y Berta Ruck) que por lo general abordaban temas como el noviazgo, la maternidad y el matrimonio desde la perspectiva de una “mujer moderna” que debía compatibilizar a la vez los mandatos tradicionales con una nueva expectativa de diversión y libertad para circular y relacionarse con el sexo opuesto.²⁰ Bontempo apunta que todos estos cambios supusieron un “giro aristocrático”, que ella identifica junto a Kathleen Newman como presente también en otras publicaciones como *Caras y Caretas* y *Plus Ultra*, destinado a que la revista adquiriera un perfil más distinguido capaz de convocar a más lectoras.²¹ En cambio, los asuntos asistenciales y la política tendieron a ser cada vez más marginados de las páginas de la revista, una ausencia, según Bontempo, que “no carece de representación sobre el lugar que debían tener las mujeres y su responsabilidad en el conjunto de la sociedad”, ya que “La revista reclama una mujer en el hogar y una participación femenina pasiva: respondiendo encuestas”.²²

La idea de que al limitar sus contenidos a los temas domésticos y marginar los contenidos políticos *Para Ti* propuso orgánicamente la reclusión de las mujeres en el ámbito privado y las consideró como sujetos pasivos puede ser discutida. Dado que las revistas, como en general los medios de comunicación, son artefactos que circulan socialmente y atraviesan el ámbito público tanto como el privado, tal vez resulte más útil interpretar las representaciones

¹⁹ Esta forma de interpretar la participación de mujeres en la esfera pública fue muy común, y ha sido señalada para el caso argentino, entre otros, por Karen Mead, “Beneficent maternalism: Argentine motherhood in comparative perspective 1880-1920”, *Journal of Women's History*, vol. 12, n° 3, otoño de 2000, pp. 120-145.

²⁰ Muchas de las publicaciones de la editorial Atlántida estaban compuestas por textos e ilustraciones extranjeros. Es interesante que el origen de esos contenidos fuera inglés o norteamericano antes que francés o español; quizás se resignaba la connotación de refinamiento en favor de la de modernidad. Sobre este imaginario, Nancy F. Cott, “Mujer moderna, estilo norteamericano: los años veinte”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres en Occidente*, tomo 9, *El siglo XX. Guerras, entreguerra y posguerra*, Madrid, Taurus, 1993, pp. 89-107. La incorporación de material extranjero puede haberse debido también a que, como sugiere una cita recuperada por Bontempo de las memorias de Matilde Vélez Palacios, el archivo de la editorial Atlántida era a principios de los años veinte todavía muy pobre en material. Vélez Palacios, según sus memorias, replanteó las secciones de la revista de acuerdo a las “cosas lógicas” que le parecieron de interés para el público femenino. Es sobre la lógica de esas cosas que se trata este apartado. Véase Bontempo, pp. 46-47; Matilde Vélez Palacios, *Memorias de Matilde Vélez Palacios. El libro que no debe faltarle a ninguna mujer*, Buenos Aires, Amorrortu, 1933, pp. 63, 64, 68.

²¹ Bontempo, *op. cit.*, p. 47. Véase Kathleen Newman, “The modernization of femininity: Argentina, 1916-1926”, en AA.VV., *Women, Culture and Politics in Latin America*, Berkeley, University of California Press, 1990, pp. 74-88.

²² Bontempo, *op. cit.*, p. 51.

de mujeres interesadas en temas como la moda y las nuevas concepciones del matrimonio y la maternidad no como afirmaciones de la revista sobre un “lugar de las mujeres” circunscripto a las paredes de la casa sino como articulaciones posibles de una nueva feminidad que, no lo olvidemos, son también públicas. Las representaciones de mujeres domésticas (una domesticidad mediada por el consumo, y en este sentido muy moderna) son también representaciones de las identidades públicas, tanto como privadas, que la revista proponía como femeninas, y debemos estar alertas contra la tendencia a identificarlas de modo automático como vinculadas exclusivamente con el ámbito privado solo porque las tareas que se les asociaban se realizaban sobre todo en el hogar (y tener en cuenta que esto era así solo parcialmente).²³

Más aún, la fuerte presencia y la variedad de secciones epistolares a través de las cuales la revista se comunicaba con sus lectoras y a través de las cuales las lectoras se comunicaban entre sí invita a pensarla como un ámbito de sociabilidad, entre lo público y lo privado, que difícilmente permita caracterizar a las mujeres como pasivas. Mi punto es que no porque los temas que abordaba la publicación comenzaran a verse cada vez más limitados a los asuntos domésticos, corporales y maternales la revista fomentó la reclusión hogareña y la pasividad en un sentido equiparable a lo que proponían, por ejemplo, las revistas femeninas del siglo XIX. Por el contrario, invitó a las mujeres a identificarse públicamente como sujetos sociales que realizaban determinadas tareas, distintas de las de los hombres, y a interactuar en la esfera pública con otras mujeres y también con los hombres asumiendo esa identidad pública, que además se proponía como moderna.

En efecto, aunque tratase temas que la conciencia del período habría calificado con probabilidad como “privados”, no podemos ignorar el carácter público de ese tratamiento —y la participación activa de mujeres que presuponía—, que es inherente a cualquier medio de comunicación, independientemente de que su orientación sea política, comercial, artística, femenina, etc. Además, el hecho de que las mujeres demostraran su participación en esa identidad pública que la revista al mismo tiempo parecía imponerles destierra, hasta cierto punto, la idea de que la homogeneización del espacio social femenino avanzaba en un solo sentido, de la revista hacia las lectoras, y permite pensar, en cambio, en lectoras que abrazaban

²³ Las actividades hogareñas tal como las representaba *Para Ti* y otras revistas implicaban un intercambio constante con el ámbito público, por ejemplo a través del consumo. Sobre el consumo como una actividad que generó una identidad de género nueva disponible para las mujeres, de carácter público y vinculada específicamente a los espacios extradomésticos, véase entre otros Rappaport, *Shopping for pleasure, op. cit., passim*. Más allá del consumo, instituciones como el matrimonio o la maternidad, que se pensaban como temas privados, en realidad también se estaban construyendo como asuntos de interés público en la medida en que el Estado reguló cada vez más la manera en que debían desarrollarse. Véanse por ejemplo los trabajos de Marcela Nari, *Políticas de maternidad y maternalismo político, 1890-1940*, Buenos Aires, Biblos, 2004, o los proyectos de modificación del Código Civil en Marina Becerra, *Marxismo y feminismo en el primer socialismo argentino*. Enrique del Valle Iberlucea, Rosario, Prohistoria, 2009; Verónica Giordano, *Ciudadanas incapaces. La construcción de los derechos civiles de las mujeres en Argentina, Brasil, Chile y Uruguay en el siglo XX*, Buenos Aires, Teseo, 2012.

esa identidad pública, al igual que la diferenciación femenina/masculina de ciertas prácticas en el espacio público y en el espacio privado, como estrategia de fortalecimiento de cierta autonomía en un contexto de enorme control sobre la vida de las mujeres.

Por otro lado, aun cuando el espacio social en el que se imaginaba a las mujeres en *Para Ti* obviaba una porción importante de las experiencias que posiblemente muchas de sus lectoras tuviesen en su vida cotidiana —el trabajo extradoméstico era quizás la ausencia más llamativa—,²⁴ esto no significa que ese espacio haya sido imaginado como desconectado de las presiones impuestas por la vida pública, en especial si tenemos en cuenta que el consumo —y con él la generación de dinero— adquirió un lugar importante en el discurso de la publicación, así como la apariencia y la adecuación a los códigos sociales, que sería un error calificar como intereses pertenecientes en exclusiva al ámbito privado.²⁵

Aun así, el análisis de Bontempo resulta útil para identificar cuáles eran los temas que *Para Ti* reconocía y al mismo tiempo creaba (en conjunto con otras publicaciones) como característicamente femeninos, y para comprender que incluso ese repertorio podía modificarse un poco a lo largo del tiempo, como sucedió en efecto al cambiar la dirección. Es un buen punto de partida, por otra parte, para examinar qué peso tenía ya la caracterización de ciertos temas como femeninos y su distinción de lo que se había identificado como intereses masculinos, es decir cómo se habían consolidado, pero también transformado, los parámetros establecidos por las secciones femeninas de las revistas de interés general de las primeras décadas del siglo.

En efecto, aunque la división del espacio social en femenino y masculino sin duda estaba planteada y regulaba ya las prácticas sociales de los hombres y las mujeres, al comenzar el siglo XX no tenía aún el mismo perfil que adquiriría con el avance de las décadas. Este perfil se vio modificado por la reestructuración de las relaciones laborales en el período y el crecimiento del mercado de trabajo, por la transformación de la vida urbana, por la adopción de nuevas fuentes de energía en los hogares, la aparición de arreglos novedosos en las formas de habitar y la reconfiguración de las tareas domésticas, por la penetración de nuevas costumbres traídas por los inmigrantes y por la expansión del mercado de bienes de consumo, entre muchas otras razones.

Todos estos cambios alteraron las relaciones entre los sexos e impulsaron nuevas definiciones de lo que constituía el “mundo” de los hombres y aquel de las mujeres. Las revistas, paralelamente, registraron esos cambios y contribuyeron a darles mayor alcance, lo que a su vez impactó en la organización interna de su propia información, que comenzó a estar más mezclada con la publicidad y a seccionarse según áreas de interés. Pero estas transformaciones no se dieron de un momento a otro, ni las revistas las reconocieron con la misma rapidez. Por

²⁴ Aunque el tema del trabajo femenino tampoco estuvo excluido. Un contraejemplo: el artículo “La mujer comercial e industrial” reproducía las fotografías de mujeres que ejercían distintos oficios, como el de vendedora, plomera, propietarias de casas de moda, de guanterías, etc. *Para Ti*, año 3, n° 117, 5 de agosto de 1924.

²⁵ Y lo mismo podría decirse de la maternidad y el matrimonio, mediados por el Estado. Véase nota 23.

el contrario, las revistas de interés general tardaron algunos años en segmentar su público lector y en diseñar secciones específicas para cada segmento.²⁶ *Caras y Caretas*, por ejemplo, que estuvo a la avanzada en la incorporación de novedades a su sumario y en la organización interna de los contenidos,²⁷ no solo contaba en 1900 con ediciones mucho más cortas que hacia el Centenario, sino que no comprendía una sección específicamente femenina que apareciese regularmente. Recién a fines de ese año incorporó una sección denominada “Para la familia” que mezclaba temas de moda, cocina, cosmética, decoración, remedios caseros, primeros auxilios, consejos de higiene personal y doméstica, instrucciones para distintos proyectos de labores, explicación de los pasos de distintas danzas, reglas de etiqueta y hasta indicaciones para fabricar compuestos de limpieza o de conservación de alimentos utilizando conocimientos de química.

Vemos allí ya una primera selección de temáticas que la revista presenta como de interés familiar, por ello vinculadas al hogar, y por ello dirigidas en primera instancia a las mujeres, una serie de asociaciones que, aunque la revista específica, no aparece con la rotundidad con que lo haría en las décadas siguientes. En la inauguración de la sección la revista comenta:

Abrimos desde hoy en esta página una sección que no sólo será de modas, sino en general de cosas útiles para la familia, porque en ella daremos, al mismo tiempo que modelos de vestidos, sombreros y otras prendas de vestir y adornos para señoras y niños, con sus respectivas explicaciones, las más variadas notas que sean aprovechables en una casa (...). Esta página estará, pues destinada exclusivamente al hogar, *y hasta podríamos decir con propiedad que á las madres de familia*, puesto que ellas serán quienes con mayor frecuencia aprovechen de las enseñanzas prácticas que reuniremos aquí.²⁸

Pero esta intención se agrega a la intención declarada del semanario de volverse “a la vez que crónica viva de los sucesos del día y fuente de instrucción y solaz para la inteligencia, guía útil en la cual puedan todos encontrar una indicación oportuna (...)”.

Planteada entonces, en un principio, como una sección útil para todos los lectores, y entre ellos para las amas de casa, “Para la familia” iría con el tiempo restringiendo su repertorio de temas y definiendo con mayor claridad a sus destinatarias, que tendieron a volverse sinónimo del genérico “familia”. Para mediados de la década del diez, la sección se había concentrado en pocos temas que se trataban alternadamente, la moda femenina (que abarcaba temas de etiqueta), el “arte culinario” y las labores. En coincidencia con la profesionalización

²⁶ Eujanian, *Historia de revistas argentinas...*, *op. cit.*

²⁷ Sobre *Caras y Caretas*, Sandra Szir, *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas y las transformaciones del paisaje cultural de la modernidad. Buenos Aires 1898-1908*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2011; también Geraldine Rogers, *Caras y Caretas. Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*, La Plata, Edulp, 2008.

²⁸ “Para la familia”, *Caras y Caretas*, año 3, n° 106, 13 de octubre de 1900. El énfasis es mío.

de la medicina y la segregación de las mujeres de las prácticas médicas,²⁹ habían desaparecido las instrucciones de primeros auxilios, los remedios caseros y los consejos de higiene, así como las recetas para fabricar en la casa distintos componentes de limpieza o de conservación de los alimentos, que se habían vuelto más ampliamente disponibles en el mercado. Más aún, tal como sugieren algunas de estas entregas, esos temas habían pasado a considerarse ajenos al universo de intereses de la sección: “En Europa ha hecho estragos la influenza; mis lectoras me preguntarán por qué, en una crónica de moda, voy a ocuparme de la influenza; que tengan paciencia; voy a decirlo en seguida: porque esta enfermedad ha producido una evolución en la ‘toilette’ femenina”,³⁰ comenta unos años más tarde la responsable de la sección, que poco tiempo antes proporcionaba informaciones útiles para tratar enfermedades sin que esto resultara desconcertante para sus lectoras, y que tal como vimos arriba, se había definido en el momento de su lanzamiento como “una sección que no solo será de modas”.

Ciertamente, en concordancia con la alianza que se estableció entre prensa y una nueva idea de feminidad (y que hemos visto en el capítulo anterior), en esa primera década del siglo la moda pasó a ser el tema más comentado y llevó a minimizar los espacios de texto, ya que los grabados y fotografías que representaban a mujeres ganaban cada vez más protagonismo e ilustraban con mayor claridad las tendencias cambiantes del vestir. En concordancia con una aceleración de los hábitos de consumo, estas se estaban vinculando, además, cada vez más estrictamente a las distintas estaciones del año y a las ocupaciones de los distintos momentos del día, entre las que se mencionaban nuevas prácticas como el automovilismo³¹ y el golf y otras tradicionales como los bailes, las visitas, el teatro y los paseos, todas actividades en las que, aunque las mujeres interactuaban con los hombres en el ámbito público, debían guardar un comportamiento específico, definido como femenino, que se transmitía en parte a través de las propias reglas de la moda. En algunas ocasiones, por otro lado, se vinculaban los proyectos de labores con las informaciones sobre moda; esto establecía un círculo virtuoso entre las tendencias del vestir, la realización casera de “artes femeninas” y la ocupación de las horas del día en actividades domésticas, una asociación que la misma sección de *Caras y Caretas* tendió a enfatizar al incorporar el subtítulo “La moda y el ‘home’”.³²

²⁹ Este movimiento, que documenta bien Marcela Nari, significó la marginación de los conocimientos médicos que tenían muchas mujeres, hasta entonces encargadas en términos generales de la salud de la familia. *Políticas de maternidad...*, *op. cit.*, pp. 101-106.

³⁰ “Para la familia”, *Caras y Caretas*, año 10, n° 446, 20 de abril de 1907.

³¹ “La mujer automovilista”, *Caras y Caretas*, año 8, n° 342, 22 de abril de 1905; también “La moda y el ‘home’”, *Caras y Caretas*, año 10, n° 432, 12 de enero de 1907.

³² En el número del año 9, n° 429, 22 de diciembre de 1906, la cronista propone: “En cuanto a la blusa, una amiga me dice con razón que se puede fácilmente aumentar la elegancia con una forma de bolero que sería a la vez un agradable entretenimiento para mis lectoras. Es fácil, en efecto, llevar a la playa ó a la estancia los materiales que la componen. Os aconsejo buscar en vuestros roperos antiguas puntillas, combinarlas, incrustarlas y construir con ellas uno ó varios de esos deliciosos boleros, de los cuales doy cuatro modelos a título de muestra”.

La serie mujeres-moda-labores, sin embargo, no se limitaba al entorno doméstico, aun cuando este se presentara cada vez más solapado con la definición de feminidad: “Ved la parisienne —decía en una entrega la redactora—, tan ocupada que no tiene un momento suyo: no obstante, siempre encuentra un momento para embellecer su ‘home’ y se jacta de proclamar ‘urbi et orbi’ que lo más lindo de su casa es obra de su habilidad”.³³ Antes bien, lo que se enfatizaba como femenino era la atención a la apariencia, la inclinación a la belleza, el gusto por las tareas manuales que involucraran decisiones estéticas, y la capacidad para apreciarlas, llevarlas a cabo y exhibirlas. El mismo artículo que acabo de citar, de hecho, continuaba su argumento comentando que en Francia una duquesa había organizado un concurso para resucitar la artesanía del encaje, y se preguntaba: “¿Y por qué no seguir aquí, en Buenos Aires, ese ejemplo, y fundar un taller para ese trabajo, que allá, en Francia, ocupa 3.500 mujeres y sostiene a tantas familias?”.³⁴

Fuese dentro de la casa para satisfacción personal y familiar, fuera de la casa para exhibirse en la vía pública o en un gran taller para ganarse el pan, las mujeres aparecían en esta sección —en sintonía con los presupuestos que analizamos en el primer capítulo sobre la “naturaleza femenina”— como dotadas excepcionalmente para las tareas manuales, invadidas por el deseo de generar el bienestar de la familia y bendecidas por un sentido del buen gusto que las distinguía de los hombres y que determinaba esa serie de intereses que se habían depurado entre un siglo y otro como femeninos: la moda, las labores, la cosmética, la cocina. Sin embargo, lo que este repertorio selectivo de intereses significaba no era tanto la división entre lo público y lo privado sino, más bien, entre lo femenino y lo masculino, una diferencia que se proyectaba a veces con fuerza sobre aquella otra división, pero que no siempre coincidía —y de hecho, tendió a coincidir cada vez menos— con ella.

Por supuesto, *Caras y Caretas* no llevó a cabo sola esta reestructuración de los intereses femeninos. *La Ilustración Sud-Americana* contaba ya en 1900 con una sección titulada “Para las damas” (que no aparecía en todas las ediciones), aunque en ella se publicaba también el tipo de artículos generales que vimos en la primera etapa de “Para la familia”, como recetas, consejos de higiene y jardinería. Contaba también con otra sección de frecuencia irregular titulada “La moda”, “Modas” o “Correo de la Moda”, a la que a veces acompañaban algunos figurines de mujeres, pero era una columna que se mezclaba, dentro de la misma página, con noticias diversas como la descripción de los vapores que realizaban viajes transatlánticos o los trazados del ferrocarril, o bien se limitaba a una serie de grabados que mostraban a mujeres en “traje de

³³ “Para la familia”, *Caras y Caretas*, año 10, n° 442, 23 de marzo de 1907.

³⁴ *Ibidem*.

paseo”, “traje de faena doméstica”, “sombrero de fin de estación”, etc., sin mayores descripciones, dispuestos entre noticias de otro tipo (Fig. 2).³⁵

Para 1910, sin embargo, *La Ilustración Sud-Americana* ya publicaba un suplemento completo, de varias páginas, dedicado a las modas femeninas adecuadas para distintos eventos sociales, que incluía además numerosas publicidades, de acuerdo con la tendencia, visible en general en todas las publicaciones comerciales, de articular mejor los contenidos periodísticos con los productos publicitados por los anunciantes (Fig. 3).³⁶

Por otro lado, el estilo llano, formulado en oraciones impersonales, de las descripciones de cada modelo, a los que se presentaba como idóneos para distintas actividades sociales (“traje de visita”, “traje de velada”, “abrigo para la tarde”, etc.), confería a la moda una utilidad social y un carácter prescriptivo que aunque se modificaba a cada número (según hemos visto en el capítulo anterior) reivindicaba a las tendencias del vestir como códigos que debían ser adecuadamente manejados por todas las mujeres para cumplir mejor su papel en la estructura social, es decir para ser mujeres. Así, algo en apariencia tan frívolo como la explicación de un figurín de moda se convertía en un dispositivo de normalización del espacio social de las mujeres: “Los canesúes redondos que dejan ver la guarnición del pescuezo y las gorgueras de encajes antiguos o de linón fino con que se adornan los cuerpos son hermosos para los trajes de casa y para los trajes que se destinan a las reuniones de la tarde, a las meriendas, cenas íntimas y a los bailes que se improvisan”, explicaba uno de los tantos artículos, que en cambio aclaraba más adelante que las grandes golas de tul “molestan cuando se va en tranvía o en ómnibus, porque su elegancia no aparece bien ahí”,³⁷ un comentario que apuntaba menos a desalentar la circulación de las mujeres en la vía pública que a enseñarles cómo encararla para conservar la elegancia, tan importante en la definición de la feminidad y, con ella, del espacio social de las mujeres.

El tono prescriptivo no era exclusivo de esta revista, desde luego. También *El Hogar* tenía, para 1910, una serie de secciones femeninas: “Labores femeniles”, “Crónica de la moda”, “Para las madres”, “La cocina práctica”, y “La mujer en el hogar”; la primera y la última apenas si se distinguían en que la última, además de proyectos manuales, proporcionaba información sobre cómo resolver algunas cuestiones domésticas (limpieza, economía), que aparecían asimismo en la sección “Consejos de economía doméstica” y en el correo de lectores (“Nuestro buzón”), principalmente femenino, mientras que la sección “El médico en el hogar” no hacía especial referencia a las lectoras mujeres. Por otro lado, al igual que *La Ilustración Sud-Americana*

³⁵ *La Ilustración Sud-Americana*, año 8, n° 184, 28 de agosto de 1900.

³⁶ En uno de estos suplementos se anunciaba, bajo el título “Ampliación de nuestro memorándum”, que entre las modificaciones previstas para 1910 la publicación tenía en mente mejorar la sección de avisos, que “pondrá en contacto a los vendedores con los compradores, a los profesionales con sus clientes, a los que ofrecen con los que piden”. *La Ilustración Sud-Americana*, año 18, n° 409, 15 de enero de 1910.

³⁷ M. de Saverny, “Crónica de la moda”, suplemento de moda correspondiente al año 18, n° 426, 30 de septiembre de 1910.

y que otras tantas revistas para ese entonces, *El Hogar* dedicaba algunas páginas a la reproducción de fotografías de señoritas, en ocasiones junto a artículos destinados a mujeres que versaban sobre moral y costumbres sociales, como la sección “A la hora del té”, que ya definía en su título una posible ocupación femenina (Fig. 4).

La sección se estructuraba como un diálogo entre dos mujeres y un hombre que ilustraba a sus interlocutoras acerca de distintos asuntos. El tono conversacional (la sección llevaba a veces el subtítulo “Causerie femenina”) reproducía a la vez que enseñaba las habilidades sociales que se esperaba que las mujeres manejaran con fluidez, y al mismo tiempo facilitaba la transmisión de las normas de comportamiento que —tal como se las presentaba— distinguían a los hombres de las mujeres. Ante una pregunta sobre el matrimonio, el personaje masculino contestaba, por ejemplo: “He meditado mucho tiempo tocante al matrimonio, y he deducido de mis observaciones que la tranquila asociación de dos existencias era cosa nada menos que imposible en su continuación. Un hombre trae a la comunidad su fuerza, su dominación, su energía, su gravedad; y una mujer trae su debilidad, su ligereza, su sumisión, sus caprichos infantiles, su carácter apocado. Tan opuestos elementos no pueden formar la felicidad. (...) todos los hombres que han sentido en su interior murmurar la voz de una vocación cualquiera, no se han casado”.³⁸ La respuesta, que es difícil imaginar en boca de una mujer del período, para quien el matrimonio no era una elección sino más bien un destino,³⁹ planteaba con precisión el modo como se estaban construyendo excluyentemente los espacios sociales masculinos y femeninos en las secciones destinadas a mujeres.

La segmentación de “naturalezas” y con ella de intereses aparecía también como algo dado en otro tipo de revistas. *PBT* tuvo ya en sus primeros números la sección “Para la niña y la mujer”, que estaba consagrada a la moda y a veces a las labores, pero que en general consistía solo en una o varias fotografías de mujeres, a media página, luciendo distintos modelos de vestidos. Había también un “Consultorio femenino” donde una redactora respondía bajo seudónimo consultas sobre cosmética, reglas de etiqueta, asuntos sentimentales, en general de lectoras que escribían también con seudónimo, y cuyas cartas la redactora analizaba grafológicamente, en algunas respuestas, para ofrecerle a la lectora una serie de características

³⁸ “A la hora del té. Causerie femenina”, *El Hogar*, año 7, n° 145, 30 de enero de 1910.

³⁹ Unos años después, Carmen S. de Pandolfini sentenciaba en una de sus columnas para *Iris*: “¿Por qué no se casan los hombres? Porque, a pesar de que el matrimonio es la aspiración de todas las mujeres, estas hacen inconscientemente todo lo posible para que los hombres no se casen. La mujer se aleja de su destino, víctima de las modas, de las frivolidades y del exceso de oferta en el mercado de la vida social, que deprecia su valor de cambio matrimonial”. El comentario daba por sentada la diferencia entre las aspiraciones de hombres y mujeres, pero al mismo tiempo se hacía eco de las nuevas prácticas de las mujeres que ponían en cuestión la naturalidad de esa diferencia, aun si condenaba esas prácticas como “desvalorizantes” (usando un léxico que desnudaba el carácter comercial, patrimonial del matrimonio). “Charla femenina”, *Iris*, año 2, n° 55, 18 de marzo de 1921. Algunas reflexiones interesantes sobre el horizonte matrimonial para hombres y mujeres de la alta sociedad en el cambio de siglo en Leandro Losada, *La alta sociedad en la Buenos Aires de la Belle Époque*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2008, pp. 127-147.

de su personalidad. Se reiteraban a menudo, en esas caracterizaciones, las de voluntad débil, amatividad e imaginación, lo que pone en evidencia algunos de los estereotipos bajo los cuales se interpretaba la “naturaleza” femenina. Estereotipos similares aparecían también en el “Consultorio grafológico de Tit-Bits”, que a juzgar por los seudónimos recibía consultas sobre todo de mujeres a las que la redactora (“Esfinge”) caracterizaba repetidamente como simpáticas, inteligentes, francas, encantadoras, agradables.

El consultorio de *Tit-Bits*, que compartía el espacio de la página con recetas de compuestos de limpieza, entre otras cosas de interés doméstico, se publicaba en la página contigua a la “Página de Tit-Bits para la mujer”, que incluía crónicas de moda, consejos de higiene y cosmética y algunos comentarios sobre etiqueta y moral. El tono prescriptivo reinaba también aquí y contribuía, como en los ejemplos mencionados antes, a normalizar los comportamientos masculinos y femeninos. En uno de los artículos se leía, por ejemplo: “La mujer (...) debe contestar graciosamente contestando al saludar así al homenaje que se le rinde. Puede dar a su saludo el tono elegante aunque discreto que conviene a una mujer de mundo, cuando la saluda un desconocido, en algún paraje público. (...) La mujer puede, cuando un hombre le ha sido presentado, inclinar ligeramente la cabeza, para indicarle así que lo autoriza a saludarla, y entonces el hombre debe saludar correctamente, puesto que a ello se le invita”.⁴⁰ Nótese que, aunque el texto se refería también a los usos masculinos, aparecía exclusivamente en una sección femenina.⁴¹ Unos años más tarde, esta sección fue reemplazada por la “Página de Tit-Bits para el hogar”, que reunía artículos breves sobre moda, cocina y “conocimientos útiles” (en general consejos domésticos) y reproducía algunos figurines o fotografías con modelos de vestidos y sombreros, pero que conservó su tono prescriptivo.

Tit-Bits y *PBT* eran semanarios populares, pero el tono de ambas era homogéneo con el que utilizaban también otras revistas un poco más suntuosas de principios de la década del diez, como *La Semana Universal*. Además de dos secciones sociales (“Ecos mundanos” y “Charla semanal”) que en ocasiones estaban dedicadas a la discusión de los eventos de la temporada, sus invitadas y sus trajes, esta publicaba por la misma época la sección “Modas y elegancias”, que se había inaugurado prometiendo a “sobre todo, nuestras lectoras, no solo la *última palabra* en cuanto se refiere a la indumentaria y al adorno de la mujer, tanto en América como en Europa, sino también lo que concierne a las costumbres, al buen tono, al modo de recibir, a las novedades de la casa elegante, etc., etc. (...) en una palabra la actualidad de la

⁴⁰ “Cómo se debe saludar”, *Tit-Bits*, año 2, n° 31, 5 de febrero de 1910. El artículo, probablemente traducido de la edición extranjera, hacía referencia a las mujeres parisinas. Habría por ello que tomar con pinzas su aplicación al contexto local, aun cuando el hecho de que se tradujera indica un interés de los lectores por las costumbres foráneas, que regían también como modas los usos locales.

⁴¹ Desde luego, no es posible (ni necesario) descartar que los lectores hombres también leyeran estas secciones. Al señalar que los códigos sociales aparecían exclusivamente en secciones femeninas, y no en secciones de interés general, lo que me interesa es sobre todo subrayar que los comportamientos de hombres y mujeres seguían en este período diferenciándose y consolidándose como diferentes.

elegancia y de la moda transmitida por una *pluma de mujer*, siempre mejor cortada para tratar de estas cuestiones que la masculina”.⁴² La sección presentaba vestidos a media página o página completa, a veces con descripciones, y se proponía satisfacer “a la *mujer argentina* de todas las clases sociales”, aunque en la práctica esto significaba difundir los preceptos sociales y morales burgueses (y los estilos extranjeros, ya que las fotografías de modelos eran importadas) al resto de sus lectoras.

La Semana Universal era una suerte de híbrido entre los semanarios populares, materialmente más rústicos, que circulaban por entonces, y aquellas revistas ilustradas, en general mensuales, que se afianzarían hacia la segunda década del siglo, como *Myriam* o *Plus Ultra*, de un formato algo mayor, aunque adelantaba también algunas características de otras revistas un poco más modestas y pequeñas como *Mundial* o *Lux*, que aparecerían en los años veinte. Más allá de que en cada una el peso de unos u otros temas resultara diferente (las revistas más lujosas, por ejemplo, dedicaron menos atención a la cocina o el cuidado de la casa), todas compartían, sin embargo, como hemos visto hasta ahora, la tendencia a compartimentar en secciones femeninas los temas referidos al cuidado de la casa, la moda, la cosmética, las labores, las reglas de etiqueta, la sociabilidad, la moral, la cocina y a veces el cuidado de los niños.⁴³ Todavía a comienzos de la década del diez, por otro lado, aunque incluyeran ilustraciones, ninguna de estas secciones se caracterizaba por su despliegue gráfico, sino que se limitaba a reproducir figurines (algunos de ellos posiblemente importados o copiados de revistas extranjeras) y fotografías, en el mejor de los casos a página completa, pero en una sola página y no en varias, como sucedería más adelante.

En efecto, la gran diferencia que se planteó a partir de la aparición de lo que llamo la segunda generación de revistas femeninas⁴⁴ a fines de la década del diez y principios de los años

⁴² *La Semana Universal*, año 1, n° 1, 4 de enero de 1912, p. 11.

⁴³ La revista *Myriam*, que comenzó a publicarse en 1915, y que declaraba estar dedicada “a las familias, a las damas”, tuvo desde el comienzo una sección sobre vida social y otra sobre moda. Más adelante incorporó una sección de labores. Por otro lado, *Myriam* planteó a sus lectoras un pacto que era elocuente respecto del tipo de intereses que imaginaba en su lectorado: la revista ofrecía donar el 25% de lo producido por cada uno de los avisos que las lectoras consiguieran para la revista a la institución de beneficencia en la que estuviera involucrada la lectora (véase “*Myriam* y la beneficencia”, año 1, n° 1, junio de 1915). *Plus Ultra* apareció en 1916, era un emprendimiento de los mismos editores de *Caras y Caretas*, pero dedicado a un público con mayor poder adquisitivo. Tuvo desde el comienzo una “Página femenina” donde se comentaban eventos y costumbres sociales, y que luego incorporó encuestas y colaboraciones femeninas. Había también una sección de moda, “París femenino”, que salía en algunos números, y más adelante se sumó la sección “Frivolidades”. *Mundial. La revista para todos*, que en algún número reprodujo fotografías de sus lectoras, tenía una “Página femenina” y otra sección de manualidades (dedicada al bordado, la lencería), además de secciones gráficas con retratos de estudio. En cuanto a la revista barrial de Belgrano *Lux*, en 1926 (año 6, n° 49, 19 de enero de 1926) hizo un llamado “a sus lectores en general y a sus lectoras en particular” a colaborar con fotografías para llenar las nuevas secciones gráficas, entre ellas “Galería de novias”, “Enlaces”, “Damas, señoritas y niños”, “Notas sociales”, que se incorporaban a otras como “La moda al día”, donde se reproducían figurines. Esta revista es un muy buen ejemplo de la transformación de las publicaciones de artefactos principalmente textuales a artefactos principalmente visuales, y del proceso de segmentación de contenidos.

⁴⁴ Si consideramos que una primera generación de revistas específicamente femeninas tuvo su momento de auge en la segunda mitad del siglo XIX. Véase Auza, *Periodismo y feminismo en la Argentina*, op. cit.

veinte fue la visibilidad que adquirieron, en términos gráficos además de textuales, las características definidas como femeninas, así como su vocación de totalidad. De algún modo, la aparición de estas nuevas revistas señalaba la maduración del mercado editorial en su articulación con la empresa capitalista y la capitalización de la experiencia adquirida por las casas editoriales acerca del público lector a lo largo de las décadas previas. Estas eran publicaciones, en efecto, que surgían tanto de las necesidades de los anunciantes de colocar productos y prácticas en el mercado como de las inquietudes que durante varias décadas las revistas habían recogido en sus correos de lectores e interpretado cada vez más restrictivamente como (únicos) “intereses de las mujeres”.

Aun antes de que *Para Ti* extendiera, sin modificar en esencia, esos intereses a medio centenar de páginas en 1922, *La Mujer y la Casa*,⁴⁵ que comenzó a publicarse en 1919, ensayó el tratamiento de los mismos temas que abarcaban las secciones femeninas de las revistas de interés general en artículos más largos y más interrumpidos por ilustraciones. La crónica de la moda pasó a ocupar entre seis y siete páginas, de las cuales por lo menos cinco estaban dedicadas a ilustraciones a página completa, en dos casos en páginas dobles (Fig. 5 a y b); las secciones de peinados, sombreros, lencería, decoración y labores iban todas ilustradas con figurines o diagramas. Menos visuales eran las dedicadas a los secretos de belleza, la cocina y los accesorios (zapatos, joyas, abanicos, etc.), así como las piezas de ficción (que ocupaban varias páginas), la sección de correspondencia, la de crónica social, la crónica del mes (una suerte de editorial que paseaba por temas de actualidad como los matrimonios de la realeza europea y las polémicas en torno de los cambios en el vestir, pero que también incluía esporádicamente noticias del mundo), y la columna “Temas femeninos”, que reunía comentarios breves sobre códigos sociales, moral y nuevas costumbres. Por otro lado, aunque *La Mujer y la Casa* reservaba el grueso de la publicidad a las primeras y las últimas páginas, según un esquema ya algo anticuado en términos editoriales, las secciones menos ilustradas también se presentaban acompañadas de avisos que modernizaban hasta cierto punto una puesta en página todavía en sus primeros años poco fantasiosa.

Algo más tarde, cuando ya competía en el mercado con otras publicaciones como *Para Ti* o *Femenil*, la revista modificó algunas crónicas sociales, incorporó también una sección dedicada a “la mujer y los sports” y más secciones sobre reglas de etiqueta, anunció que solo reproduciría modelos enviados directamente de París (en reemplazo de los modelos enviados por las casas de moda locales),⁴⁶ aumentó su material gráfico e inició una cruzada para diferenciarse de las “revistas viejas y ya pasadas de moda que en su tiempo no han tenido salida y que gente poco

⁴⁵ Catalina Wainerman y Marysa Navarro analizaron textos e imágenes de *La Mujer y la Casa* en su “El trabajo de la mujer en la Argentina: un análisis preliminar de las ideas dominantes en la primera mitad del siglo XX”, *Cuadernos del CENEP*, n° 7, Buenos Aires, 1979.

⁴⁶ *La Mujer y la Casa*, año 6, n° 65, 15 de febrero de 1925.

escrupulosa las compra por kilos en las casas editoras” a través de sus “‘Notas’ que son la última expresión de la moda, por sus figurines cuyos modelos le llegan directamente de París y por todo su resto de material completamente seleccionado que la hacen ideal para el hogar”.⁴⁷

Con estos comentarios, la revista reconocía la importancia que había adquirido la novedad, la visualidad y la actualidad como valores de posicionamiento en el mercado de las lectoras mujeres, aunque esa novedad y esa sintonía con la actualidad no se expresasen en términos de ampliación del repertorio de contenidos sino en la incorporación de páginas, artículos e ilustraciones que trataban *los mismos temas* definidos por las revistas de interés general a mediados de la primera década del siglo, y como mucho en un cambio de tono.

La ley se aplicaba también a *Femenil*, que a primera vista parecía una publicación notablemente más moderna y afinada a los tiempos cambiantes. Lanzada en 1925, *Femenil* se distinguía por su profusión gráfica: casi la totalidad de los artículos iban ilustrados o acompañados de fotografías (y podían identificarse las manos de distintos colaboradores), las secciones de moda comprendían varias dobles páginas a color, algunas veces en papel ilustración, la fotografía ocupaba un lugar mucho más importante que en *La Mujer y la Casa* y había secciones exclusivamente gráficas, como en *Para Ti* (Fig. 6 a y b). Con todo, el repertorio de temas se mantenía acotado a la moda, la cosmética, las reglas de etiqueta, la cocina, la maternidad, los eventos sociales, la sociabilidad de la clase alta, la moral y las costumbres, la decoración, las labores, la ficción romántica, el cuidado de la casa y la correspondencia, en general limitada a los asuntos del corazón y a las inquietudes sobre temas de belleza. Como novedades, al igual que en *La Mujer y la Casa* o *Para Ti*, se discutían las prácticas deportivas y algunas situaciones que involucraban al sexo opuesto de manera novedosa, como las nuevas reglas de noviazgo y los arreglos menos tradicionales de la vida matrimonial, que sobre todo en estos años comenzó a ser objeto de un examen más detallado en las secciones de opinión de este tipo de revistas, posiblemente porque con los cambios socioeconómicos generados por la inmigración y la modernización se estaban modificando las nuevas formas de cortejar, noviar y organizar la vida familiar, y las revistas funcionaron, como con las nuevas reglas de etiqueta, como plataformas de normalización de esas nuevas costumbres.

Otras de las novedades que en términos de selección temática para mujeres instalaron estas revistas, en paralelo a las revistas de interés general, fueron las noticias sobre cine y en especial sobre actores y actrices extranjeros, que vinieron en un primer momento a sumarse a las noticias sobre la actividad teatral y finalmente a arrebatarles gran parte del espacio gráfico. Estas noticias sobre el mundo del espectáculo se vinculaban por lo general con las informaciones sobre moda y cosmética, y compartían con las crónicas de la alta sociedad —y hasta cierto punto con los retratos fotográficos de señoritas distinguidas— una mirada

⁴⁷ *Idem*. El énfasis es del original.

fascinada con la vida acomodada que es difícil no interpretar en términos aspiracionales, en un contexto de alta movilidad social.⁴⁸ Es decir que, aunque aparecían como novedades, se articulaban solidariamente con los contenidos de las secciones más tradicionales, añadiéndoles interés y cierto aire de modernidad.

La revista femenina que en los años veinte llevó este esquema a su expresión más acabada fue sin duda *Vogue*, que con su edición local (anterior a *Para Ti*) se destacaba sobre el panorama general de las revistas femeninas por su materialidad suntuosa, sus artículos y publicidades en francés (que sugieren lectoras instruidas, acostumbradas a los viajes) y sus grandiosas producciones de moda, que no solo ocupaban varias páginas sino que llevaban la firma de grandes fotógrafos, ilustradores, modistos y estilistas (Man Ray y Edward Steichen entre ellos). Pocas revistas de esa década ofrecían tal cantidad de páginas (en promedio medio centenar) íntegramente en papel ilustración, con seguridad ninguna entre las dedicadas en exclusiva al público femenino. Pocas también tenían los medios y la imaginación para integrar con tanta armonía los artículos sobre moda con aquellos sobre arte y decoración y con las publicidades, ni la visión para adoptar en sus propias ilustraciones los últimos estilos artísticos, que la revista presentaba como renovaciones de la cultura estética, una perspectiva genuinamente moderna que resulta aún hoy sorprendente (Fig. 7 a y b).

Con toda su modernidad, *Vogue* no escapaba al repertorio de temas filtrados desde hacía por lo menos ya una década y media como femeninos. Se repetían en sus páginas los retratos fotográficos de actrices y de mujeres de la alta sociedad, los artículos sobre tendencias de moda y accesorios, las notas sobre arte y decoración, las páginas de ficción y las dedicadas a noticias del mundo del espectáculo (cine, danza, teatro), así como los artículos más directamente orientados al consumo (“Lo que se ve en las tiendas”, “En busca del regalo ideal”, etc.).

Al igual que otras revistas femeninas, se incluía el ocasional artículo sobre costumbres de otras partes del mundo o sobre las cambiantes costumbres locales, y a diferencia de otras publicaciones, no se reproducían proyectos de labores, consejos de limpieza, ni recetas de cocina. En cambio, se otorgaba espacio a las producciones de distintas artistas, pintoras, ilustradoras y escritoras, un rasgo que aparecía también en otras revistas femeninas y que en *Vogue* se presentaba quizás algo más acentuado.⁴⁹ Ningún elemento de lo que *Vogue* construía

⁴⁸ Sobre la función educativa y propagandística de las secciones sociales que emergieron a la vuelta del siglo, Losada, *La alta sociedad...*, *op. cit.*, pp. 288-297.

⁴⁹ Por ejemplo, “Poemas de dolor”, de Alfonsina Storni, *Vogue*, vol. 2, n° 12, diciembre de 1921 (los poemas aparecieron en página contigua a un artículo que, desde una posición incierta respecto del feminismo, señalaba la necesidad de que el próximo presidente argentino fuera un hombre casado capaz de recibir los consejos de su esposa); “Del arte”, *Vogue*, vol. 3, n° 13, enero de 1922; “Los retratos de Dorothy Cramer”, *Vogue*, vol. 3, n° 14, febrero de 1922. La revista publicaba también tapas y publicidades ilustradas, entre otras artistas, por Helen Dryden y Gerda Wegener.

como “espacio social” de las mujeres las confinaba al hogar,⁵⁰ sino que, por el contrario, la vida femenina que representaba la revista era una vida de diversión y consumo incesante que se desarrollaba en escenarios sofisticados, poco importaba si privados o públicos, aunque siempre atravesados por el gusto femenino. En este sentido, *Vogue* llevaba al extremo las representaciones de la “naturaleza” femenina que la prensa había contribuido a definir a lo largo de las décadas pasadas. Más aún, el hecho de que muchos de sus artículos provinieran de la edición internacional de la revista legitimaba esas representaciones y las proyectaba como un fenómeno universal.

Para mediados de los años veinte, prácticamente todas las revistas comerciales incluían secciones femeninas que trataban los mismos temas que hemos visto reiterados hasta ahora, y la tendencia se había extendido también a otras revistas orientadas a públicos más específicos e incluso a las revistas feministas.⁵¹ Lo notable es que estas revistas, que elegían un repertorio tan limitado de temas como de interés femenino, por otro lado publicaran numerosos artículos acerca de la participación de mujeres en muchas otras actividades, una visión de la realidad social que en general (aunque no invariablemente) las revistas femeninas eludían.

Está claro que no siempre estas actividades fueron representadas como cambios positivos en la identidad pública de las mujeres. Ya una colaboradora de *La Ilustración Sud-Americana* de principios de siglo compadecía a los hijos de las modernas parisinas, “pobres y desgraciados mastuerzos modernos”, porque “son los que sufren las consecuencias de la educación viril dada a la mujer de nuestros días”, a quien se describía como un tipo femenino que “se divide en muchas variedades”, entre ellas la mujer de ciencia y la deportista, pero también la juerguista viciosa.⁵² Y casi una década más tarde la redactora de las secciones femeninas de *La Semana Universal* apuntaba que “es preferible recordar a una mujer

⁵⁰ La revista hasta llegaba a mofarse de esa suposición. Un artículo llevaba por ejemplo por título “Con mucha propiedad, la *robe d'intérieur* busca inspiración en las épocas y en los países en que la mujer vivía realmente en la casa”. *Vogue*, vol. 3, n° 14, febrero de 1922.

⁵¹ Menciono las secciones de algunas revistas de interés general: *El Suplemento* publicaba la sección “Confidencias de belleza”, “Breviario sentimental” (que recibía sobre todo consultas de mujeres), páginas de moda femenina en la sección gráfica, y una sección sin título fijo que reproducía fotos de electrodomésticos junto a figuras femeninas. *Fray Mocho* publicó en sus comienzos la sección “Notas femeninas”, sobre moda principalmente, y en los años veinte “Para las dueñas de casa”, con recetas y consejos domésticos, además de un folleto que venía encuadernado con la publicación, con modelos de labores. *Mundo Argentino* tuvo primero, en los años diez, una sección llamada “El hogar y la mujer”, que incluía secretos de belleza, algo de humor sobre temas de apariencia y moda, encuestas a las lectoras y artículos sobre costumbres; en los años veinte publicaba la sección “La página de la mujer”, que reunía artículos sobre moda, tareas domésticas, maternidad, cosmética y un correo de lectoras. *Olympia* tenía un suplemento femenino dedicado a la moda, además de una sección llamada “Crónicas de la moda” y otra que llevaba el título “La moda práctica”, una sección de labores, otra sobre belleza (“La belleza femenina y sus cuidados”). *La Nación Magazine*, a fines de los veinte, publicaba “La página de *Femina*” y distintos artículos sobre moda y sobre la belleza de las actrices de cine. *Unión y Labor* tenía la sección “Para el hogar”, que incluía moda, labores, recetas; *Nuestra Causa*, si bien no tenía secciones femeninas en el sentido que vengo analizando, publicaba casi exclusivamente artículos y servicios considerados de interés femenino, como cosméticos, alimentos, productos para bebés, adornos, lecciones de canto y danza; tenía una sección sobre teatro, y reproducía poesías y pinturas de autoras mujeres.

⁵² *La Ilustración Sud-Americana*, año 8, n° 176, 20 de abril de 1900.

contemplando un cuadro lindo, paseando en un jardín, que guiando un automóvil, bogando o cazando”,⁵³ una opinión que compartía la redactora de *Caras y Caretas*, que cada vez que debía comentar las novedades de los trajes para andar en auto se despachaba con la opinión de que afeaban a las mujeres.⁵⁴ Todavía en 1929, según algunas opiniones, las nuevas prácticas de las mujeres podían poner en entredicho su feminidad: una lectora del *Almanaque de la Mujer*, en su respuesta a una encuesta sobre “el pasado y el presente para las mujeres porteñas”, sentenciaba por ejemplo que: “Aunque reconozco que la época presente es más favorable para fomentar las actividades del espíritu (...) Creo que el reinado de la mujer ‘verdadera’ ha pasado. (...) Las de antes, que no hemos cambiado, somos tan distintas a las de ahora que: o no éramos mujeres, o las de ahora tendrán que llamarse de otro modo”.⁵⁵

Pero estas opiniones formaban parte de la polifonía general que caracterizaba a estas publicaciones, que en otros artículos informaban acerca de la actividad artística y literaria femenina, su participación en el movimiento feminista en diferentes países, sus acciones de beneficencia, su incorporación a distintos puestos de trabajo, su actividad política, y esto sumado, desde ya, a su presencia en múltiples eventos sociales, en las instituciones educativas y en general en la vía pública.

¿Por qué, entonces, esa restricción de las temáticas femeninas en las secciones que se dedicaban a las mujeres? ¿De dónde procedía y cómo se articulaba con estas otras notas sobre las actividades femeninas?

1.2 La “naturaleza” femenina y los espacios de la feminidad, más allá de lo público/privado

Al examinar más de cerca los artículos sobre las distintas actividades femeninas, se distinguen por un lado aquellos que presentaban esas actividades como proyecciones de las características que se había adjudicado a las mujeres en las secciones femeninas, y otros que, por el contrario, y para sorpresa de muchos comentaristas, desafiaban las concepciones más convencionales acerca del “lugar de las mujeres”.

Por un lado, entonces, la visibilidad pública de las mujeres en el ámbito de la beneficencia, los eventos sociales, las actividades artísticas y literarias, que hubieran podido funcionar como prueba de la amplitud de sus intereses, se representaron como extensiones de sus inclinaciones maternales, asistenciales, protectoras, detallistas, estéticas, que las revistas perfilaban como características femeninas en sus secciones dedicadas a mujeres. Estas inclinaciones, que hemos visto emerger ya en los capítulos anteriores como “naturaleza”, y también como tendencia

⁵³ Marquise de Montigny, “Modas y elegancias”, *La Semana Universal*, año 1, n° 46, 14 de noviembre de 1912.

⁵⁴ “(...) el traje de *chauffeuse* nos hace demasiado feas”, declaraba por ejemplo en la entrega del año 10, n° 432, 12 de enero de 1907.

⁵⁵ M. R. M. de V., *Almanaque de la Mujer*, 1929, p. 393.

cultural, eran las que aseguraban el deslizamiento aproblemático de las mujeres desde el interior de la casa al espacio público sin que se viera por ello desfigurada su cualidad femenina, que era la que verdaderamente regía la división del espacio social en el período (más aún que la frontera entre lo público y lo privado, que como vimos resultaba flexible).

Por ejemplo, ante un pedido de opinión de la revista *La Nota* sobre el “feminismo saludable” y la “influencia política valiente, sin trastornos nocivos ni aberraciones” que suponía la actuación pública de mujeres en la Sociedad de Beneficencia, un conservador como Max Nordau respondía que “Rivadavia ha tenido el genio de adivinar que la mujer, fisiológicamente altruista por su instinto de maternidad, solo esperaba una organización social que le permitiese seguir útilmente los impulsos de su naturaleza, y él se la ha ofrecido. Sus ‘Sociedades de Beneficencia’ podrán y deberán servir de modelos a todos los países civilizados; y el haberlas creado será siempre una gloria argentina”.⁵⁶ Y unos años más tarde, el autor de un artículo sobre el Instituto de Maternidad (mantenido por la Sociedad de Beneficencia) en la revista *Aconcagua* sostenía que “el organismo de una joven madre es como una antena vibrátil capaz de recoger y conservar las sensaciones más sutiles, y (...) es necesario que la asistencia facultativa que se le preste se aparte, en cuanto sea posible, del frío formulismo científico (...) o que, por lo menos, suavice su ingrata aspereza bajo una envoltura afectiva (...). Y esto, solo las mujeres, y mujeres como las damas de la Sociedad de Beneficencia de la Capital, son las únicas capaces de comprenderlo y de ponerlo en práctica”.⁵⁷

Esta comprensión de la beneficencia como proyección de cualidades maternas se mezclaba, por otro lado, con su dimensión social (y sociable), que las revistas también representaban como “natural” habilidad de las mujeres.⁵⁸ Y aunque esta “natural” habilidad en los rituales de la sociabilidad lindaba en ocasiones, tal como los representaban las revistas, con el gusto por la autoexhibición que tanto se comentaba en esos años estaban adquiriendo las mujeres, lo cierto es que la beneficencia dependía en gran medida de ellos, de su visibilidad y su carácter público, que en este caso no les estaba vedado. La revista *Iris* lo ilustra bien (Fig. 8): en la misma página aparecían unas fotografías de mujeres exhibiendo vestidos y una viñeta en la que se satirizaba esa misma vocación exhibicionista a través de una figura de mujer que da una limosna y posa ante unos fotógrafos, junto al remate: “Cómo quisieran ser sorprendidas

⁵⁶ “Feminismo saludable”, *La Nota*, año 4, n° 191, 4 de abril de 1919, pp. 1-2. La pregunta la hacía F. A. Barroetaveña, que era quien consideraba “graves trastornos femeninos”, “una gama de transiciones sorprendentes, violentas y audaces” otro tipo de intervenciones públicas de las mujeres, como “la pintoresca candidatura de la doctora Lanteri” y las “22.000.000 de mujeres votantes en Alemania”.

⁵⁷ “Maternidad. Instituto de la Sociedad de Beneficencia de la Capital”, *Aconcagua*, año 1, n° 9, octubre de 1930, p. 79.

⁵⁸ De hecho, fue una actividad intensamente feminizada. Véase la nota 43 sobre la convocatoria de *Myriam* a las lectoras que participaban en instituciones de beneficencia, o el artículo “La caridad y las mujeres”, de Julio Camba, donde señalaba que “Hasta cuando se la ejerce en privado, parece la caridad una cosa de mujeres (...). La caridad resulta así un sentimiento femenino, como la afición a los trapos o el miedo a las ratas, y esto le hace perder a la miseria gran parte de su decoro”. *Fray Mocho*, año 9, n° 425, 15 de junio de 1920.

muchas damas, cuando dan una limosna”.⁵⁹ La actitud de todas las mujeres representadas en esa página era la misma, y eso se relaciona con que la beneficencia, justamente, fue una de las áreas de actividad femenina que más publicidad recibieron en las revistas.⁶⁰ Pero esto no es incompatible con el hecho de que en ella hallaron una inscripción pública visible muchas expresiones del feminismo y que, desde este punto de vista, la beneficencia fue una forma admitida de visibilización pública de la actividad política de las mujeres.⁶¹

Esta actividad no era algo novedoso. Recordemos que en nuestro territorio, al igual que en otros países, las mujeres habían tenido una participación específica en ritos sociales como las tertulias, reuniones de carácter privado en las que, sin embargo, se habían discutido y decidido en más de una ocasión asuntos públicos.⁶² Las revistas del período que estudiamos reivindicaron cada tanto, devolviéndola a la memoria colectiva, la participación de mujeres en

⁵⁹ *Iris*, año 1, n° 45, 14 de enero de 1921. El mismo tema de la dimensión exhibicionista de la beneficencia aparece en *El Hogar* (posiblemente una ilustración de Gibson): dos mujeres vestidas fastuosamente entran a un baile de caridad. El texto dice: “Después de gastar en perlas, brillantes, trajes y adornos grandes sumas de dinero, el resultado, la limosna, asciende a un par de pesos, dados de mala manera” (año 7, n° 151, 30 de abril de 1910).

⁶⁰ Los ejemplos son incontables. Cito entre muchísimos otros “Reparto de ropas”, *PBT*, año 7, n° 288, 4 de junio de 1910; “De provincias”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 144, 12 de enero de 1910; “Cincuenta años de beneficencia”, *Myriam*, año 1, n° 3, agosto de 1915; “Una excelente institución. El hogar para mujeres de los salvacionistas”, *El Hogar*, año 12, n° 292, 7 de mayo de 1915; “Actualidades gráficas nacionales y extranjeras. Distribución de premios a la virtud”, *Vida Porteña*, año 5, n° 195, 7 de agosto de 1917; “La mujer en Buenos Aires. Su obra de beneficencia y cultura”, *Nuestra Causa*, año 2, n° 13, mayo de 1920; “La última asamblea de la Sociedad de Beneficencia”, *Gran Guñol*, año 1, n° 19, 5 de enero de 1923; “Damas de beneficencia”, *Plus Ultra*, año 11, n° 122, junio de 1926; “Figuras del momento”, *El Hogar*, año 24, n° 995, 9 de noviembre de 1928; “Benéfica obra del Club de Madres”, *Olympia*, año 3, n° 36, 20 de marzo de 1929; “Actualidades” (entrega de premios a la virtud), *El Suplemento*, año 10, n° 322, 7 de agosto de 1929. Sobre los premios a la virtud, una manifestación de las actividades de beneficencia, véase el estudio de María Fernanda Lorenzo, Ana Lía Rey y Cecilia Tossounian, “Imágenes de mujeres virtuosas: moralidad, género y poder en la Argentina de entreguerras”, en Mirta Lobato (comp.), *Cuando las mujeres reinaban. Belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX*, Buenos Aires, Biblos, 2005, pp. 19-43.

⁶¹ Tengamos en cuenta, de todos modos, que en Argentina, a diferencia de otros países, el tratamiento que recibió en la prensa el feminismo en cuanto actividad política pública no fue abiertamente hostil. La deslegitimación de los reclamos feministas se produjo a través de medios como la representación de las mujeres como personas débiles, menos preparadas para la vida política y, como he señalado en el primer y tercer capítulo, a través de la caricaturización de las feministas como masculinizadas o desinteresadas en los hombres. En este sentido, uno de los principales temores que expresó el tratamiento del feminismo en la prensa fue la inversión de roles masculinos y femeninos y el extrañamiento entre hombres y mujeres. Aunque este temor se vinculaba, desde luego, con la ocupación femenina del espacio público (o en todo caso, con el abandono del hogar como lugar natural), no he encontrado que la visibilidad pública del feminismo, su ocupación del espacio público, fueran en sí mismas un problema (al menos no en Argentina). Por el contrario, la prensa de interés general se ocupó de volver muy visibles a las principales referentes del feminismo y dio una publicidad relativamente grande al movimiento feminista, por lo menos en su variante liberal y decididamente en su cara maternalista, la más vinculada a la beneficencia. Véase por ejemplo “El hogar maternal” [sobre Elvira Rawson], *El Hogar*, año 7, n° 156, 15 de julio de 1910; “Parte del público que concurrió a una de las conferencias dadas por la Dra. Rawson de Dellepiane en la Biblioteca Argentina”, *Iris*, año 2, n° 68, 24 de junio de 1921; “Figuras femeninas. Carolina Lena de Argerich”, *Atlántida*, año 4, n° 198, 19 de enero de 1922; “Con la doctora Sara Justo. Una interesante entrevista”, *Mundial. La revista para todos*, año 2, n° 21, 4 de marzo de 1925; “La obra de la mujer argentina. Elvira Rawson de Dellepiane”, *Femenil*, año 2, n° 23, 15 de febrero de 1926, pp. 33, 66; “La libertad civil femenina”, *Atlántida*, año 12, n° 598, 26 de septiembre de 1929; “La Biblioteca del Consejo Nacional de Mujeres”, *Aconcagua*, año 1, n° 9, octubre de 1930, pp. 59-62.

⁶² Dora Barrancos, *Mujeres en la sociedad argentina. Una historia de cinco siglos*, Buenos Aires, Sudamericana, 2007, pp. 77-87.

esos eventos,⁶³ un antecedente valioso de la intervención de las mujeres en la esfera pública, aun con sus marcadas diferencias respecto de nuestro período. Para entonces, la representación de las mujeres como anfitrionas de eventos sociales, y más aún la actividad social en sí como una tarea femenina, se había vuelto un lugar común, aunque no siempre se ponía de relieve su dimensión política. Numerosas publicidades de alimentos, electrodomésticos y productos de belleza, por ejemplo, señalaban “la hora del té”, las cenas, los bailes y las visitas como un momento de especial importancia en la vida femenina, aquel en el que se ponían en juego decisiones que trascendían en gran medida las paredes de la casa, aun si las reuniones se desarrollaban puertas adentro. Son escenas que se repiten con insistencia en portadas, viñetas y publicidades (Fig. 9 a y b).

“En vísperas de la realización de una fiesta —declaraba por ejemplo una publicidad de la confitería Los Dos Chinos protagonizada por una mujer elegante que sonreía satisfecha ante una mesa exquisitamente puesta— (...) en los hogares presididos por un espíritu selecto, tanto como la excelencia del ‘lunch’ preocupa su presentación”.⁶⁴ “La satisfacción de ofrecer una comida perfecta la proporciona el Bau calidad tradicional”, afirmaba otro aviso que mostraba una lata de aceite en primer plano y detrás, en negativo, las siluetas de los participantes de una fiesta, sobre los que se destacaba en la parte superior una silueta de mujer.⁶⁵ “El triunfo de la dueña de casa no solo está en la elegancia y suntuosidad del servicio. Depende de la calidad de lo que se sirve”; “El placer de la obsequiante reside en la satisfacción de sus huéspedes!” aseveraban otros dos,⁶⁶ también ilustrados con escenas de reuniones sociales protagonizadas por mujeres, que utilizaban, como varias de estas publicidades, un punto de vista bajo que generaba en el espectador (posiblemente imaginado como espectadora, ya que a veces las publicidades se dirigían directamente a las mujeres) una intimidad, complicidad y cercanía que invitaban a identificarse con la escena representada (Fig. 10 a y b).

Aunque es evidente que en muchos de esos eventos participaban también los hombres, el té, las cenas, los bailes (“ese interesante momento de la vida en que tantas crisálidas van a convertirse en mariposas”⁶⁷) se representaban como territorio privilegiado de las mujeres (que protagonizaban las crónicas sociales y las secciones gráficas, Fig. 11) y como episodios en los que se ponían a prueba todas esas habilidades, naturales y adquiridas, caracterizadas como

⁶³ Por ejemplo, “Un salón porteño a principios de siglo (la sociedad de antaño)”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 18, n° 409, 15 de enero de 1910; “Buenos Aires antiguo”, *Myriam*, año 1, n° 5, octubre-noviembre de 1915; “Tertulias de antaño”, *Plus Ultra*, año 1, n° 2, 1916; “La sociedad de Buenos Aires en los años de la Independencia”, *Atlántida*, año 12, n° 586, 4 de julio de 1929.

⁶⁴ *Plus Ultra*, año 12, n° 136, agosto de 1927.

⁶⁵ *Plus Ultra*, año 15, n° 174, octubre de 1930.

⁶⁶ *Para Tí*, año 3, n° 113, 8 de julio de 1924; *Olympia*, año 3, n° 37, 10 de abril de 1929. Esta última llevaba como título “El placer de la mujer”.

⁶⁷ Chía, “Crónica mundana”, *La Semana Universal*, año 1, n° 16, 18 de abril de 1912.

femeninas: la atención al detalle, la apariencia, la sensibilidad estética, la preocupación por el bienestar de los demás, etcétera.

Más aún, a tal punto se consideraban estas obligaciones sociales una especificidad de las mujeres que circulaban caricaturas y publicidades que tematizaban el desgaste físico ocasionado en el cuerpo femenino (y nunca en el cuerpo masculino) por las atenciones sociales, como aquella en la que una mujer vestida de fiesta le pide a su sirvienta un “masaje al rostro” porque “Me duele horriblemente de sonreírles toda la tarde a los amigos de mi marido”,⁶⁸ o aquella otra de un tónico reconstituyente que, ante la figura de una mujer vestida de fiesta, asegura que “La mujer de sociedad generalmente exige de su organismo y especialmente de su sistema nervioso un desgaste de energías muy superior a lo que debiera”.⁶⁹

Por otro lado, si bien estas representaciones habitaban un espacio restrictivamente burgués que parecía ignorar otras realidades sociales, la inclinación de las mujeres a entretener y casi a decorar se representó también como timón de las intervenciones públicas de las mujeres de sectores populares, subrepresentadas en las revistas pero no obstante presentes, como en el caso de las músicas de una orquesta de señoritas a la que *Gran Guiñol* se refería como “el mayor encanto” de los cafés populares, porque “ponen una nota de frescura en los viejos locales llenos de concurrencia fatigada” (Fig. 12).⁷⁰ Y pienso que esto explica también, en cierta medida, la celebración mediática de las actrices, en general de extracción popular, en las páginas de muchas revistas.

Así, con vocación generalizante e independencia aparente de las divisiones de clase (aunque sepamos que esto no es así),⁷¹ las publicaciones del período establecieron una serie de asociaciones entre las competencias sociales de las mujeres y un repertorio de actividades que desafiaban la clasificación como públicas o privadas. La clave aquí eran aquellas cualidades que se habían definido, con los años, como inmanentes a una supuesta personalidad femenina: encantadora, altruista, agradable, detallista, imaginativa (algunas de las cuales, según vimos, también los redactores de los correos de lectoras consideraban características de las mujeres).

Más que como públicos o privados, entonces, los espacios de la feminidad se definían en las revistas como aquellos en los que las mujeres desplegaban esas competencias sociales que desde hacía unos cuantos siglos habían comenzado a transmitirse de generación en generación como femeninas, y que las revistas contribuyeron a difundir, con su imparable expansión a la

⁶⁸ *Para Ti*, año 2, n° 40, 13 de febrero de 1923, p. 16.

⁶⁹ Aviso de Iperbiotina Malessi, *Plus Ultra*, año 3, n° 26, junio de 1928.

⁷⁰ “Aspectos pintorescos de Buenos Aires. Café-música-comida barata”, *Gran Guiñol*, año 1, n° 28, 9 de marzo de 1923.

⁷¹ No dejo de percibir la diferencia fundamental que existe, desde luego, entre las mujeres que aparecen representadas como anfitrionas de sus propios hogares o de fiestas elegantes, y aquellas para quienes entretener es un trabajo, como las actrices o las músicas de la orquesta de señoritas. Es una diferencia central que separa a unas mujeres de otras. Pero mi interés en este punto es analizar cómo las representaciones de las mujeres como “agradables” habilitaron sus intervenciones públicas.

vuelta del siglo XX, como naturales. De modo inverso, los espacios de la feminidad proporcionaron un marco de inteligibilidad a ciertas actividades de las mujeres. Esto contribuyó a que se las comprendiera siempre bajo el sesgo específico del sexo, es decir no como manifestaciones de una cultura humana universal sino como moduladas por la “naturaleza” de las mujeres, con independencia de su alcance público o privado que, en las interpretaciones clásicas de la diferencia entre las prácticas masculinas y femeninas, se entendió como más determinante. En todo caso, como trataré de demostrar, los espacios de la feminidad, en cuanto posicionamientos en el discurso antes que como espacios físicos, aunque también modulados por ellos, habilitaron *discursivamente* la “naturalidad” de algunas prácticas femeninas tanto en el espacio privado como en el espacio público, aunque con ello también restringieron los alcances de su intervención real en la esfera pública.

Para ejemplificar mejor este aspecto me detendré un momento en el caso de las artes femeninas. “Artes femeninas” o “arte femenino” fue el nombre que se usó en la prensa de nuestro período para referir a las labores de mano de las mujeres, que según hemos visto las revistas fomentaron en sus secciones femeninas y representaron como una actividad idónea para ocupar las horas y volver más agradable el hogar. Era una categoría que abarcaba muchas más disciplinas que las tradicionales pintura o escultura, cuyos rudimentos formaban parte de la educación de las jóvenes de clase media o alta,⁷² e incluía labores como el bordado, la confección de flores artificiales, el tallado de piezas decorativas y la elaboración de todo tipo de tejidos y manualidades para el hogar, algunas utilitarias y otras decorativas.⁷³

“Artes femeninas” eran en 1909, para *Athinae*, una de las primeras revistas especializadas en artes de la Argentina, la elaboración de encajes, lencería, esmaltes, miniaturas, azulejos y la decoración pictórica de objetos (servicios de té, portarretratos, manteles, abanicos, servilletas).⁷⁴ Una comprensión similar del término sostenía la revista *El Hogar*, que en 1915 dispuso que las socias de El Hogar-Club podían exponer en sus locales “sus obras de arte o aguja”.⁷⁵ Y “artes femeninas” seguían siendo, en 1929, para Adelia di Carlo, “desde el cuadro de mérito al que [la

⁷² Sobre la formación de las jóvenes burguesas como aficionadas en distintas artes, comentarios en Anne Higonnet, “Las mujeres y las imágenes. Apariencia, tiempo libre y subsistencia”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres en Occidente*, tomo 7, *El siglo XIX. La ruptura política y los nuevos modelos sociales*, Madrid, Taurus, 1993, pp. 271-295. Leandro Losada confirma esa misma imposición en la educación de las jóvenes de la alta sociedad argentina y señala sus límites en *La alta sociedad...*, *op. cit.*, pp. 119-127. Sobre la formación artística femenina en el ámbito local véase también Graciela Scocco, “Un espacio permitido: educación artística y participación activa de la mujer en las artes decorativas y aplicadas”, en María Inés Saavedra (dir.), *Buenos Aires. Artes plásticas, artistas y espacio público*, Buenos Aires, Vestales, 2008, pp. 209-247; Georgina Gluzman, *Trazos invisibles. Mujeres artistas en Buenos Aires (1890-1923)*, Buenos Aires, Biblos, 2016.

⁷³ Julia Ariza, “Artes femeninas y artistas mujeres. Sus representaciones en la prensa periódica de Buenos Aires (1910-1930)”, en *Mujeres y género: poder y política. Actas de las X Jornadas nacionales de historia de las mujeres/V Congreso iberoamericano de estudios de género*, Luján, 2010, Cd-rom.

⁷⁴ “Artes femeninas”, *Athinae*, año 2, n° 15-16, noviembre-diciembre de 1909, pp. 24-28.

⁷⁵ “La página de El Hogar-Club”, *El Hogar*, año 12, n° 288, 9 de abril de 1915. La sección llevaba el lema “por el trabajo y la cultura de la mujer” y reseñaba las actividades del club, que entre otras cosas ofrecía una bolsa de trabajo.

mujer] ha llevado un jirón de belleza, hasta el encaje primoroso; desde el bronce sonoro en que ha fijado una curva de Milo hasta el libro en que ha rimado sus sentires o ha estampado retazos de vida; desde la delicada miniatura, la alhaja artísticamente cincelada, hasta el traje que ha de cubrir cuerpos esculturales, o a la alfombra pacientemente trabajada; desde los trabajos científicos hasta el postre exquisito con que ha de recrear el paladar”.⁷⁶ Todavía en 1934, “arte femenino” era, para la revista *Aconcagua*, la fabricación de “un centro de mesa y dos cojines de cuero fino, grabado y pintado”,⁷⁷ y esto sin contar las innumerables páginas dedicadas en las revistas de interés general a las “artísticas” labores propias del buen gusto femenino.

Además de “artísticas”, la prensa valoró estas producciones, entre otros epítetos, como delicadas, y aun “delicadísimas”;⁷⁸ “hermosas”,⁷⁹ “personales”,⁸⁰ “originales y elegantes”,⁸¹ “realizadas con esmero”, “de positivo mérito” y “buen gusto”,⁸² “de efecto elegante y lujoso”,⁸³ “una bonita labor en armonía con el exquisito buen gusto”,⁸⁴ “muy original”,⁸⁵ como “verdaderas obras de arte”,⁸⁶ “agradable distracción”,⁸⁷ “preciosas”, “primorosas”, y hasta llegó a señalar que “parecen tejid[a]s con hebras de ensueño por las divinas manos de un hada”.⁸⁸ A nadie escapará la similitud de estos calificativos con los que se utilizaban comúnmente para describir la personalidad de “la mujer”. Llevando más lejos aún esta analogía entre la personalidad femenina y las producciones manuales de las mujeres, Mercedes Dantas Lacombe, presidenta del Club Argentino de Mujeres —que en 1928 organizó en el marco del III Congreso Internacional Femenino una “exposición del libro y artes e industrias femeninas”— sostuvo que las artes femeninas daban una “idea concreta de la ductilidad, del poder de adaptación, de la inteligencia femenina, que pasa en vuelo sabio del caballete al telar,

⁷⁶ “Exposición de artes femeninas en el Salón Nacional patrocinada por el Club Argentino de Mujeres”, *Caras y Caretas*, año 32, n° 1583, 2 de febrero de 1929.

⁷⁷ “Arte femenino”, *Aconcagua*, año 5, n° 49, enero de 1934, p. 140.

⁷⁸ “El III Congreso Femenino inauguró la muestra del libro, arte e industria”, *La Nación*, 6 de diciembre de 1928, p. 6 (citado en Dora, Barrancos, *Inclusión/exclusión. Historia con mujeres*, Buenos Aires, FCE, 2002, p. 105); “Exposición nacional de labores a máquina”, *Myriam*, año 3, n° 26, octubre de 1918, p. 12.

⁷⁹ “Exposición de artes femeninas en el Salón Nacional patrocinada por el Club Argentino de Mujeres”, *Caras y Caretas*, vol. 32, n° 1583, 2 de febrero de 1929; “Exposición nacional de labores a máquina”, *Myriam*, año 3, n° 26, octubre de 1918, p. 12.

⁸⁰ “Página femenina. Labores”, *Myriam*, año 2, n° 6, septiembre de 1917, p. 50.

⁸¹ *Ibidem*.

⁸² “Artes femeniles en Buenos Aires”, *El Hogar*, año 7, n° 144, 15 de enero de 1910; “Exposiciones en las escuelas de adultos”, *La Nación*, 29 de noviembre de 1928, p. 8.

⁸³ “El ingenio en la vida práctica”, *Almanaque de la Mujer*, n° 2, 1930, p. 442.

⁸⁴ “Arte decorativo”, *Mundial. La revista para todos*, año 2, n° 18, 11 de febrero de 1925.

⁸⁵ “El arte aplicado en el hogar”, *Fray Mocho*, año 9, n° 424, 8 de junio de 1920.

⁸⁶ “Labores femeninas”, *El Hogar*, año 7, n° 144, 15 de enero de 1910; también en “Exposición comunal de artes industriales”, *Femenil*, año 1, n° 16, 28 de diciembre de 1925.

⁸⁷ “El tejer es un placer”, *El Suplemento*, año 7, n° 145, 17 de marzo de 1926.

⁸⁸ “El Hogar-Club”, *El Hogar*, año 12, n° 293, 14 de mayo de 1915.

del gabinete de estudio al cuarto de lavado y planchado, y que con la misma habilidad anuda un lazo en la cabeza de sus hijos, o resuelve, sonriendo, un teorema algebraico”.⁸⁹

Esta caracterización heterogénea y laxa de las artes femeninas se extendía también a su estatuto intermedio entre el ámbito público y privado. Por un lado, como hemos visto, las secciones de labores y varios otros discursos —como por ejemplo las ilustraciones de los avisos publicitarios de las casas de artículos para labores—⁹⁰ vincularon la práctica de estas artes al universo doméstico y la presentaron como ocupación “natural” de las mujeres, derivada de unas cualidades otorgadas por el sexo y orientada como todas las actividades de aficionados solo a llenar las horas del día (Fig. 13). Era una representación que permeaba todo tipo de revistas: la redactora de una sección de *Para Ti* que explicaba cómo decorar un macetero, por ejemplo, aseguraba que la sencillez del modelo “dará la oportunidad de que todas o casi todas mis lectoras se permitan ejecutarlo, ya que al hacerlo no solo alejan durante su obra los minutos de tedio de la ociosidad, sino que asimismo habrán contribuido al adorno de su hogar, rodeándolo de un objeto sumamente útil y realizando aún más las bellas dotes que caractericen a su ejecutante”.⁹¹ Y el autor de otro artículo, aparecido en *Mundial*, que reproducía fotografías de las obras de una “eximia cultora de artes manuales”, Teresa V. de Pochat, a quien se presentaba como “artista por naturaleza”, señalaba, sin embargo, que “su labor, la ejecuta en ratos perdidos, tanto de día como de noche, y lo hace solo por satisfacción de su espíritu selecto que rechaza los momentos de ocio (...)”, y para exclusivo “embellecimiento del hogar” (Fig. 14).⁹²

Pero esta representación de las artes femeninas como domésticas y meramente decorativas convivía con otra que las proponía, sin contradicción con su ejecución doméstica, como una actividad económica útil que, aunque se desarrollase en el hogar, circulaba también en el mercado. Pienso por ejemplo en los artículos que dedicaban los diarios y revistas a celebrar las exposiciones de las escuelas profesionales y de los numerosos institutos de arte que existían ya en la Argentina del Centenario, donde los trabajos de las alumnas se vendían (Fig. 15);⁹³ en las fotografías de las egresadas de esas instituciones, que las presentaban como nuevas

⁸⁹ “El III Congreso Femenino inauguró la muestra del libro, arte e industria”, *La Nación*, 6 de diciembre de 1928, p. 6.

⁹⁰ Por ejemplo, los avisos de la Tienda San Juan en *PBT*, año 7, n° 290, 18 de junio de 1910, o de la casa El Filet, *Luz*, año 2, n° 2, 15 de febrero de 1924, o de la Mercería Suiza en *El Suplemento*, año 7, n° 145, 17 de marzo de 1926, que por cierto en todos los casos guardaban relación entre sí y con la ilustración o fotografía utilizada por las máquinas de confección de medias que analicé en el capítulo 1.

⁹¹ Luciérnaga, “Repujado y arte decorativo. Hermoso macetero repujado en bronce”, *Para Ti*, año 5, n° 228, 21 de septiembre de 1926, p. 74.

⁹² M. M. Olguín, “Manos femeninas. El arte del repujado”, *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 3, 29 de octubre de 1924, pp. 44-45.

⁹³ “Artes femeninas”, *Athinae*, año 2, n° 15-16, noviembre-diciembre de 1909, pp. 24-28; “Artes femeniles en Buenos Aires”, *El Hogar*, año 7, n° 144, 15 de enero de 1910; “Fin de curso de la Academia Central Juvé y sus sucursales”, *Para Ti*, año 2, n° 38, 30 de enero de 1923; “Exposición comunal de artes industriales”, *Femenil*, año 1, n° 16, 28 de diciembre de 1925; “Los primeros premios de la Exposición Comunal de Artes Industriales”, *Atlántida*, año 7, n° 356, 5 de febrero de 1925; “Arte cerámica en la Escuela del Divino Rostro”, *Columbia*, año 1, n° 1, 5 de mayo de 1925; “Exposición de labores de alumnas de la Escuela Profesional n° 3

profesionales;⁹⁴ o en las publicidades de esos centros de formación, como aquel que junto a la imagen de una joven empuñando un pincel con el que decoraba una lámpara aseguraba que el arte aplicado “es una profesión lucrativa” y que era posible aprenderlo “dondequiera que usted resida, en su propia casa, y sin desatender sus ocupaciones habituales” (Fig. 16),⁹⁵ o aquel otro que aclaraba que “Toda labor ejecutada por cada alumna, es de su absoluta propiedad”, lo que indicaba el valor económico que se les reconocía a estas obras,⁹⁶ o incluso aquel que reproducía las fotografías de sus egresadas bajo el gran titular “Mujeres que triunfan”, y en el que el triunfo se entendía como netamente económico, pero también doméstico, ya que la publicidad aclaraba que significaba “verse dueña de un título que llevará la tranquilidad a su querido hogar”.⁹⁷

Claro que la utilidad de estas obras, que en algún sentido se extendía a las mujeres y les proporcionaba una salida al parasitismo intrínseco a la noción burguesa de feminidad,⁹⁸ conllevaba por otra parte una desventaja en términos de posicionamiento de esas producciones en el mercado de arte, porque las distinguía del gran arte, autónomo y esencialmente inútil, y las teñía de un matiz proletario reñido con la apreciación del arte como actividad gentil.⁹⁹ En un

del Instituto Filantrópico”, *La Nación*, 1 de diciembre de 1928; “Exposiciones en las escuelas de adultos”, *La Nación*, 29 de noviembre de 1928, p. 8; “Escuela de Artes Decorativas Aplicadas”, *Aconcagua*, año 1, n° 11, diciembre de 1930, pp. 75-76. En el apartado 2.3 consignaré algunos datos sobre la apertura de estas escuelas.

⁹⁴ Entre muchos otros, “Artes femeniles”, *El Hogar*, año 7, n° 149, 30 de marzo de 1910; “Escuela profesional de mujeres n° 2 de Belgrano”, *PBT*, año 7, n° 275, 26 de febrero de 1910; “Notas de arte”, *El Hogar*, año 7, n° 147, 28 de febrero de 1910; “Artes femeniles”, *El Hogar*, año 7, n° 149, 20 de marzo de 1910; “Academia integral de corte y confección”, *El Hogar*, año 15, n° 431, 4 de enero de 1918; “Exámenes de fin de año de los cursos de enseñanza que se dictan en la biblioteca del Consejo Nacional de Mujeres”, *Iris*, año 2, n° 92, 9 de diciembre de 1921; “Instituto Porrera”, año 15, n° 437, 15 de febrero de 1918; “Notas escolares”, *Fray Mocho*, año 9, n° 408, 17 de febrero de 1920; “Instituto Porrera”, *El Hogar*, año 21, n° 807, 3 de abril de 1925; “Escuela profesional n° 1”, *Caras y Caretas*, año 29, n° 1422, 2 de enero de 1926; “Biblioteca del Consejo Nacional de Mujeres. Finalizaron ayer los exámenes”, *La Nación*, 11 de diciembre de 1928, p. 11; “Corte y confección”, *Para Ti*, año 8, n° 378, 6 de agosto de 1929.

⁹⁵ Publicidad del Instituto de Artes Aplicadas para el Hogar e Industrias, que ofrecía cursos por correo, en *Aconcagua*, año 1, n° 4, abril de 1930.

⁹⁶ Aviso de Academia Asplanato, *El Hogar*, año 7, n° 154, 15 de junio de 1910.

⁹⁷ Aviso de Universidad Femenina, *Aconcagua*, año 6, n° 69, febrero de 1936.

⁹⁸ La sección de labores de los Hogar-Club afirmaba, por ejemplo: “Nos causa infinito placer la demanda de datos que hacen de todos los puntos de la república respecto de la Bolsa de Trabajo (...) nos demuestran también que ellas adelantan en el sentido de comprender que ya no es bastante para sus encantos inundar el hogar con el perfume de sus gracias femeniles, sino que deben ser también fuerzas productoras de actividad inteligente y emanciparse así de la vida parasitaria, infecunda y vergonzosa que malogra las más preciosas cualidades, siendo a la vez un obstáculo para el mejoramiento de los individuos y de la sociedad en general”, “El Hogar-Club”, *El Hogar*, año 12, n° 290, 23 de abril de 1915.

⁹⁹ Cuando excedían el marco de la distracción doméstica, las artes femeninas fueron representadas en la prensa decididamente como actividad proletaria o apta para mujeres de bajos recursos. Las escuelas profesionales que las enseñaban aparecieron siempre como instituciones educativas para mujeres “necesitadas” (el hecho de que algunas fueran mantenidas por instituciones de beneficencia lo confirma). En un artículo sobre una de estas instituciones que actuaba como intermediario en la venta de labores de mujeres pobres, la directora aclaraba que así se evitaba “a la pobre vergonzante la peregrinación deprimente de la oferta, al par que la explotación inicua de que es objeto el trabajo de la mujer”, y explicaba el sistema de recepción de los trabajos, organizado de modo que no se publicitara la identidad de las mujeres y que se les evitara el tener que preguntar si había habido ventas. “Providencia femenina”, *Myriam*, año 4, n° 34, junio de 1919. Por otro lado, este prejuicio de clase se vinculaba con el prejuicio que desvalorizaba las propias disciplinas decorativas. En una reseña de la primera Exposición de artes comunales, por ejemplo, el crítico de arte José María Lozano Mouján comentaba que la impresión de conjunto no era satisfactoria, que la

artículo dedicado a la Escuela Profesional n° 5 de Artes Aplicadas, Héctor I. Oller diferenciaba por ejemplo este establecimiento de otras academias artísticas “donde la pintura, la escultura son enseñados como ‘adorno’ sin ningún otro cálculo posterior” porque “en esta se pretende dotar a los alumnos de un elemento práctico, de una preciosa arma para la lucha por la vida. (...) Esto es lo que hace la Escuela Profesional n° 5. Y esta enseñanza del arte en sus aplicaciones útiles es exclusivamente dedicada a la mujer la que, cada día más emancipada y por ende más necesitada de una profesión independiente, encuentra allí una lucrativa y honesta actividad en que volcar esa penetrante intuición artística de que rebosa el alma femenina”.¹⁰⁰

La cita es interesante porque demuestra que aun en los casos en que se reconocía la dimensión pública y utilitaria de las artes femeninas y su valor económico, la prensa continuó vinculándolas a la “naturaleza” de las mujeres. Una entrevista en *Para Ti* a una reconocida profesora de labores comenzaba declarando, por ejemplo, que “Se dijera que el fino sentido del color y la composición, el cuidado del detalle, la minuciosidad de la ejecución, encuentran en el temperamento femenino el campo más fértil y generoso. Hay en las mujeres como un instinto de la belleza del color que las guía casi siempre infaliblemente. El arte decorativo, hecho de color y originalidad de combinación de detalles y habilidad manual, proporciona a una artista amplio terreno para su desenvolvimiento”.¹⁰¹

Pero esta caracterización se extendía incluso a gran parte de la práctica femenina de disciplinas más reconocidas por el campo artístico, como la pintura y la escultura, que la crítica de arte y la temprana historiografía tendieron a conceptualizar también en términos acordes a la noción de feminidad, en especial en el caso de artistas que se especializaban en géneros considerados menores, como el retrato, la naturaleza muerta y las escenas de género. Alberto Ghirardo, por ejemplo, adjudicaba a María Elena Bertrand, una artista que pintaba retratos y paisajes, una “Sensibilidad exquisita, firmeza de ejecución, riqueza y pureza de color y, sobre todo, un buen gusto infalible en la elección de temas”;¹⁰² otro articulista juzgaba a Teresa Canesi “por sobre todo un espíritu sensitivo”, y celebraba los trabajos de otra artista porque presentaban “fineza y dulzura y comprensión”.¹⁰³ Estas representaciones migraron a la historiografía. Años más tarde, José León Pagano, reconocido como uno de los primeros

exposición apuntaba a mostrar “la obra modesta e individual” sin criterio de selección, y que lo único que se destacaba “son obras de arte: pinturas y esculturas” de autores (todos hombres, aunque la mitad de los expositores fueran mujeres) de nombres reconocidos. En “Notas de arte. Las exposiciones industriales y el arte”, *Atlántida*, año 7, n° 352, 8 de enero de 1925, p. 24. Aquí se mezclaban, entonces, varios problemas: la propia jerarquía de las artes, que venía consolidándose desde el Renacimiento, dentro de la cual las mujeres habían quedado vinculadas a las artes menores; el prejuicio de clase; el prejuicio de género. Un análisis de estas asociaciones en Rozsika Parker y Griselda Pollock, “Crafty women and the hierarchy of the arts”, *Old Mistresses. Women, Art and Ideology*, Londres, Pandora Press, 1981, pp. 50-81.

¹⁰⁰ “Escuela de Artes Decorativas Aplicadas”, *Aconcagua*, año 1, n° 11, diciembre de 1930, pp. 75-76.

¹⁰¹ Lorraine, “Arte decorativo femenino. La señora Carolina de González Victorica”, *Para Ti*, año 3, n° 114, 15 de julio de 1924, p. 48.

¹⁰² *Plus Ultra*, año 12, n° 120, abril de 1926.

¹⁰³ “Pintoras argentinas: a propósito de una exposición colectiva”, *Aconcagua*, n° 10, noviembre de 1930.

historiógrafos del arte argentino, retomaba esta misma perspectiva al juzgar a Lía Correa Morales como “la pintora de la gracia”¹⁰⁴ y a Ángela Vezzetti como una “intuitiva”, mientras que a Emilia Bertolé le asignaba una “propensión a lo delicado” que “la llevó a incidir en lo bonito”, y definía a María Mercedes Rodrigué de Soto Acebal como “una delicada” cuya “fina sensibilidad se anima por el espíritu”. Pagano veía también revivir en Carlota Stein el espíritu de su padre Henri, aunque “afinado por un matiz de inconfundible esencia femenina: la gracia” y ubicaba a Norah Borges, “delicadamente femenina”, en “un plano de suave espiritualidad”.¹⁰⁵

La insistencia en la infalibilidad del gusto y el instinto, la delicadeza, la sensibilidad y la destreza manual (que ya hemos visto representada como femenina en otros capítulos, y que eran las mismas cualidades con las que se apreciaban las artes femeninas) posicionaban las habilidades de las mujeres en el terreno de la naturaleza y no de la educación y la cultura, y ofrecían una interpretación determinista de las prácticas artísticas femeninas, que parecían, según este y muchos otros discursos,¹⁰⁶ surgir de las tendencias profundas del sexo y no del espacio social restrictivo en el que se educaba a las mujeres.

De este modo, los espacios de la feminidad, que era donde se posicionaba discursivamente a estas producciones, y eran el espacio social desde donde trabajaban las mujeres que realizaban “artes femeninas”, suponían una frontera invisible, pero no por ello menos poderosa, que separaba el mundo y las producciones de los hombres del mundo y las producciones de las mujeres. En este sentido, aunque la división público/privado se articuló en ocasiones con esta frontera para definir qué podía ser considerado arte y qué no (dado que el arte es una institución dentro de la cual los artistas, las prácticas y las obras se legitiman gracias a su circulación en la escena pública), la verdadera barrera impuesta a la valoración de las producciones de las mujeres¹⁰⁷ fue su conceptualización como femeninas, precisamente porque lo femenino como categoría había siempre significado, en sentido inverso a lo masculino, la diferencia en vez de lo universal.¹⁰⁸

Al posicionar discursivamente a las artes femeninas, al igual que la beneficencia o los eventos sociales, como actividades “de las mujeres”, y al describirlas en los mismos términos en los que se describía a las mujeres en cuanto personas, los discursos que circulaban en la prensa volvían indistinguibles las producciones de las mujeres de aquellas cualidades que se les representaban como naturales. Esta identificación entre una cosa y otra por un lado hacía

¹⁰⁴ *El arte de los argentinos*, Buenos Aires, edición del autor, 1940, vol. 3, p. 353.

¹⁰⁵ *Ibidem*, pp. 358 (Vezzetti), 367 (Bertolé), 368 (Soto Acebal), 369 (Carlota Stein) y 370 (Borges).

¹⁰⁶ He analizado algo más estas apreciaciones historiográficas y su relación con los discursos periodísticos en “La zona intermedia. El rol de la prensa ilustrada en la fortuna crítica de artistas mujeres argentinas”, en *Actas del XXIX International Congress of the Latin American Studies Association*, Toronto, 2010.

¹⁰⁷ Ver las citas de la nota 99 como ejemplo de esta desvalorización.

¹⁰⁸ Sobre las mujeres como diferencia en el discurso filosófico, Françoise Collin, “Diferencia y diferendo: la cuestión de las mujeres en filosofía”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres en Occidente*, tomo 9, *op. cit.*, pp. 291-321.

posible que estas actividades cobraran una dimensión pública sin que esto significara un conflicto con la noción de feminidad (como ocurría, según vimos, con la beneficencia, el consumo o la actividad social).¹⁰⁹ Pero, por el otro, hacía imposible juzgar esas producciones en los mismos términos que las producciones masculinas, ya que aparecían representadas como de un orden radicalmente diverso, lo que a su vez beneficiaba una comprensión del mundo como dividido en dos universos inconciliables, con leyes, códigos y normas distintos para los hombres y para las mujeres.

La práctica de artes femeninas, al igual que otras actividades públicas de las mujeres fue representada entonces a la vez como ocupación determinada por la “naturaleza” y como confirmación de las distintas capacidades femeninas, en un argumento decididamente tautológico que atrapaba las producciones de las mujeres en la diferencia, donde solo podían ser apreciadas y juzgadas en su diferencia, y no como arte a secas (o como política a secas en el caso de la beneficencia, o como práctica económica a secas en el caso del consumo).

La división entre lo público y lo privado tendió a solaparse con esta diferencia porque al negársele discursivamente a la producción manual, política, intelectual o social de las mujeres una injerencia por fuera del espacio social femenino se velaba, también, la especificidad de su participación en la esfera pública. Y aun si no se la eliminaba, la representación de esa participación como de injerencia prioritariamente privada ayudó a invisibilizar la contribución real de las mujeres a los asuntos juzgados como públicos.

Pero esto no significa, desde ya, que esa participación y contribución real no existiera. Por el contrario, el hecho mismo de que la prensa expresara, en su tratamiento de algunas actividades de las mujeres, cierto grado de conflictividad, de inadecuación o de sorpresa, es revelador respecto de la tensión inherente a la representación de las prácticas femeninas como privadas y como diferentes de las prácticas masculinas en un contexto en que, justamente, esas prácticas se diversificaban, “avanzaban” sobre territorios masculinos y debían ser repensadas en su relación con la esfera pública así como con el espacio público. En efecto, ¿qué pasaba cuando las prácticas de las mujeres no podían comprenderse dentro de los moldes definidos por los espacios de la feminidad? ¿Y qué lugar cumplía la noción de espacio público en ese conflicto? En la siguiente sección examinaré precisamente este problema desde la perspectiva del espacio físico, es decir en

¹⁰⁹ Es interesante que el argumento de la naturalidad de ciertas ocupaciones también fuese utilizado por el feminismo para justificar el trabajo femenino extradoméstico. En un artículo sobre el trabajo fabril para *Nuestra Causa*, la ingeniera Elisa Bachofen señalaba que la industria textil era “la industria femenina por excelencia” y que “Existen en muchos idiomas palabras que confirman el origen femenino de las manipulaciones textiles”. Argumentaba sobre esta idea la conveniencia del ingreso de mujeres a las fábricas: “A quienes dicen: ‘que la mujer vuelva a su rueca y a su huso’, con sobrada razón podrá responderse: ‘La mujer no ha abandonado sus instrumentos de trabajo, muy al contrario; pero como ellos han salido de los estrechos muros del hogar, ha ido en pos de ellos, instalándose por tanto en el taller’. “La mujer y la industria. Ayer y hoy”, *Nuestra Causa*, año 2, n° 20, diciembre de 1920, pp. 174-176. Esta operación discursiva no fue, sin embargo, la más representada en las revistas de interés general.

relación con el modo en que se representó la ocupación femenina del espacio y las consecuencias que tuvieron esas formas de representación sobre la legitimidad o no de ciertas prácticas.

2. El espacio físico

Hasta aquí he sostenido que las representaciones de mujeres en la prensa contribuyeron a definir los límites de un espacio social femenino, diferente del mundo de los hombres, que se articuló de un modo complejo con el espacio público y el espacio privado. En contra del lugar común según el cual las mujeres del período circulaban poco fuera del hogar y no intervenían en los asuntos públicos, he tratado de demostrar que lo que las representaciones en la prensa sugieren, en cambio, no es tanto que las mujeres tuviesen efectivamente limitados sus movimientos sino que sus formas de participación en la vida pública estuvieron moduladas por una noción de feminidad muy restrictiva, que en cierto sentido limitó sus alcances y posicionó sus contribuciones en un plano diferente al de las contribuciones de los hombres.

He señalado que algunas prácticas femeninas que eran por definición públicas, como la beneficencia, la actividad social y en alguna medida la práctica artística, no presentaron un conflicto en relación con aquella noción de feminidad vinculada al ideal doméstico porque se las consideró coextensivas a las cualidades que se habían adjudicado a las mujeres. Del mismo modo, la circulación de mujeres en la vía pública estuvo mediada y habilitada, entre otras cosas, por los discursos que las vinculaban a la moda, la atención a la apariencia, el consumo y las obligaciones sociales, todos aspectos representados como parte de la vida femenina que involucraban tanto el ámbito público como el privado.

Sin embargo, llegaríamos a una conclusión equivocada si consideráramos que estas formas de participación en la vida pública significaban la conquista definitiva y unilateral por las mujeres, en la misma medida que los hombres, del espacio público en cuanto espacio físico. Por el contrario, aunque su participación en ese espacio dependió en alguna medida de lo que el espacio social habilitaba como femenino, lo cierto es que ese espacio social se negoció en forma constante a lo largo del período, y esa negociación implicó que la ocupación femenina de determinados espacios físicos apareciera representada como más o menos legítima en distintas ocasiones, tratándose de distintas mujeres, y en relación con distintos fines.

Por un lado hay que tener en cuenta el hecho indiscutible, contra el cual plantearé la argumentación que sigue, de que el espacio doméstico, la quintaesencia del espacio privado, fue representado como escenario privilegiado del “mundo” de las mujeres, un mundo, como hemos visto, regido por la moral y los gustos burgueses.¹¹⁰ Esta constatación es clara para

¹¹⁰ Higonnet, “Mujeres e imágenes. Representaciones”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres en Occidente*, tomo 7, *op. cit.*, p. 303.

quienquiera hojee las páginas de las revistas ilustradas del período que estudiamos, y deriva de la preponderancia de representaciones de mujeres dentro del hogar en sus diversas manifestaciones, que tienen el efecto paradójico de crear, a través de su exhibición pública, una suerte de sentido común acerca de la supuesta privacidad de las mujeres.

Ya hemos señalado en el capítulo anterior, por ejemplo, que las representaciones vinculadas a las nuevas tecnologías para el hogar contribuyeron a redefinir “el lugar de las mujeres” dentro de la casa incorporando nociones modernas como la eficiencia y la productividad a la planificación cotidiana de la vida doméstica, y que esta nueva asociación discursiva de lo moderno con la feminidad y la domesticidad resultó operativa para encauzar la participación de las mujeres en la modernización a través del espacio privado, en oposición al espacio público. Del mismo modo, las secciones femeninas que hemos comentado, al igual que las ficciones semanales, muchas de las reproducciones de obras artísticas y las publicidades de cosméticos, de muebles o alimentos privilegiaron los escenarios domésticos como ámbitos de acción de las mujeres, y al poner en imagen el solapamiento del espacio social femenino con el espacio físico donde circulaban las mujeres en cierto sentido sancionaron esa correspondencia como la norma (Fig. 17 a-c).¹¹¹ Este solapamiento se reforzó, más aún, con las afirmaciones tradicionales acerca del hogar como “lugar de las mujeres” que aparecían una y otra vez en los textos muy variados que reproducían las revistas ilustradas.

Así, por ejemplo, casi por la misma época en que un artículo de la sección “Temas femeninos” en *La Mujer y la Casa* afirmaba que “El verdadero sitio de una señora; está en su casa” y que “Una joven señora que comprenda sus deberes, tiene suficientes tareas en su hogar que le convencerán de que no es necesario salir con frecuencia (...)”,¹¹² una publicidad de una firma de tapicerías en la revista *Columbia* sostenía, junto a una ilustración que representaba a una mujer recorriendo la cortina de un ambiente doméstico acogedor, que “un hogar bien dispuesto atrae siempre” (Fig. 18).¹¹³ Y mientras la revista *Vida Ilustrada* reproducía un escrito de Ruskin donde se presentaba al hogar como “retiro de paz, lugar de abrigo” que “envuelve a la verdadera esposa por donde quiera que vaya”,¹¹⁴ *Fray Mocho* reproducía un grabado (también importado) que bajo el título “Los sublimes milagros de la mujer” representaba a una familia

¹¹¹ Piénsese por ejemplo en las escenas de boudoir de muchas publicidades de cosméticos; las salas de estar de las publicidades de objetos de decoración o de productos de consumo familiar, y que son también escenario de tantas ficciones románticas, las pinturas que representan a mujeres realizando tareas domésticas, etc.

¹¹² M. I., “Consejos a las señoras jóvenes”, *La Mujer y la Casa*, año 5, n° 52, enero de 1924, p. 8.

¹¹³ Aviso de Los gobelinos, *Columbia*, año 1, n° 4, 16 de junio de 1925. El espectador comparte la vista del ambiente doméstico con la mujer, a la que se ve de espaldas. Esta perspectiva funciona de dos maneras: se nos invita tanto a observar a la mujer desde atrás, y a confundir la atracción del ambiente con la atracción por la figura femenina, como a identificarnos con ella y asumir la responsabilidad de la que habla el texto, como consumidoras.

¹¹⁴ John Ruskin, “El hogar”, *Vida Ilustrada*, año 3, n° 30, 3 de mayo de 1919, p. 512. El texto de Ruskin está tomado de *Sesame and Lilies* [1865], el título original es “Of Queen’s gardens”. Janet Wolff ha señalado que la fuerza de este ideal ruskiniano era enorme en el siglo XIX, lo que explica en parte su supervivencia en una revista (de origen norteamericano) de fines de la década del diez. En “The culture...”, *op. cit.*, p. 16.

junto al fuego de un hogar, los niños jugando a un costado y la esposa apuntando su mano hacia adelante para inspirar en su esposo, apesadumbrado ante el fuego, “la resurrección de la esperanza” (Fig. 19).¹¹⁵

Muchos textos e imágenes de distintas revistas se yuxtaponían de este modo y creaban, en su acumulación, un régimen de verdad acerca del hogar, la privacidad y las mujeres. Pero aunque este régimen emergía de la innegable insistencia de las representaciones visuales y textuales sobre la casa como reino femenino, lo cierto es que estas también convivían con representaciones que iban en sentido contrario. El mismo número de *La Mujer y la Casa* que había sancionado la inconveniencia de que las jóvenes esposas abandonaran el hogar incluía otros artículos donde se comentaban los beneficios de los baños de mar, el aire libre y los deportes; el ejemplar citado de *Columbia* donde aparecía la publicidad que hacía responsable a la mujer del carácter acogedor del ambiente doméstico también incluía otras publicidades que representaban a las mujeres en actividades al aire libre, como aquella de Buick, a color y página completa, que mostraba a tres mujeres conversando junto a un auto último modelo, desvinculadas de cualquier interés doméstico. Una página antes del artículo de Ruskin en *Vida Ilustrada* la revista reproducía una viñeta en la que, ante el altar y en respuesta al sacerdote que decía que “La mujer debe obediencia a su marido”, una novia agregaba “...Y al comité feminista”, y otra viñeta en *Fray Mocho*, invirtiendo la solemnidad de la ilustración comentada arriba, que mostraba a la esposa como salvación del hombre, insistía sobre la idea de felicidad que proporcionaban a los hombres las mujeres pero en clave humorística: “Nunca está completo —decía el texto de la viñeta, que mostraba a una mujer joven tratando de subir a un vagón desde donde le sonreían dos hombres— ...cuando la pasajera es hermosa”.¹¹⁶

De modo que la asociación de las mujeres a la vida privada del hogar, y la devoción absorbente de las madres y esposas hacia su familia, aparecía matizada dentro de las mismas publicaciones que, en otros discursos, sostenían aquella idea como norma. La convivencia de representaciones contradictorias acerca de las prácticas femeninas en relación con el espacio público y privado sugiere, por otra parte, que específicamente durante el período que estudiamos las costumbres y los códigos sociales que pautaban los movimientos de las mujeres se encontraban en equilibrio inestable.

En 1910 Georges Clemenceau, luego de su visita a Buenos Aires, se había lamentado de que “el aspecto de las aceras de Buenos Aires tenga que sufrir cruelmente la ausencia del bello sexo en acción de footing” porque “Las conveniencias sociales se oponen a ello. Para no dar

¹¹⁵ *Fray Mocho*, año 9, n° 420, 11 de mayo de 1920.

¹¹⁶ Algunos comentarios sobre la imagen erótica y romántica de la pasajera en el imaginario masculino en Dhan Zunino Singh, “Experiencias y representaciones de las mujeres en el transporte público de Buenos Aires en la primera mitad del siglo XX”, ponencia presentada en las XII Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres, Neuquén, marzo de 2015.

pretexto a las murmuraciones es preciso aislarse de todo ser humano, cuyo encuentro podría ser comentado de cualquier manera que se efectuase”. Pero en 1919 la revista *Nuestra Causa*, que reproducía este comentario de Clemenceau en un artículo sobre el deporte y las mujeres, se alegraba ya de que “Las regeneradoras influencias del feminismo se hacen sentir más de lo que se cree (...). Nuestros parques van llenándose de heroínas; no faltan en ciertas canchas niñas y hasta jovencitas que a la sombra protectora (sic) de las miradas de sus padres o hermanos se deslizan tímidamente en las calesitas o por los bordes de las pistas”.¹¹⁷

Ya en 1929 el *Almanaque de la Mujer* reproducía a modo de rareza, y enmarcándolo en comentarios sarcásticos, un artículo aparecido en una revista berlinesa en el que una supuesta niñera de origen alemán que había vivido en Buenos Aires daba una versión extrema de las sujeciones bajo las que vivían las mujeres porteñas.¹¹⁸ Junto al artículo, que se presentaba acompañado de las ilustraciones originales de la revista alemana, el *Almanaque* incluía opiniones que satirizaban aquellas de la niñera: “Otra escena típica creada para la buena fe de sus compatriotas por la señora Lindmann —decía el epígrafe de una imagen que representaba a una joven rodeada de dos señoras gordas, sentada en un descapotable conducido por un chofer negro—: la niña porteña solo puede salir a paseo estrechamente vigilada por arpías. Obsérvese el chauffeur, negro como la mucama del otro grabado. Según la señora Lindmann y su dibujante, aquí el pueblo sería una colonia del Congo”.

La revista se mofaba, con comentarios de este tono, de afirmaciones de la niñera del tipo “En las calles de Buenos Aires jamás se verá andar sola a una dama. Pero si encontramos sola a una dama podemos estar absolutamente convencidos de que no lo es”. Aunque estos comentarios estaban bastante en la línea de lo que había afirmado Clemenceau veinte años antes,¹¹⁹ el *Almanaque* los desechaba como fabulaciones y proponía mediante el sarcasmo una visión contraria de la circulación de mujeres en el espacio público. El matiz racista señalaba, por otro lado, que tanto el *Almanaque* como el dibujante habían interpretado el supuesto atraso en las costumbres locales (aquel que la revista se proponía desmentir) también en términos raciales: las palabras de la niñera eran tan falaces como las ilustraciones porque la sociedad argentina no solo no se encontraba en tal estado de atraso respecto de sus mujeres sino también respecto de su composición racial, que no admitía la presencia de ciudadanos negros.

¹¹⁷ Antonio Capocci, “El sport y la mujer argentina”, *Nuestra Causa*, año 3, n° 28, octubre de 1921, p. 406. El “sic” pertenece al texto original.

¹¹⁸ “La virtud en la Argentina”, *Almanaque de la Mujer*, n° 1, 1929, pp. 268-271.

¹¹⁹ Y en línea con lo que Victoria Ocampo comentaba por ejemplo sobre las costumbres que regían las relaciones entre los sexos en los años de su infancia y adolescencia, y aun después: antes de casarse, dice Ocampo, “No tenía el derecho de hablar con quien quería (ni siquiera por teléfono), ni de escribir cartas, ni de salir sola o con mi hermana y alguna amiga a pasear. ¡Para qué decir con muchachos...!”. En *Autobiografía III. La rama de Salzburgo*, Buenos Aires, Sur, 1988 [1981], p. 55. Sobre los comentarios de viajeros a propósito de la circulación de mujeres en la ciudad véase también Milagros Belgrano Rawson, “Sofocante Buenos Aires. Representaciones de género en la literatura de viajes sobre Argentina (1880-1920)”, *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, 10 de enero de 2010, <http://journals.openedition.org/nuevomundo/58439> (consultado el 3 de enero de 2017).

En cualquier caso, debemos interpretar esta secuencia de opiniones cambiantes a propósito de las mujeres y el espacio público como un síntoma antes que una descripción de los cambios en los códigos que regían la movilidad femenina. Lo que las representaciones manifestaban, en todo caso, no era que las mujeres hubieran estado enclaustradas en el pasado y no lo estuvieran en el presente sino que su participación en la vida pública, que implicaba en algún aspecto la ocupación del espacio público, estaba *también* contenida dentro de los límites precisos de los espacios de la feminidad, es decir, dentro de las convenciones sociales que definían los comportamientos adecuados para las mujeres, y que a lo largo de nuestro período estas sufrieron modificaciones sensibles. Por eso, antes de apresurarnos a afirmar que para nuestro período las mujeres comenzaron a circular con total libertad en el espacio público, detengámonos a examinar qué espacios públicos ocupaban, y en qué términos.

2.1 El espacio público como extensión de los espacios de la feminidad

Muchas de las revistas que comprenden este trabajo incorporaron entre mediados de los años diez y los años veinte secciones gráficas, por lo general impresas en papel ilustración, que reunían en una misma página fotografías sobre diversos temas. Dentro de estas secciones, un tema que se volvió recurrente en distintas revistas, y que en alguna medida se presentó como novedad, fueron los paseos urbanos de las mujeres (Fig. 20 a-c). Bajo títulos como “Tardes de Palermo”, “La temporada en Mar del Plata”, “Las mañanas de Florida” o “El encanto de nuestras calles”, las revistas desplegaban una serie de fotografías cuyos marcos se encimaban unos sobre otros, dando la sensación de un espacio repleto, que representaban a mujeres caminando en la ciudad. Las mujeres aparecían por lo general “sorprendidas” por la cámara, en pleno movimiento, a veces ligeramente fuera de foco, y estas características, sumadas a las composiciones menos balanceadas, distinguían sus retratos de aquellos posados que conformaban las secciones de bellezas argentinas. Por el contrario, la clave de estas otras imágenes era su espontaneidad, que sugería la libertad de movimiento de las mujeres fotografiadas, que además, gracias a la superposición de imágenes en una misma página, se presentaba como una libertad compartida por muchas mujeres diferentes.

Sin embargo, si atendemos específicamente a los escenarios de estas caminatas se vuelve evidente que las zonas de la ciudad donde ocurrían estaban bien delimitadas y se reducían a la calle Florida, los parques de Palermo, las salidas de misa, la playa y la rambla de Mar del Plata, y las sedes de eventos deportivos como el hipódromo, la Sociedad Rural y el Tigre, o de eventos culturales, como el Teatro Colón. Es sabido que todas estas locaciones funcionaban, en las

primeras décadas del siglo XX, como escenarios de la sociabilidad elegante,¹²⁰ y en efecto muchas de las retratadas eran mujeres con apellidos conocidos, aunque en otras ocasiones no se las identificaba. Las mujeres no aparecían, por otro lado, realizando actividades de ningún tipo, pero en algunos de los breves textos que en ocasiones las acompañaban se sugería que estaban haciendo compras, yendo de visita o asistiendo a algún evento, es decir que no solo no se trataba de *flâneuses* (si admitimos que el concepto implica una mirada desinteresada)¹²¹ sino que se enmarcaba su circulación urbana en el territorio preciso de las tareas y las cualidades vinculadas a los espacios de la feminidad: el consumo, la sociabilidad, la sensibilidad estética, aun cuando se la representase como un ejercicio de libertad que se proponía, además, como característico de la nueva feminidad.

Muchas de las publicidades que se formularon en estos mismos años en que se consolidaron las secciones de mujeres caminando por la calle utilizaron el tópico de la paseante burguesa para dirigirse a las consumidoras potenciales que leían las revistas. Las marcas de cosméticos y de autos recogieron, por ejemplo, algunos de los escenarios de aquellas secciones gráficas para localizar allí distintas escenas protagonizadas por mujeres a las que se representaba como modernas, satisfechas de su libertad de movimiento, subiendo, bajando o conduciendo los últimos modelos de autos (Fig. 21 a y b).

En convivencia con otras representaciones, en general humorísticas, que apuntaban a la incapacidad de las mujeres para conducir,¹²² este tipo de publicidades enfatizaba, en cambio, la correspondencia entre la nueva feminidad y la libertad que proporcionaban los vehículos (Fig. 22). El texto que acompañaba una publicidad de Buick en la que se representaba a una mujer moderna delante de un auto comentaba, por ejemplo: “¡Qué sensación magnífica se experimenta al subir en el modelo Sport Buick, poner mano al volante, ‘darle gas’ y lanzarse campo afuera! ¡Qué placer oír el zumbido del aire puro del campo, a uno o dos kilómetros por minuto, y saber que uno es dueño absoluto de la situación, porque el veloz modelo Sport Buick tiene frenos en las cuatro ruedas!”.¹²³ Ford, por su lado, lanzó una campaña que apareció en por lo menos dos revistas a lo largo de varios meses en la que se presentaban situaciones, en general protagonizadas por mujeres, y se reproducía un diálogo que enfatizaba la libertad de movimiento y la utilidad en

¹²⁰ Eran los escenarios, apunta Losada, en los que la alta sociedad validaba su posición distinguida. *La alta sociedad...*, *op. cit.*, pp. 217-220, 240-246.

¹²¹ Parsons, *op. cit.*, p. 18.

¹²² Por ejemplo, la ilustración humorística de Gregorio López Naguil en *Plus Ultra*, que lleva por título “La congestión del tráfico”, y en la que una mujer genera un embotellamiento por mirarse al espejo, ante la desaprobación de un agente de tránsito (año 15, n° 173, septiembre de 1930); o aquella que compara dos momentos en el tiempo: el pasado, cuando “poner en manos de una damita ‘un volante’ [en referencia a la pluma del juego de bádminton] era tan natural como inofensivo” y el presente, en el que “confiar a una niña ‘un volante’ es el más grande de los disparates”, según confirma la ilustración que representa a una joven que acaba de sufrir un accidente de auto mirándose también al espejo (“Todo cambia”, *Iris*, año 2, n° 77, 26 de agosto de 1921). El tópico aparece también en la ficción. Véase por ejemplo “Psicología de la automovilista. Belleza, carácter, serenidad”, *Aconcagua*, año 1, n° 8, agosto de 1930.

¹²³ “Conversaciones típicas”, aviso de Ford, *Columbia*, año 1, n° 5, 30 de junio de 1925.

términos de consumo y sociabilidad que tenían los modelos de la marca. “Ahora que tengo coche siempre dispongo de tiempo”,¹²⁴ aseguraba una de las mujeres de una versión de la publicidad, “ahora que papá nos compró el coche no parece que vivimos en una quinta alejada de la ciudad”, decían otras,¹²⁵ “...yo no sé cómo no pensamos antes en lo ventajoso que sería tener un Ford. Mira todo lo que salimos ahora; hasta tú pareces diez años más joven cuando manejas”, concluía una hija en conversación con su madre, en otra versión (Fig. 23).¹²⁶

Además de la novedad que significaba la libertad de movimiento, las marcas de autos explotaron la representación de las mujeres como elegantes y delicadas estableciendo una identificación entre las características de las consumidoras a las que pretendían dirigirse y los autos que promocionaban. Esta identificación se establecía en dos sentidos.

Por un lado, se presentaba la correspondencia de los autos con la elegancia, la belleza y el poder de atracción de las automovilistas, como en una publicidad de Studebaker de 1930 que vendía su nuevo modelo informando que había sido diseñado por “manos de mujer”: “El arte de un grupo de artistas femeninos [sic] de fama mundial que integran el cuerpo de dibujantes de las fábricas Studebaker predomina en los más ínfimos detalles (...). Todo es belleza, sobria elegancia y distinción”,¹²⁷ decía el texto, que como a tantas otras publicidades de autos acompañaba una gran ilustración a página completa, a color, en la que se representaba a una mujer cerca de un automóvil. Otro aviso de la misma automotriz iba ilustrado con una fotografía de una mujer subida a un coche delante de un escenario sugestivo, la *Fuente de las Nereidas* de Lola Mora, que había llamado suficiente atención a causa de sus desnudos y era, por transición, un escenario cargado de asociaciones de libertad sexual y moral. El texto afirmaba: “Una chica bonita en una voiturette aumenta la belleza de los sitios porteños más hermosos. La señorita Consuelo Velázquez, estrella del Teatro Florida, en un Studebaker Sport”.¹²⁸

Por otro lado, la identificación con las mujeres se formulaba porque los autos se presentaban como relativamente fáciles de manejar, lo que se correspondía con una representación de las mujeres como más débiles o necesitadas de asistencia. “El nuevo Ford es realmente el coche ideal para ser conducido por una dama, por lo sencillo de sus mecanismos, por la seguridad de su poderoso motor, y más que nada, por su belleza exterior que le servirá de digno marco”, decía otro aviso, en el que se representaba a un grupo de amigas a bordo de un Ford.¹²⁹

Esta asociación de la nueva feminidad con la libertad de movimiento, la elegancia y la osadía que proporcionaban los autos, que a principios de los años diez no existía y para los

¹²⁴ “Conversaciones típicas”, aviso de Ford, *Columbia*, año 1, n° 6, 14 de julio de 1925.

¹²⁵ “Conversaciones típicas”, aviso de Ford, *Columbia*, año 1, n° 3, 2 de junio de 1925.

¹²⁶ “Conversaciones típicas”, aviso de Ford, *Columbia*, año 1, n° 8, 11 de agosto de 1925.

¹²⁷ “Manos de mujer”, aviso de Studebaker, *El Hogar*, año 26, n° 1067, 13 de junio de 1930.

¹²⁸ *Femenil*, año 2, n° 52, 6 de septiembre de 1926.

¹²⁹ “Cuando lo conduce una dama...”, aviso de Ford, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928, p. 145.

años veinte se había vuelto un lugar común, trascendía las publicidades. Ciertamente, la representación de la automovilista, al igual que la de la tenista, la jinete o la golfista como una mujer cuya modernidad se basaba en el ejercicio de la libertad de movimiento al aire libre, se consolidó en nuestro período en solidaridad con las nuevas exigencias que imponía la ampliación del mercado de los bienes de consumo, pero también en solidaridad con una transformación de los espacios de la feminidad, que incorporaron en este momento nuevas prácticas y, con ellas, nuevos espacios físicos.

Un artículo en *El Hogar* ilustra bien este punto. El texto, que formaba parte de una edición dedicada al automóvil cuya portada era una ilustración a color que representaba a dos elegantes mujeres dentro de un vehículo (Fig. 24), iba firmado por una redactora que afirmaba que “La mujer no es ya una tímida avecilla que necesita de solícitos cuidados para vivir, tampoco es considerada ya como una delicada flor de invernáculo, como sucedía antiguamente, que al contacto con el aire se marchitaba”. La autora felicitaba a las que “por su entereza de ánimo, por su coraje, y, más que todo, por haber tenido el valor de abandonar los prejuicios anticuados” daban “pruebas abundantes y concretas de poseer condiciones y aptitudes que indican a la mujer argentina con títulos sobrados para incorporarse con éxito en el automovilismo nacional”, y luego de lamentar que ni los importadores ni las instituciones automovilísticas tuvieran en cuenta a las mujeres, señalaba que

Las mujeres somos, generalmente, las que inducimos y concluimos por convencer al hombre de las ventajas que reportaría para el hogar la compra de un coche. Somos las que disponemos los paseos, las excursiones, las que preparamos y alegramos el ‘camping’, en fin, somos el todo.

Nosotras tenemos el don de poseer el instinto y los gustos más artísticos, poseemos una mejor idea de la estética automovilística. La mujer sabe elegir con inteligencia, y sus gustos son tenidos muy en cuenta por los fabricantes modernos (...).¹³⁰

La autora sintetizaba, así, cada una de las responsabilidades, tareas y cualidades que formaban parte de los espacios de la feminidad: presentaba a las mujeres como encargadas de los consumos familiares y de las prácticas de sociabilidad, pero también aludía a las virtudes femeninas (el instinto, la sensibilidad estética, el gusto) que aseguraban que, aun si adoptaban prácticas novedosas que las llevaban fuera de “el hogar, la moda, la cocina, el cuidado de las uñas, del cutis, etc.”, como lo era el automovilismo, las mujeres seguirían siendo mujeres, cumpliendo sus deberes de mujeres y funcionando en el “mundo” de las mujeres.

Y ese era precisamente el punto, también, en las publicidades de cosméticos que hacia fines de los años veinte siguieron explotando la figura de la automovilista para comunicar a sus consumidoras que incluso en el ejercicio de nuevas prácticas abiertas a las mujeres, y en los

¹³⁰ María R. de Feigelmuller, “Aptitudes automovilísticas de la mujer”, *El Hogar*, año 24, n° 998, 30 de noviembre de 1928, p. 39, 113.

nuevos espacios físicos que esas prácticas volvían disponibles, la feminidad estaba asegurada: “No tema usted al aire”, reconfortaba por ejemplo un aviso de crema Hinds a la lectora, debajo de la imagen sonriente de una mujer manejando un auto, “Antes de salir póngase un poco de Crema Hinds y después polvéese. Con tan sencilla precaución podrá estar segura de que ni el aire, ni el polvo, ni el sol le dañarán el cutis” (Fig. 25).¹³¹

Las ideas de libertad, aventura y elegancia que se le asociaron a la automovilista, epítome de las nuevas conquistas de las mujeres,¹³² aparecieron también vinculadas a otras prácticas deportivas como el golf, la equitación y el tenis, actividades al aire libre que las secciones de moda rápidamente identificaron como prácticas para las que eran necesarias prendas de vestir específicas que permitieran realizar movimientos más libres sin perder la gracia y la elegancia. La moda, en este aspecto, realizó su contribución específica a la normalización de prácticas nuevas, y a la ocupación de los nuevos espacios físicos que estas habilitaban, como propias de la feminidad. “La influencia deportiva se hace sentir en la nueva moda” era por ejemplo el título de un artículo de *Femenil* que iba ilustrado con siete siluetas de mujeres que vestían los trajes adecuados para jugar al tenis, al golf, montar a caballo, manejar un auto y subir una montaña, según indicaban, detrás de ellas, otras siluetas en negativo que realizaban cada una de las actividades (Fig. 26).¹³³ La revista *Athéna* reprodujo las fotos de unas señoras de clase alta junto a sus autos, bajo el título “Élégances automobilistes” (Fig. 27),¹³⁴ al igual que *El Hogar* en aquel número dedicado al automóvil (Fig. 28); *Sport Illustrado* reprodujo fotografías de *mannequins* usando trajes para automovilistas (Fig. 29);¹³⁵ y *Atlántida* otras de actrices en trajes deportivos para la caza, el tenis, el hockey y la natación (Fig. 30).¹³⁶

Cito estos ejemplos, entre otros, para señalar que hacia mediados de los años veinte los espacios de la feminidad habían absorbido numerosas actividades que contribuían a redefinir el mapa de circulación de las mujeres dentro y fuera del hogar, y aun dentro y fuera de la ciudad. Estas nuevas actividades, que discursivamente se construían como modernas, sofisticadas,

¹³¹ Aviso de crema Hinds, *El Hogar*, año 24, n° 997, 23 de noviembre de 1928, p. 67. Otro enfoque similar en una publicidad de polvos Le Sancy, que debajo de la ilustración de una mujer al volante prometían que “Usados al aire libre protegen el cutis contra el viento y la humedad”, en *La Novela Semanal*, año 13, n° 611, 29 de julio de 1929. Y ese era también el punto, ya fuera del registro publicitario, de las portadas de revistas que representaban a mujeres manejando autos como profundamente seductoras, modernas, atractivas. Por ejemplo la de *Tit-Bits*, año 5, n° 221, 20 de septiembre de 1913, que además asociaba a la mujer al volante a un Cupido, es decir al amor, o la del año 4, n° 203, 24 de mayo de 1913; y la de *La Nación Magazine* del año 1, n° 12, 22 de septiembre de 1929, entre otras.

¹³² Pienso, por ejemplo, en la segunda portada de un número de *Páginas de Columba*, año 2, n° 33, 10 de diciembre de 1924 en la que, bajo el título “La última moda fifi” se representa a unas jóvenes modernas despidiendo desde un auto a unos muchachos. El texto dice: “Andar solas con el *coche* para todas partes y saludar a los amigos sacándose la *galerita*... Se acabaron los pinchos y toda diferencia odiosa con el otro sexo: ¡Libertad, Igualdad, Fraternidad!”

¹³³ “La influencia deportiva se hace sentir en la moda”, *Femenil*, año 2, n° 27, 15 de marzo de 1926.

¹³⁴ “Élégances automobilistes”, *Athéna*, año 1, n° 3, 1928.

¹³⁵ “Modelos de trajes para automovilistas”, *Sport Illustrado*, año 1, n° 8, 14 de julio de 1922.

¹³⁶ “Diversos aspectos de la gracia femenina”, *Atlántida*, año 12, n° 587, 11 de julio de 1929.

aventureras, como conquistas y como manifestación de los cambios sustanciales que habían redefinido la vida femenina, no aparecían representadas, sin embargo, como verdaderas rupturas respecto de lo que constituían los espacios de las mujeres.

Una viñeta en *Fray Mocho*, por ejemplo, establecía una relación entre las ruedas de la rueca que hacían girar las mujeres en el pasado y las ruedas del automóvil que hacían rodar en el presente, como si la transición entre una y otra hubiese sido natural (Fig. 31). Relaciones de este tipo sugieren, en todo caso, que algunas prácticas fueron incorporadas con rapidez como elementos característicos de una nueva feminidad que, no obstante, distaba mucho de revelarse en las representaciones como verdaderamente transformadora, y aun como disponible para todas las mujeres por igual. En efecto, en estas representaciones el factor de clase, en asociación a un repertorio bien definido de locaciones, era determinante para que esas prácticas fuera del hogar apareciesen habilitadas para las mujeres y, más aún, bienvenidas como signos de progreso.

Pero el espacio público no era un espacio homogéneo, así como no eran homogéneas las representaciones de mujeres en relación con ese espacio. No todas las nuevas prácticas que adoptaron las mujeres fueron absorbidas con tanta naturalidad como parte de los espacios de la feminidad, y de ello también son síntoma las representaciones que circularon en las revistas. De hecho, cuando tematizaron la presencia femenina en circuitos diferentes a los legitimados por el consumo o la actividad social, las representaciones de mujeres en la vía pública adquirieron, en ocasiones, otros matices. Y aunque no siempre esos matices fueron necesariamente negativos, cumplieron en distinguir a las mujeres entre sí a partir de la variable específica del espacio.

2.2 *La ambigüedad y la inflexión de clase en la representación de mujeres en el espacio público y privado*

Dentro del corpus de representaciones que venimos analizando, aquellas de mujeres en el transporte público son quizás las que mejor expresan las ambigüedades que despertaba la circulación femenina fuera de la casa. Como ha señalado Dhan Zunino Singh, mientras que en los años que estudiamos el viaje en transporte público se representó en ocasiones como “un objeto de consumo en sí mismo que las compañías de transporte buscaban vender como experiencia de velocidad, confort y seguridad para las mujeres de clases medias y trabajadoras”, otras representaciones presentaban el viaje como una experiencia hostil para las mujeres.¹³⁷ Así, si por un lado en numerosas viñetas, y hasta alguna reproducción de pintura extranjera, los vagones de tranvías o del subterráneo aparecieron en las revistas como territorios modernos acordes con la elegancia o la moralidad de las mujeres burguesas (Fig. 32 a y b), las revistas también instalaron esos mismos escenarios como lugares donde la presencia de mujeres

¹³⁷ “Experiencias y representaciones de las mujeres en el transporte público de Buenos Aires en la primera mitad del siglo XX”, *op. cit.*

resultaba incómoda, incongruente, novedosa, conflictiva o degradante, como sitios donde se negociaban nuevas relaciones entre los sexos y donde las mujeres avanzaban en la conquista de derechos, lo que no siempre se presentó bajo una luz positiva.

Muchas de estas aprensiones respecto de la presencia de mujeres en el transporte público derivaban, como queda claro al observar el tratamiento que recibió el tema de la movilidad en la ciudad en general, de que las condiciones de uso del transporte eran malas para todos los usuarios a causa del crecimiento acelerado de la demanda.¹³⁸ La revista *Iris* criticó en una serie de caricaturas la iniciativa de iluminar con lámparas de aceite una línea de trenes suburbanos, que había generado casos de asfixia;¹³⁹ *Los Pensadores* reprodujo una viñeta bajo el título “¡Hasta la morgue no para!” en la que los pasajeros de un ómnibus salían volando de sus asientos a causa de la velocidad a la que avanzaba el vehículo;¹⁴⁰ *Atlántida* publicó una foto en su sección gráfica donde se veía el “ingrato espectáculo” de los pasajeros colgando de un tranvía a las siete de la mañana para llegar al trabajo.¹⁴¹ En este aspecto, el “completo”, entre otras incomodidades, era una desgracia tanto para los hombres como para las mujeres. Pero, como señala también Zunino Singh, “las prácticas de movilidad están atravesadas por las relaciones de género”,¹⁴² y la pérdida de privacidad que implicaba viajar en transporte público se entendió como más desventajosa para las mujeres que para los hombres precisamente porque la privacidad, así como la respetabilidad y la elegancia, se habían construido como conceptos vinculados a los espacios de la feminidad, y ninguna de esas condiciones podía preservarse en un ambiente público como un subterráneo o un vagón de tranvía.

La incongruencia que se establecía entre un espacio y otro queda bien demostrada, por ejemplo, en una viñeta humorística en *Fray Mocho* en la que en una situación mundana, un joven se quedaba helado ante la presentación que se le hacía de “la señorita a quien hemos intentado afilar en el tranvía”, a la que se veía también incómoda por el encuentro, lo que significaba que dos personas que podrían haberse relacionado socialmente en determinado contexto, en otro donde las reglas eran diferentes los usos tradicionales no corrían.¹⁴³ A la pérdida de respetabilidad aludían también las muchísimas viñetas de Columba u otros dibujantes que tematizaban las dificultades que introducían cambios en la moda como el acortamiento de las polleras a las mujeres que viajaban en el subte o el tranvía, donde las acosaban las miradas indiscretas de los hombres (Fig. 33), y más aún aquellas otras, que aparecían en distintas revistas, que hacían referencia al manoseo al que estaban sometidas las mujeres cuando los vagones estaban completos. “¡Sírvese mi correa, señorita!”, gritaba por

¹³⁸ *Ibidem*.

¹³⁹ *Iris*, año 2, n° 68, 24 de julio de 1921 y año 2, n° 71, 15 de julio de 1921.

¹⁴⁰ “El fin de un viaje en ómnibus”, *Los Pensadores*, año 3, n° 101, 9 de diciembre de 1924.

¹⁴¹ *Atlántida*, año 7, n° 354, 22 de enero de 1925.

¹⁴² “Experiencias...”, *op. cit.*

¹⁴³ “Vida social”, *Fray Mocho*, año 9, n° 416, 13 de abril de 1920.

ejemplo un hombre que se abalanzaba ofensivamente sobre una joven, mientras se quitaba el sombrero (Fig. 34);¹⁴⁴ “En los apretones del subte es en la única parte donde encuentran ventaja las flacas como esta”, comentaba un hombre a otro, frente a dos mujeres jóvenes, en otra viñeta de *Columba* que era en realidad un aviso de Píldoras Orientales.¹⁴⁵

Las representaciones de este tipo ponían el acento sobre el modo como los antiguos códigos sociales se redefinían en estos nuevos espacios. Ante la increpación de una mujer gorda que “en el sute” aseguraba que “Hace treinta años, caballero, me habrían ofrecido un lugarcito”, el “caballero” respondía con sorna, “...¡Es que ahora no cabría en tan poco sitio, señora!”;¹⁴⁶ y una escena similar tenía lugar en otra viñeta de *Columba* que explicaba que la falta de educación de los pasajeros que no cedían el asiento se debía a la existencia de polleras cortas, “que es lo que hace que algunos ‘niños’, a veces, no ‘larguen’ el asiento ‘ni a cañonazos’”.¹⁴⁷ Pero no solo los códigos de cortesía aparecían modificados, sino también, en alguna medida, la claridad de las relaciones de poder de un sexo sobre otro: distintas viñetas en las *Páginas de Columba*, una vez más, sugerían la pérdida de control que la presencia intensificada de mujeres en la vía pública significaba para los hombres, que así como acosaban con su mirada también podían caer víctimas, precisamente a través de la mirada, de la fascinación que las mujeres ejercían sobre ellos, como en el caso del mirón que de mirar tan de cerca en cierto punto desaparecía (Fig. 35),¹⁴⁸ o el del provinciano que se enfrentaba a la “pesadilla” de las piernas de las chicas de Buenos Aires (Fig. 36),¹⁴⁹ o aquel otro que, fascinado también por las piernas femeninas, afirmaba: “¡Sexo ‘débil’!... Débiles somos nosotros”.¹⁵⁰

Los cambios en la moda, desde este punto de vista, podían ser representados como obstáculos para la circulación en la vía pública y como armas de afirmación en el espacio público, una ambigüedad que en el ámbito local cargaban consigo las representaciones de mujeres en la calle por lo menos desde que César Hipólito Bacle representara en su serie litográfica “Extravagancias” (1832-1836) las dificultades de circulación que imponía el tamaño de los peinetones femeninos en la época de la colonia, y que Regina Root ha interpretado como gestos afirmativos. Posteriores en un siglo, las viñetas que caricaturizaban la “inutilidad” de las últimas modas en sombreros pueden ser interpretadas en el mismo sentido.¹⁵¹

¹⁴⁴ “Entre tú y yo”, *Atlántida*, año 12, n° 598, 26 de septiembre de 1929.

¹⁴⁵ Aviso de Píldoras Orientales, *Páginas de Columba*, año 2, n° 28, 27 de agosto de 1924. Como vimos en el primer capítulo, era un producto para hacer crecer los pechos.

¹⁴⁶ “En el sute”, *Fray Mocho*, año 9, n° 423, 1 de junio de 1920.

¹⁴⁷ “El pasado y el presente”, *Páginas de Columba*, año 5, n° 56, 26 de mayo de 1926, p. 18.

¹⁴⁸ “La tragedia del mirón”, *Páginas de Columba*, año 5, n° 56, 26 de mayo de 1926, p. 27; el mismo tema en “Los ojos de un mirón. Pequeñas tragedias de la pollera corta”, *Páginas de Columba*, año 5, n° 55, 12 de mayo de 1926, p. 33

¹⁴⁹ Portada de *Páginas de Columba*, año 5, n° 57, 9 de junio de 1926.

¹⁵⁰ Portada de *Páginas de Columba*, año 5, n° 61, 4 de agosto de 1926.

¹⁵¹ Regina Root, *Vestir la nación. Moda y política en la Argentina poscolonial*, Buenos Aires, Edhasa, 2014. La viñeta a la que me refiero en *Mundo Argentino*, año 2, n° 58, 14 de febrero de 1912; otras viñetas en “Humorismo y

Este tipo de representaciones registraban los nuevos equilibrios entre hombres y mujeres y las nuevas exigencias, pero también los nuevos poderes, que la circulación en la vía pública imponía a estas últimas, incluso desde la perspectiva del feminismo: en su columna en *La Nota* Alfonsina Storni afirmaba que no aceptaba los asientos que se le ofrecían en el tranvía cuando estaba completo porque “considero prudente que las jóvenes personas femeninas ensayemos desprendernos de algunas tonterías que pertenecen a una educación artificial que hemos recibido, más que al sexo femenino, y que nada quitan ni agregan a la feminidad en sí, que más que aspecto es, o debe ser, cosa interior”. Y afirmaba, más aún: “Estoy segura que andando unas cuerdas de pie en el tranvía no perderemos nada de nuestra gracia, de nuestra línea; en fin, no nos ocurrirá nada grave. Y, a veces, sentadas, suele ocurrirnos...”.¹⁵² La posición de Storni se reflejaba poco más tarde en una viñeta en *Vida Ilustrada* que representaba a una mujer vestida de amazona (y que un globo en la misma viñeta mostraba andando a caballo), indiferente ante el ofrecimiento de asiento que le hacía un hombre, una actitud que la revista juzgaba como “El feminismo: las mujeres bregando por sus derechos” (Fig. 37).¹⁵³ Y el tema de los derechos aparecía también en un artículo en la revista feminista *Unión y Labor* que criticaba con severidad la iniciativa de la Liga para los derechos de la mujer y del niño de solicitar que se pusieran tranvías para señoras solas, porque ponía en ridículo la lucha por la igualdad de derechos y por la misma moral para ambos sexos.¹⁵⁴

La posición feminista sugiere que hasta cierto punto las mujeres negociaban, en el espacio público, una reformulación de las reglas sociales que regían otros espacios más “naturales” para ellas, donde también era más natural su sometimiento, y recuerda que las representaciones de la nueva circulación de mujeres en la ciudad no se agotaban en el tema del acoso, aunque sin duda este fue el abordaje más característico, posiblemente porque era también el más frecuente en el terreno de las prácticas.¹⁵⁵ De todos modos, aun este tema muestra matices que es preciso definir, ya que no todas las mujeres por igual fueron

curiosidades universales”, *La Semana Universal*, año 1, n° 23, 6 de junio de 1912; *Páginas de Columba* (se reseñaban varios sombreros, entre ellos uno para “cabecitas desafadoras”), año 2, n° 21, 2 de abril de 1924.

¹⁵² Alfonsina Storni, “Lo cortés, etc...”, *La Nota*, año 4, n° 193, 18 de abril de 1919, p. 480.

¹⁵³ “El feminismo. Las mujeres bregando por sus derechos”, *Vida Ilustrada*, año 2, n° 38, 12 de julio de 1919, p. 639. Una variación del mismo tema en otra viñeta de *Fray Mocho* en la que “la joven feminista” responde a un hombre que le cede el asiento: “Siéntese, señor, no puedo permitir que un hombre permanezca de pie”, “En el subterráneo”, *Fray Mocho*, año 9, n° 403, 13 de enero de 1920.

¹⁵⁴ “Las mujeres y el completo en los tranvías”, *Unión y Labor*, año 4, n° 39-40, diciembre de 1912-enero de 1913.

¹⁵⁵ Una nota de *Aconcagua* sobre el piropo afirmaba que “lo que se conoce y usa entre nosotros es una degeneración del piropo (...). Las más de las veces no tiene por fin halagar a la dama o la niña transeúnte, sino chocarla si es sensible, pervertirla si es inocente, escarnecerla si hay una ‘barra’ que festeja el chiste”. Más adelante seguía: “La mujer que tiene que salir a la calle o gusta de hacerlo por uno u otro motivo, lo hace con el miedo y aun la seguridad de ser manoseada verbalmente y en muchos casos hasta físicamente (...) sufren bastante por esa causa y a fin de reducir al mínimo ese sufrimiento se recubren de una especie de coraza de hostilidad”. El artículo iba acompañado de fotografías que mostraban a mujeres en las distintas situaciones urbanas en las que eran presas del acoso: cuando salían del subte, caminaban por la calle, se detenían delante de una vidriera. “El donjuanismo callejero”, *Aconcagua*, año 5, n° 34, marzo de 1934, pp. 86, 90, 106.

representadas como víctimas de la mirada o el acoso masculino. Una viñeta de *Atlántida* de 1925 tematizaba por ejemplo esta diferencia a través del diálogo de una joven moderna con su sirvienta. Reclinada sobre un diván (una posición cuyas connotaciones ya hemos analizado), con la bata entreabierta, la joven comentaba: “No me gusta salir sola por la noche. Se expone una a que le falten el respeto”, a lo que su sirvienta, una mujer mayor de cuerpo grueso contestaba, en cambio: “Pues yo, niña, ando sola a cualquier hora y nadie me dice nada”.¹⁵⁶

La clave del chiste era, por supuesto, que la sirvienta no sufría las groserías porque su aspecto no lo “merecía”, a diferencia de la joven de la bata entreabierta, pero implicaba que la diferencia de clase, y con ella la diferencia física y hasta racial, que hemos visto en otros capítulos se representaban como solapadas, también significaba una diferente experiencia del espacio público (y aun del espacio privado, como veremos). El piropo, por ejemplo, que una ordenanza municipal de 1906 había calificado como un delito por el cual el ofensor debía pagar la elevada suma de cincuenta pesos,¹⁵⁷ no aparecía representado siempre como ofensa sino solo en el caso de las mujeres virtuosas, un concepto muy identificado con la extracción burguesa, tal como sugiere un artículo firmado por la periodista Silvia Guerrico (Mirtha Barbería) en el que recogía distintas actitudes hacia el acoso verbal callejero y revelaba la aceptación social que recibía el piropo en algunas mujeres, como una empleada de zapatería que le confesaba:

—A mí me gusta, sí, señorita.

—¿Por qué le gusta?

—Y... Yo no sé... cuando salgo y no se “meten” conmigo, me vuelvo a casa con una tristeza muy grande. Entonces me miro al espejo y me parece que soy más fea que otros días...

—¿Le dicen cosas amables?

—No.

—¿No? ¿Y qué le dicen?

Sonríe, un poco cortada.

—De todo...

—¿Groserías?

—Claro... Casi todos dicen lo mismo.

—Y... ¿la pellizcan?

—Todos los días. A mí y a las chicas del taller, nos pellizcan y nos...

Y se queda mirándome un poco más roja, pero con un aire algo atrevido. Yo le doy las gracias y sigo mi camino. Con toda seguridad ha quedado riéndose.¹⁵⁸

Otro texto en *Vida Ilustrada*, una ficción breve estructurada en la forma de un diálogo entre una transeúnte y un hombre que la piropoaba, terminaba con una vuelta de tuerca cuando, ante la amenaza de llamar al agente, el hombre proponía a la mujer arreglar el asunto

¹⁵⁶ “Página amena”, *Atlántida*, año 7, n° 353, 15 de enero de 1925, p. 7.

¹⁵⁷ Vanina Escalles, “Cuando los piropos estuvieron prohibidos”, *Infojus Noticias*, 28 de abril de 2014, disponible en <http://www.avestruz.com.ar/infojus/archivo/2014/04/28/cuando-los-piropos-estuvieron-prohibidos-3913/> (consultado por última vez el 15 de febrero de 2017).

¹⁵⁸ Silvia Guerrico, “Divagaciones sobre el piropo”, *Atlántida*, año 12, n° 597, 19 de septiembre de 1929, p. 53.

entre ellos, a lo que la mujer respondía: “Aquí tiene mi tarjeta, en mi casa a cualquier hora, pronto el asunto se arregla, conque... Adiós calaverón, prendado con los cincuenta!”.¹⁵⁹

Lo que este tipo de textos sugería era que había diferentes tipos de mujeres, y que para “ciertas” mujeres la circulación en la ciudad no conllevaba una pérdida de respetabilidad porque la respetabilidad era un concepto burgués que se aplicaba en exclusiva a las mujeres burguesas. Cómo impactaba la diferencia entre mujeres en su circulación en el espacio físico quedaba expuesto, por ejemplo, en un artículo sobre la prostitución donde el articulista comentaba que “en las calles Corrientes, Lavalle y Sarmiento, a la salida de los teatros, se hace necesario dar un gran rodeo, o tomar carruajes, para no exponer a las familias a que presencien el espectáculo inmoral de las ‘milonguitas’ circulando del brazo de sus ‘hombres’”,¹⁶⁰ pero el hecho mismo de que el artículo apareciera en una revista de interés general leída por hombres y también por mujeres revela la relativa diversidad de relaciones con el espacio urbano que las revistas volvían visibles para todas las mujeres. La calle, desde este punto de vista, era para distintas mujeres ya un territorio peligroso, ya el ámbito del trabajo, ya un escenario de aventuras, y las representaciones demuestran que la presencia femenina en la vía pública no podía, en sentido estricto, sancionarse definitivamente como siempre problemática o siempre aproblemática.

Más aún, en el caso de las mujeres pobres, la calle era el único espacio disponible, el negativo de todos los espacios privados que acogían a las otras mujeres. Esa es, de hecho, la representación de la mujer pobre que compartieron desde las publicaciones obreras hasta las revistas comerciales: una figura femenina vestida con harapos, por lo general cargando un niño, consustanciada con la suciedad del espacio público y que, a diferencia de la burguesita, no se destaca como excepción dentro de ese espacio, pero que al mismo tiempo, a diferencia de la prostituta, tampoco parece apropiarse de la ciudad como escenario (Fig. 38 a-f).¹⁶¹

No es que el espacio físico público y privado se corresponda entonces en las representaciones unívocamente con los hombres o con las mujeres, sino que a través de su distinta relación con el espacio los hombres y las mujeres se distinguen unos de otros y entre sí. Tomemos por caso la representación del espacio doméstico, tan privilegiado como ámbito de acción de las mujeres burguesas: ¿tiene un equivalente en la representación de las mujeres trabajadoras, las mujeres pobres, las mujeres del campo, las inmigrantes? ¿Aparece en las

¹⁵⁹ Eduardo F. Lattanzio, “Dragoneando en la vía pública”, *Vida Ilustrada*, año 2, n° 42, 9 de agosto de 1919, p. 703. “Los cincuenta”, la referencia a la multa que debía pagarse en caso de denuncia, era también el título de un tango de 1907 sobre el tema del piropo.

¹⁶⁰ J. Luque Lobos, “La mala vida porteña”, *Iris*, año 1, n° 51, 18 de febrero de 1921.

¹⁶¹ Es una representación que recorre todo el espectro de las publicaciones del período. Aparece por ejemplo en la ilustración de la ficción “El balcón roto”, *El Hogar*, año 7, n° 150, 15 de abril de 1910; el dibujo de Juan C. Alonso en “Nota triste”, *Plus Ultra*, año 2, n° 12, abril de 1917; varias ilustraciones de Zamora para *La Protesta*, como por ejemplo “En cualquier puerta de Buenos Aires”, n° 9, 6 de marzo de 1922 y *Nuestra Tribuna*, como “Frutos de la guerra”, año 2, n° 26, 10 de septiembre de 1923; y también en fotografías, como “La miseria en Buenos Aires”, *Nueva Era*, año 1, n° 11, 31 de agosto de 1914 y obras de artistas reconocidos, como “Madre del pueblo”, de Octavio Fioravanti, *Athéna*, año 1, n° 2, 1928.

representaciones como espacio coextensivo a las cualidades que las hacen mujeres? No. Por el contrario, la representación de estas mujeres como un tipo diferente de mujer (diferente de la norma, que es siempre la feminidad burguesa) depende en alguna medida de su relación inestable, inadecuada o incompleta con el espacio privado, como insinúa por ejemplo la fotografía de *Iris* de una familia pobre liderada por una mujer ante un rancho no solo precario sino tan minúsculo que uno se pregunta cómo cabe una familia en su interior (Fig. 39).¹⁶²

En efecto, en las revistas las mujeres trabajadoras y las inmigrantes aparecen representadas en la calle o bien en recintos privados (la tienda, la fábrica, el conventillo) que no son de su propiedad y donde la vida se desarrolla a la vista de los otros (Fig. 40); las mujeres de campo se representan en relación con el paisaje antes que con el interior del rancho, con el que en todo caso se vinculan desde el exterior (Fig. 41 a-c).¹⁶³ La exterioridad, de hecho, es el tipo de relación que establecen estas *otras* mujeres con el espacio privado, e inversamente esta relación las define en su diferencia respecto de la feminidad burguesa, que se asocia en cambio, como hemos visto (a excepción de las locaciones puntuales absorbidas por los espacios de la feminidad), con la privacidad del interior. Con esto no quiero decir que no existan representaciones de mujeres de sectores populares dentro del hogar, por supuesto, pero en estos casos pienso que la regla que rige la representación es la supuesta acomodación de los usos populares a la norma burguesa (el ambiente “pobre pero digno” no es sino una confirmación de esa premisa).

Los espacios de las chicas de barrio, las obreras, las empleadas de comercio, tal como los representan las revistas (lo que no necesariamente coincide con la circulación real de estas mujeres), son el café, la fábrica, el taller, el transporte, la vereda y los lugares de recreo popular; la circulación en esos espacios físicos es lo que las hace una clase diferente de mujeres, y lo que las pone en una posición diferente en relación con la mirada masculina (Fig. 42 a y b). Las “chicas primaverales” a las que en una viñeta de Columba permite acercarse el balanceo del vagón de subte no viajan apenadas ni incómodas sino sonrientes y hasta bien dispuestas al juego de miradas con el sexo opuesto;¹⁶⁴ las que dejan que unos hombres les calcen los patines en el “skating rink” no se muestran aprensivas ante el fotógrafo que registra ese momento para una revista masiva como *El Hogar*,¹⁶⁵ la presencia de otra en un bar, algo que “hasta hace pocos

¹⁶² “Notas urbanas”, *Iris*, año 1, n° 47, 21 de enero de 1921.

¹⁶³ Las pinturas de la etapa cordobesa de Fernando Fader, entre fines de los diez y los veinte, que la prensa reprodujo cada tanto, ejemplifican también esta relación de las mujeres del campo con las actividades rurales desarrolladas puertas afuera. Véase *El corral*, en *Nativa*, año 3, n° 34, 31 de octubre de 1926. El campo, en su distancia geográfica pero también temporal respecto de los centros urbanos, define otra relación de las mujeres con el espacio y con el trabajo, que aparece ligado a los ciclos de la naturaleza, y por eso como más legítimo.

¹⁶⁴ “Apuntes de la ciudad”, *Páginas de Columba*, año 1, n° 16, 19 de diciembre de 1923, p. 13.

¹⁶⁵ “En el Skating Rink”, *El Hogar*, año 7, n° 152, 15 de mayo de 1910.

años, era mal visto” aparece en un aviso de Quilmes también en las *Páginas de Columba* como una nueva libertad que, sin embargo, es difícil escindir de la extracción de clase.¹⁶⁶

Llevadas a un extremo, estas son las actitudes que la misma prensa representa, en otros discursos, como conducentes al “mal paso”: en una tira de *Atlántida*, precisamente, una costurerita que en el primer cuadro aparece cosiendo en el taller cae, a lo largo de la historia, primero en la “obsesión del tango”, luego en las manos de un galán que la abandona y luego en la morfina, para terminar sentada “hecha una mueca” en el cabaret, en una suerte de reverso de aquel aviso de Quilmes (Fig. 43 a y b).¹⁶⁷ Y este patrón se repite, como ha sido señalado en otros trabajos, en las ficciones semanales, los tangos y las columnas de opinión de todo el período.¹⁶⁸

A los fines del tema que ahora nos ocupa, lo que interesa destacar sobre el tópico tan transitado de la costurera que da el mal paso es que su conversión en milonguita depende de los estímulos que le presenta su circulación en el espacio público, y que son bien diferentes a los que reciben, en cambio, las mujeres que la prensa representa como señoritas de clase media. La costurera, en efecto, según las representaciones de las revistas, no solo cose en el taller (que puede ser también un lugar de corrupción) sino que transita la calle llevando los paquetes con su trabajo, sube al tranvía, y al igual que la obrera o la empleada de comercio debe establecer una interacción con los hombres que está a la vez mediada por la sexualidad y el dinero, y en la que su poder de negociación está desde el punto de partida rebajado por su lugar en las jerarquías de género y de clase.

Ninguna de estas condiciones, desde luego, modula del mismo modo la relación de las señoritas de clase media o alta con el espacio público o privado, y esta es una diferencia entre mujeres a la que las representaciones en las revistas dan una entidad específica. En una crónica semificcional sobre la vida de una costurera, el autor del artículo señala que, antes de tomar el trabajo como registrera, la costurera había probado ser empleada de comercio, pero que “Tres días después vino a su casa llorando: el patrón había querido propararse con ella. Volvió a buscar trabajo, lo encontró enseguida, pero con la misma suerte (...);” ya como costurera, lo

¹⁶⁶ “Pequeñas delicias de la vida moderna”, aviso de Quilmes en *Páginas de Columba*, año 2, n° 20, 12 de marzo de 1924. Sandra Gayol confirma que hasta las primeras décadas del siglo las mujeres “decentes” no iban a los cafés; por otro lado, la clientela más distinguida frecuentaba, en todo caso, las confiterías. “Conversaciones y desafíos en los cafés de Buenos Aires (1870-1910)”, en F. Devoto y M. Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, tomo 2, *La Argentina plural: 1870-1930*, Buenos Aires, Taurus, 1999, pp. 47-60, nota 10.

¹⁶⁷ “Los ‘couplets’ de moda. ¡Maldito tango!”, *Atlántida*, año 3, n° 137, 11 de noviembre de 1920. El tango fue representado en la prensa como origen de la “caída”, quizás porque, como señaló Donna Guy en su estudio sobre la prostitución en Argentina, las prostitutas fueron las primeras mujeres en bailar el tango. Véase *El sexo peligroso*, *op. cit.*, p. 175. Cuando se lo incorporó a las prácticas de entretenimiento de las clases altas, también siguió siendo representado, junto con el consumo de alcohol y drogas, como fuente de perdición de las chicas modernas.

¹⁶⁸ Diego Armus, *La ciudad impura. Salud, tuberculosis y cultura en Buenos Aires 1870-1950*, Buenos Aires, Edhasa, 2007, pp. 121-135; Graciela Queirolo, “‘Malos pasos’ y ‘promociones’. Aproximaciones al trabajo femenino asalariado desde la historia y la literatura (Buenos Aires, 1919-1939)”, ponencia presentada en *Primeras jornadas nacionales de historia social*, Córdoba, 2007; Cecilia Tossounian, “Milonguitas and Esthercitas: working-class, women, love stories and consumption”, *The Body Beautiful and the Beauty of Nation: Representing Gender and Modernity (Buenos Aires 1918-1939)*, tesis de doctorado, European University Institute, 2010, pp. 127-164.

que debe soportar, en cambio, es el abuso del empleado que controla su labor, y con quien debe congraciarse utilizando su belleza para poder cobrar el trabajo hecho.¹⁶⁹ Este es uno entre tantos ejemplos de la cuestión fundamental de la moral que se pone en juego en las representaciones de mujeres en el espacio público y privado, y que analizaré algo más en detalle en el siguiente apartado a partir, nuevamente, del caso de la práctica artística.

2.3 Moral sexual y espacios de trabajo: el espacio físico como factor legitimante o deslegitimante de nuevas prácticas femeninas. El caso de la práctica artística y las representaciones de artistas mujeres

La moralidad, se ha señalado en varios trabajos previos,¹⁷⁰ fue el argumento principal que se usó en este período contra el avance del trabajo femenino asalariado, y aunque el honor puede perderse en cualquier tipo de espacio, las representaciones ubicaron con insistencia los escenarios privilegiados de esa pérdida en el espacio público y en los espacios privados de trabajo. De donde se deduce que el espacio fue un aspecto clave en la discusión sobre el ingreso de mujeres al mundo laboral.¹⁷¹ En efecto, a principios del siglo XX el debate a propósito de la conveniencia del trabajo femenino, que según hemos visto en otros capítulos tuvo aristas diversas, pivotó sin embargo, en gran medida, en torno del problema del abandono del hogar que suponía un puesto laboral extradoméstico, tanto porque significaba un problema en relación con la crianza de los hijos como porque en las fábricas y talleres las mujeres eran presas más fáciles del abuso masculino, como ha estudiado en profundidad Mirta Lobato.¹⁷² Pero ¿qué pasaba con las actividades laborales que sí podían ejercerse en el hogar? ¿Qué otras consideraciones se ponían en juego a la hora de validar esas actividades, y cómo entraba a cumplir también allí un papel específico la variable del espacio físico en relación con la moral sexual? Desarrollaré este tema a partir del caso de la práctica artística femenina.

La representación de la práctica artística femenina en la prensa ilustrada del período interesa porque enriquece el panorama de representaciones más comúnmente analizadas sobre el trabajo femenino y complejiza el argumento moral que se esgrimía en su contra, y cuyo eje

¹⁶⁹ Aron Spivak, “A 180 el saco”, *El Suplemento*, año 10, n° 319, 17 de julio de 1929.

¹⁷⁰ Mirta Z. Lobato, *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*, Buenos Aires, Edhasa, 2007, *passim*, véase especialmente capítulo 4, pp. 209-243. Importa también tener en cuenta el contexto de transformaciones de la moral sexual, la visibilidad creciente de la sexualidad en los discursos públicos, y conectarla con su aparición en los debates a propósito del trabajo. Una aproximación a aquellas transformaciones en Dora Barrancos, “Moral sexual, sexualidad y mujeres trabajadoras en el período de entreguerras”, en Fernando Devoto y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina plural: 1870-1930*, vol. 3, *op. cit.*, pp. 199-225. Algunos otros estudios sobre el trabajo femenino que señalan el argumento moral son los de Graciela Queirolo, “Mujeres que venden: aproximaciones al trabajo femenino asalariado en el sector comercial (Buenos Aires, 1910-1940)”, ponencia presentada en *Segundas jornadas nacionales de historia social*, Córdoba, 2009, para un período apenas posterior, Karin Grammatico, “Obreras, prostitutas y mal venéreo. Un estado en busca de la profilaxis”, F. Gil Lozano, V.S. Pita y M.G. Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 2, Buenos Aires, Taurus, 2000, pp. 114-133.

¹⁷¹ Marcela Nari, “El feminismo frente a la cuestión de la mujer en las primeras décadas del siglo XX”, en Juan Suriano (comp.), *La cuestión social en Argentina, 1870-1943*, Buenos Aires, La Colmena, 2000, pp. 277-299.

¹⁷² *Historia de las trabajadoras...*, *op. cit.*, *passim*.

era precisamente el problema del espacio.¹⁷³ Aunque las disciplinas artísticas son actividades de un orden muy distinto a otros tipos de trabajos, y la consideración de las artes como actividad remunerada tiene una historia en sí misma compleja, atravesada por el conflicto que planteaba la dimensión monetaria a la jerarquía espiritual que se quería otorgar a la práctica artística, las representaciones de la relación de las mujeres con el arte condensan parte de las ambigüedades que caracterizaron la discusión sobre el trabajo femenino y permiten identificar las múltiples dificultades que la variable espacial presentó a la aceptación de nuevas prácticas laborales femeninas.

Las artes femeninas, según hemos visto, cobraron en la prensa una visibilidad notable en nuestro período vinculadas a la reestructuración de los espacios de la feminidad. Las revistas ilustradas las utilizaron, a la vez, para probar que existía algo así como una naturaleza de las mujeres que se expresaba a través de la innata destreza manual y la innata sensibilidad estética, y como instrumentos para orientar los intereses femeninos hacia el hogar. Encaradas como actividad económica y enseñadas en las instituciones *ad hoc* que surgieron a la vuelta del siglo, aparecieron representadas como la solución al conflicto entre trabajo femenino y pertenencia de las mujeres al hogar, cerrando con particular idoneidad el solapamiento entre espacios de la feminidad y espacios físicos abiertos a las mujeres. Pero el hecho de que esta no fuera la única forma de entender la práctica artística femenina revela varios de los otros problemas que planteaba, en términos generales, el trabajo femenino.

En primer lugar, al igual que otras actividades, la práctica artística también podía ser sospechada de inmoral, ya que si bien la consolidación de las artes como actividad burguesa respetable se había completado hacía más de un siglo, el ambiente artístico seguía siendo, en las representaciones y muchas veces también en las prácticas, un ambiente vinculado a la bohemia, la vida nocturna, la sexualidad y las locaciones de entretenimiento público, conceptos que no entraban en ninguna definición de los espacios de la feminidad.¹⁷⁴

Por otra parte y más específicamente, la importancia de nociones como decoro y pudor para la definición de la feminidad entraba en conflicto directo con el conocimiento del cuerpo humano que suponía la práctica artística. En 1912, por ejemplo, el cronista de una visita a la

¹⁷³ Las aproximaciones sobre el trabajo femenino se han detenido especialmente en las representaciones del trabajo en las fábricas y talleres, del trabajo a domicilio, y del trabajo en el sector de servicios. Como se ha señalado en esos análisis (citados en la nota 170), es muy común que las representaciones del trabajo femenino expresen preocupaciones de orden moral vinculadas al carácter extradoméstico de esas ocupaciones laborales: la fábrica, los talleres, las oficinas e incluso la ciudad aparecen con frecuencia como lugares de corrupción y se los representa en su oposición al escenario virtuoso del hogar, que aparece por ello como un lugar más seguro (y más natural) para las mujeres. Lo que sucede con el trabajo artístico, que analizaré en este apartado, es que complejiza la transparencia de este argumento.

¹⁷⁴ Janet Wolff ha señalado que durante el siglo XIX europeo, de hecho, las instituciones culturales habían tendido a privatizarse y a excluir a las mujeres, cuyas prácticas de entretenimiento tuvieron que reformularse. Véase “The culture...”, *op. cit.*, p. 22. Sandra Gayol afirma algo similar para el caso local, aunque exceptúa el circo, en “Conversaciones...”, *op. cit.*, p. 52.

Academia Nacional de Bellas Artes se refería a la vergüenza de una alumna ante el interés del visitante por su dibujo del modelo vivo dentro de la sala, cubierto con taparrabos pero aun así semidesnudo.¹⁷⁵ Veinte años más tarde, todavía se asumía que “Años atrás, muy pocas niñas —ni aun teniendo vocación y aptitudes— se hubieran determinado a asistir a los cursos de una academia de bellas artes. La belleza de las formas se consideraba un pecado para los ojos femeninos”.¹⁷⁶ Recordemos, asimismo, que los debates parlamentarios en ocasión de la sanción de la ley 5.291 de 1907, que reglamentaba el trabajo de las mujeres y los niños, habían contemplado específicamente la prohibición de emplear mujeres o menores en la confección de “impresos, pinturas o imágenes que sean contrarias a las buenas costumbres”, así como la sanción a los establecimientos que sí lo hicieran, una disposición que revela la penetración del argumento moral en la discusión del trabajo femenino así como la conciencia de que la inmoralidad podía hallarse en el espacio de trabajo tanto como en el tipo de conocimientos que demandara el trabajo en sí.¹⁷⁷

Tanto las artes femeninas como actividad remunerada cuanto la práctica de artes mayores arrastraban también otro tipo de connotaciones negativas. Aunque fueran celebradas en la prensa como ocupación útil, las artes femeninas eran representadas como simple pasatiempo, en cuyo caso no podían ser valoradas como actividades serias y productivas, o si lo eran conllevaban un tinte proletario procedente en gran medida de la promoción de las escuelas profesionales (donde se enseñaban oficios como el de tapicera, tallista, pintora o encajera indiferenciadamente de conocimientos de economía doméstica) como instituciones creadas para mujeres de bajos recursos que pudiesen ganarse la vida fuera de fábricas y talleres.¹⁷⁸ Este

¹⁷⁵ Yur, “Academia Nacional de Bellas Artes”, *La Semana Universal*, año 1, n° 31, 1 de agosto de 1912.

¹⁷⁶ Ángel Platino, “500 futuras pintoras, escultoras y decoradoras”, *Mundo Argentino*, 16 de noviembre de 1932.

¹⁷⁷ Véase el artículo 15 en las modificaciones al proyecto presentado por Alfredo Palacios, en Cámara de Diputados, *Diario de sesiones del Congreso Nacional*, 28ª reunión, 10ª sesión ordinaria, 7 de septiembre de 1906, p. 789. Una versión de este dilema del trabajo con imágenes inmorales, o contrarias al pudor, se encuentra en una ficción de origen español en *La Semana Universal* que relata el encuentro del narrador con una joven iluminadora de “escandalosas postales” de cupletistas, cantoras y tiples, una actividad que aparece mencionada como el “comercio de voluptuosidad al menudeo” y de la cual se “salva” a la joven ofreciéndole, en cambio, el trabajo de iluminar unos ángeles de Fra Angelico, a lo que la iluminadora, agradecida como si se estuviera salvando su honor, por supuesto accede. Nótese que la autora del cuento era una mujer, Blanca de los Ríos de Lampérez, que además era pintora. “La iluminadora”, *La Semana Universal*, año 1, n° 4, 25 de enero de 1912.

¹⁷⁸ Esta representación (ver nota 99) provenía de que los primeros establecimientos femeninos que enseñaron oficios manuales habían sido emprendimientos privados ligados a sociedades de beneficencia, como la Escuela profesional de mujeres de la Sociedad Santa Marta, creada en 1895. A principios de siglo el Estado evidenció su preocupación por la educación práctica de mujeres de bajos recursos con la creación de la primera escuela profesional estatal, que la feminista Elvira López celebró porque podría ofrecer “a las niñas pobres los medios de aprender un oficio sin exponerse a los peligros de las fábricas o talleres” (*El movimiento feminista. Primeros trazos del feminismo en la Argentina*, Buenos Aires, Biblioteca Nacional, 2009 [1901], p. 231). Esta creación iba en línea con las recomendaciones de Cecilia Grierson, una figura clave del feminismo argentino, que fue enviada a Europa por el ministro de Instrucción Pública para estudiar distintos establecimientos de enseñanza femenina, y que en el informe de su viaje, de 1902, abogó por la superación del prejuicio contra el trabajo manual femenino y por la fundación de más escuelas medias que ofreciesen conocimientos prácticos, aunque supeditándolos a la administración eficiente del hogar, y solo en segundo lugar a la subsistencia, lo que tácitamente promovía a las

tinte proletario era obstáculo, además, para que se considerara a estas actividades una expresión de un verdadero arte nacional, una noción que en nuestro período se discutió acaloradamente y que se procuró escindir con cuidado del decorativismo comercial.¹⁷⁹

Por otro lado, la voluntad de trascender la posición de aficionadas, para las mujeres que ejercían artes consideradas mayores y que se formaban en la Academia, más prestigiosa y más exigente,¹⁸⁰ podía ser juzgada como masculinizante o mal vista, según señalaba la feminista Elvira López en su tesis de 1901, y aun más tarde su hermana en el discurso de apertura del Congreso Femenino de 1910, porque implicaba una exposición pública que violentaba la importancia de lo

artes femeninas como trabajo solo en casos de necesidad (*Educación técnica de la mujer*, Buenos Aires, Talleres de la Penitenciaría Nacional, 1902, pp. 172-173, 180, 193 y ss.). La idea de que las escuelas profesionales eran una alternativa para mujeres pobres aparece también más adelante en el tiempo. Leopoldo Lugones, que había sido Inspector general de enseñanza secundaria y normal, apuntaba por ejemplo que “Quedarán siempre algunas mujeres sin casarse (...) excepción que cuando es enfermiza, como en este caso, cae ya bajo el dominio de la beneficencia. Las escuelas profesionales remedian el mal en lo posible” (*Didáctica*, Buenos Aires, Otero y Cía., 1910, p. 130). He estudiado las particularidades de estas escuelas en “Del caballete al telar. La Academia Nacional de Bellas Artes, las escuelas profesionales y los debates en torno de la formación artística femenina en la Argentina de la primera mitad del siglo XX”, *Artelogie*, n° 5, París, octubre de 2013, disponible en http://cral.in2p3.fr/artelogie/spip.php?page=imprimir_articulo&id_article=242; véase también Scocco, “Un espacio permitido...”, *op. cit.*

¹⁷⁹ Era un argumento muy complejo, que venía esgrimido desde distintos frentes. Véase Miguel Ángel Muñoz, “Un campo para el arte argentino. Modernidad artística y nacionalismo en torno al Centenario”, en Diana Wechsler (comp.), *Desde la otra vereda. Momentos en el debate por un arte moderno en la Argentina (1880-1960)*, Buenos Aires, CAIA-Del Jilguero, 1998, pp. 40-82; Malosetti Costa, *Collivadino*, Buenos Aires, El Ateneo, 2006, pp. 133-155. Apuntes sobre el lugar de las mujeres en este debate en “Del caballete al telar...”, *cit.*

¹⁸⁰ Las escuelas profesionales eran instituciones de enseñanza media a las que se podía ingresar a partir de los trece años, mientras que la Academia fue una escuela de educación superior hasta 1921, cuando se dividió en tres instituciones complementarias a las que se ingresaba por concurso: la Escuela Nacional Preparatoria de Dibujo, la Nacional de Artes Decorativas e Industriales (a la que se podía ingresar recién a los diecisiete años) y la Escuela Superior de Bellas Artes. El prestigio de la Academia provenía de que era el resultado de la nacionalización en 1905 de la escuela de la Sociedad Estímulo de Bellas Artes (fundada en 1878), donde enseñaban todos los pintores más reconocidos del ámbito local. La ANBA ofrecía desde fines de siglo cursos para mujeres. La oferta no abarcaba las lecciones de artes aplicadas y decorativas que sí estaban desde su fundación abiertas a los estudiantes hombres, y que se desarrollaban de noche. Si bien los cursos diurnos satisfacían el requisito social de que las jóvenes casaderas de clase media tuvieran algunos conocimientos de pintura y escultura y abría en alguna medida para ellas la posibilidad de trascender el rol de aficionadas, no ofrecía una respuesta concreta a la demanda de conocimientos de artes aplicadas y decorativas que las mujeres con vocación artística pero pocos recursos necesitaban para hacer de esa vocación una actividad productiva. Esa respuesta la daban las escuelas profesionales, en las que las principales diferencias con el programa de la Academia, en las materias artísticas, eran la ausencia del estudio de la figura humana —presente solo en el curso de Dibujo orientado al diseño de moda, aunque sin modelo vivo, que en la Academia se había abierto a las mujeres desde el comienzo de su admisión—, la inexistencia de clases teóricas o históricas y, sobre todo, el rendimiento económico de las obras producidas por las alumnas, que por reglamento estaban a la venta. Las condiciones de ingreso y las diferencias en los programas (que, de todos modos, en los primeros años guardaban similitudes) distinguían tácitamente los objetivos de los dos tipos de instituciones: por un lado, formar a las jóvenes en oficios útiles para diversificar su ingreso al mundo del trabajo y, dentro de lo posible, propiciar la permanencia en el hogar; por el otro, formar artistas profesionales o bien equipar a las jóvenes casaderas con conocimientos que apuntalasen su sensibilidad estética. Esos diferentes objetivos determinaron también diferentes valoraciones de las producciones de mujeres provenientes de unos y otros espacios, y facilitaron que se las distinguiera no solo en términos de arte mayor y menor sino, con ellos, en términos de clase. Un análisis más detallado de las diferencias entre las dos instituciones en Ariza, “Del caballete al telar...”, *cit.* Sobre las mujeres en la Academia, Gluzman, *Trazos invisibles*, *op. cit.*, pp. 70-76. Sobre la SEBA, Ofelia Manzi, *Sociedad Estímulo de Bellas Artes. Desde su fundación hasta la nacionalización de la Academia*, Buenos Aires, mimeo, sin fecha, y Laura Malosetti Costa, *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*, Buenos Aires, FCE, 2001, pp. 96-103; sobre la ANBA, J. A. García Martínez, *Arte y enseñanza artística en la Argentina*, Buenos Aires, Fundación Banco de Boston, 1985.

privado para la definición de feminidad, y era además considerada una expresión de vanidad desmedida.¹⁸¹ Así, la práctica artística en su conjunto cargaba, por un lado, con el estigma proletarizante compartido por todos los oficios manuales a los que pudieran dedicarse las mujeres,¹⁸² y por el otro con el estigma moral, proveniente de la asociación de la excelencia con la masculinidad y la vanidad, y de la exposición pública con la falta de inocencia.

Es muy cierto que el período que estudiamos fue testigo de una apertura notable de la práctica artística a las mujeres, verificada en su incorporación a distintos tipos de instituciones educativas¹⁸³ y en el aumento de su visibilidad pública, derivada en parte de su participación

¹⁸¹ Elvira López sostenía, en referencia al ejercicio de profesiones liberales, que “cada vez que una joven de esta clase [la que podía prescindir del trabajo extradoméstico de las mujeres] pretende revelarse en lo que vale o quiere ser, las dificultades y críticas surgen por todos lados: las labores de su sexo en el interior del hogar y la *colocación* por el matrimonio, es la única actividad y la única aspiración que le son permitidas”. Según López, “consideran que el saber es un peligro para la inocencia y candor, que tan bien sienta a las jóvenes, y hasta para la misma virtud” (*El movimiento feminista, op. cit.*, pp. 138-139, 89). Su hermana Ernestina, en el discurso de apertura del Congreso, retomaba el punto: “Las mujeres que pugnan por difundir los altos ideales artísticos, o por propiciar entre los demás estudios serios, se quejan de la indiferencia con que se reciben sus esfuerzos y de la fría acogida que se hace a sus producciones. (...) Las que sintiéndose dotadas de disposiciones especiales, rompen con el hábito, para lanzarse a los altos estudios profesionales, no se libran de ser miradas algunas veces, por quienes más timoratas, o menos capaces, prefieren vivir una vida de privaciones antes que seguir los pasos de aquellas, como excéntricas deseosas de notoriedad, cuando no de títulos sonantes y de honores”. *Primer Congreso Femenino. Buenos Aires 1910. Historia, actas y trabajos*, Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba, 2008, p. 59. Analicé la presión ejercida por esta condena moral sobre la práctica artística femenina en “Mujeres del arte. Dilematismo, profesionalización y modernidad en las primeras décadas del siglo XX en Argentina”, en *Actas del XXX International Congress of the Latin American Studies Association*, San Francisco, 2012.

¹⁸² El prejuicio de clase contra la actividad manual remunerada ejercida por mujeres tuvo una larga trayectoria. Muchas de las ponencias presentadas en el Primer Congreso Femenino Internacional de 1910 mencionan la gravitación de esta idea, que todavía en 1929 la revista *Para Ti* confirmaba en un artículo que describía distintos tipos femeninos “antes y después de la boda”. La mujer de hogar era representada, antes del matrimonio, como un prodigio de habilidad doméstica, que “hace postres exquisitos, no gasta un centavo en modista, pasa sus mejores ratos sentada al piano, bordando o pintando”. Una vez casada, sin embargo, “No se acerca a la cocina porque ‘eso’ estropea las manos; no borda, ni pinta, ni toca el piano, porque es ‘cursi’”, Gyp [Sibylle Riquetti de Mirabeau], *Para Ti*, año 8, n° 378, 6 de agosto de 1929, p. 65.

¹⁸³ En 1908, cuando se redactó el primer reglamento oficial de las escuelas profesionales, la capital contaba ya con tres de estos establecimientos, que sumaban 744 alumnas aprobadas de las 1.017 matriculadas, mientras que por la misma fecha concurrían a la Academia en forma regular 201 estudiantes mujeres (Alberto B. Martínez, *Censo general de educación*, Buenos Aires, Talleres de Publicaciones de la Oficina Meteorológica Argentina, 1909, vol. 2, p. xxiv y vol. 3, p. 169). En 1910 el número de escuelas profesionales de la Capital aumentaría a cinco y parece haberse mantenido estable al menos hasta fines de los años veinte (aunque en todo este período se fundaron muchas otras en las provincias). En estos años había también otros institutos privados: la Academia Perugini, fundada en 1896 o 1897, tenía una sede en Buenos Aires y otra en La Plata. Hacia el Centenario tenía una sección de artes aplicadas que ofrecía cursos de decoración, plástica decorativa, herrería artística, gráfica. La Academia Salvator Rosa hacia 1910 se promocionaba como sede de “Clase diurna para señoritas de dibujo y pintura. Nocturna para varones de dibujo artístico e industrial” (*Athinae*, año 3, n° 21, 21 de mayo de 1910). También seguía existiendo la SEBA y su escuela, a cuyos cursos, entre los que había algunos diurnos para mujeres, concurrían en 1913 “180 alumnos, en su mayoría obreros” (“Sociedad Estímulo de Bellas Artes”, *La Nación*, 14 de julio de 1913). En 1910 la Sociedad de Educación Industrial anunció que abriría un curso de dibujo para señoritas que permitiera “prescindir del dibujo de las academias, fútil y ligero barniz” y “proveer á nuestras niñas de la clase obrera de un poderoso auxiliar en sus oficios, y de un instrumento eficaz de trabajo” (“Sociedad de Educación Industrial”, *La Nación*, 21 de febrero). En las revistas que estudiamos se anunciaban además los cursos del Instituto Porrera, la Academia Asplanato, que parecen haber sido similares a las escuelas profesionales. Scocco menciona varias otras instituciones fundadas en la capital y el interior en “Un espacio permitido...”, *op. cit.*, pp. 226-236: las escuelas de telares creadas por Clemente Onelli (sobre esto, “Las telaristas de Onelli rinden homenaje al maestro”, *Mundial. La revista para todos*, año 2, n° 13, 7 de enero de 1925), la Escuela de Cerámica de la Asociación del Divino Rostro; los cursos de la Biblioteca del Consejo Nacional de Mujeres; la Escuela Técnica de Dibujo de la Universidad de La Plata.

creciente en exposiciones.¹⁸⁴ Sin embargo, las representaciones de artistas en la prensa, y en especial los matices bajo los cuales se representó la práctica artística femenina, manifiestan la dificultad con la que se absorbió esa apertura en el período, una dificultad vinculada a los estigmas detallados arriba. Diversas estrategias se pusieron en juego para contener ese avance y compatibilizar la nueva definición de feminidad que proponían las revistas con la práctica artística. Mi hipótesis es que esas operaciones, por un lado, enfatizaron el carácter doméstico, burgués y decoroso de la práctica artística femenina con el fin de neutralizar aquellos estigmas, y en ese aspecto tuvieron una incidencia particular en la valoración historiográfica posterior de las obras de artistas mujeres, por cierto muy pobre.¹⁸⁵ Por otro lado, concedieron a las artistas —y con ellas, en alguna medida, a las mujeres que se formaban o trabajaban fuera del hogar— la ocupación del espacio público pero solo bajo la condición de espectáculo o, en menos casos, como mujeres desfeminizadas.¹⁸⁶ En los dos tipos de respuestas, las representaciones de artistas en la prensa negociaron la irrupción de las mujeres en lo público mediante la definición de su lugar preciso en el espacio físico.

Veamos entonces algunas de esas estrategias. Ya he mencionado más arriba que la caracterización de las artes femeninas como actividades que reproducían la delicadeza inmanente al sexo femenino imposibilitó que se juzgaran las obras de las mujeres en los mismos términos que las obras de los hombres. Quisiera destacar ahora cómo esa misma caracterización se extendió a la representación de las artistas en cuanto personas y en qué medida eso supuso un obstáculo a su trascendencia en cuanto artistas, pero también cómo, en los casos en que no se verificaba esa correspondencia, se planteó un conflicto entre arte y feminidad que perjudicó también la fortuna crítica de las artistas mujeres.

Las representaciones de artistas reales e imaginarias abundan en las revistas ilustradas. Las artistas aparecen, según un estereotipo afincado en una concepción del arte como afición burguesa, como mujeres elegantes y a la moda, y solo minoritariamente como profesionales en

¹⁸⁴ Un hito en el crecimiento de la visibilidad de las artistas fue su participación en las exposiciones del Ateneo a fines del siglo XIX (véase Laura Malosetti Costa, “Una historia de fantasmas. Artistas plásticas de la generación del ochenta en Buenos Aires”, *Voces en conflicto, espacios en disputa. VI Jornadas de Historia de las Mujeres/I Congreso Iberoamericano de Estudios de las Mujeres y de Género*, Buenos Aires, 2000, Cd-rom, también Gluzman, *op. cit.*, pp. 80-104). Ya en el siglo XX, las mujeres participaron en los Salones Nacionales, en muchos casos en las secciones de artes decorativas, y a partir de 1918, cuando se creó el Salón Nacional de Artes Decorativas, también allí (muchas a través de las escuelas profesionales, que exhibían trabajos en conjunto). Participaron también en las exposiciones comunales de artes aplicadas e industriales (1924, 1925, 1927-28). A estas exposiciones hay que sumar las de las escuelas profesionales, que se realizaban todos los años (ver nota 93). En su historia del arte argentino, José León Pagano menciona muchas de las sedes donde se exhibían obras de artistas mujeres, y llega a la conclusión de que “si algo hace hoy espinado el camino, ello se debe al exceso de producción”. En *El arte de los argentinos, op. cit.*, p. 342.

¹⁸⁵ Al respecto, Ariza, “La zona intermedia...”, *op. cit.*, 2010, también Gluzman, *op. cit.*, pp. 17-25.

¹⁸⁶ Ver por ejemplo la breve tira cómica de *Tit-Bits* en la que una pintora logra ahuyentar a los curiosos que se reúnen a verla trabajar al aire libre calzándose una suerte de sombrero que lleva pintada una cara monstruosa, ante la cual los mirones se asustan. En cuanto figura femenina espectacular, la pintora no logra trabajar ni volverse pintora; como monstruo sí, pero a costa de perder la mirada masculina y la identificación como mujer. “La joven pintora”, *Tit-Bits*, año 5, n° 220, 13 de septiembre de 1913.

traje de trabajo.¹⁸⁷ Sus retratos comparten muchas características formales y compositivas con los retratos de señoritas, que he argumentado funcionaron en la prensa como matriz de representación de la belleza femenina. Por ejemplo, cada vez que la revista *Athinae* (órgano del Centro de Estudiantes de Bellas Artes de la Academia) destacó la obra de mujeres en su sección “Estudiantes distinguidos”, acompañó las semblanzas con retratos que las mostraban en trajes elegantes y poses meditadas, y los textos tendieron a subrayar su carácter refinado (Fig. 44 a y b). “La distinguida cultora del divino arte, señorita Gianelli”, por ejemplo, aparecía de medio cuerpo en vestido de encaje y estola de piel;¹⁸⁸ el retrato de la “distinguida aficionada a la pintura” Ida Gath, discípula de Eduardo Sívori, la presentaba de perfil, con la mirada baja, el pelo recogido y un vestido blanco con apliques, una representación que compartía los códigos de los retratos de debutantes y que coincidía con el tono del artículo, que señalaba que las telas de Gath se habían expuesto “en los salones de nuestra calle aristocrática” (Florida).¹⁸⁹ La “agraciada niña” Elisa Vásquez, “dotada también de una afabilidad que la hace encantadora, es una armonía preciosa de mujer”, decía otro artículo que además agregaba: “Insistimos también en decir que su físico, revela *ipso-facto*, sus excelsas condiciones”, aunque aclaraba que esa “palabra justiciera siempre choca con su modestia, que es una muralla infranqueable”.¹⁹⁰

Esta confusión entre las cualidades físicas de las artistas y su habilidad artística era algo más que una forma de decir: significaba, crucialmente, que la feminidad no se veía disminuida por la capacidad de las mujeres, por su dedicación a un oficio manual que mellaba las manos y la vista, ensuciaba la ropa, por la dedicación de tiempo a otra cosa que no fueran los hijos, la casa, la apariencia. Paulina Blinder lo explicitaba en una entrevista en *Caras y Caretas* al referirse a su “afición pictórica”: “Creo no haber claudicado mi condición de mujer; al contrario, mi sensibilidad, es decir, la sensibilidad femenina tan ponderada por el sexo fuerte parece que se afina, que se sublimiza”.¹⁹¹ Y la misma necesidad de demostrar que la feminidad vencía el desgaste propio de las labores manuales era lo que explicaba por ejemplo una publicidad de esmaltes Cutex de los años 30 donde se leía: “Dice Emilia Bertolé, la conocida pintora: ‘No importa los trabajos que haga; mis uñas están más brillantes más tiempo’”.¹⁹²

¹⁸⁷ Estas dos formas de representar a las artistas se corresponden con las variables identificadas por María Isabel Baldasarre como características del retrato de artista de las primeras décadas del siglo. Pero en el caso de las mujeres, al menos en la prensa, el traje de trabajo aparece menos frecuentemente. “La imagen del artista. La construcción del artista profesional a través de la prensa ilustrada”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2009, pp. 47-80; “Mujer/artista: trayectorias y representaciones en la Argentina de comienzo del siglo XX”, *Separata*, año 11, n° 16, Rosario, octubre de 2011, pp. 21-32.

¹⁸⁸ “Estudiantes distinguidos”, *Athinae*, año 1, n° 4, diciembre de 1908, p. 26.

¹⁸⁹ “Aficionados distinguidos. La señorita Ida Gath”, *Athinae*, año 2, n° 6, febrero de 1909, p. 10.

¹⁹⁰ “Estudiantes distinguidos”, *Athinae*, año 1, n° 3, noviembre de 1909, p. 28.

¹⁹¹ “Una pintora rosarina. Con la señorita Paulina Blinder”, *Caras y Caretas*, año 33, n° 1665, 30 de agosto de 1930.

¹⁹² Reproducida en Nora Avaro *et al.*, *Emilia Bertolé. Obra poética y pictórica*, Rosario, Editorial Municipal de Rosario, 2006, p. 54.

El tono exculpatorio de estas aclaraciones se extendía a la propia representación de las artistas, y motivaba quizás la preferencia por retratarlas en espacios domésticos bien acondicionados, ejerciendo actividades “de mujeres” o empuñando la paleta, el pincel o los cinceles en composiciones tan ficcionales¹⁹³ que la práctica artística aparecía como un accesorio más de la feminidad de la artista, y no una representación de su identidad en cuanto artista.

Este matiz es notable, por ejemplo, en los retratos de Ana Weiss (1892-1953), una de las pintoras más presentes en la prensa de los años que estudiamos. Formada junto al artista que se convertiría en su marido, Alberto Rossi, expositora en el Salón Nacional y en certámenes internacionales, docente en la Academia, miembro fundador de asociaciones artísticas, la actuación pública de Weiss como artista profesional es indudable. Sin embargo, la representación privilegiada que encontramos de ella en la prensa es la de esposa y madre: sentada ante el armonio; sonriente junto a sus hijos en la misma pose adoptada por las jóvenes madres de las notas sociales y por las publicidades de productos para bebés; leyendo junto a Rossi mientras él pinta y mira a la cámara, o frente a la máquina de coser, Weiss aparece homologada a la enorme mayoría de mujeres para quienes no existía ocupación alternativa a la vida en el hogar (Fig. 45 a-c). En esas imágenes no hay un solo elemento visual que la señale, como sí en cambio a Rossi, como la profesional de la plástica que desde joven exponía en los salones, ganaba premios, vendía sus obras y obtenía becas para formarse en Europa. Su figura apareció siempre, en el mejor de los casos, en el formato de un retrato de estudio, sentada, sonriente y discreta, sin que nada permitiese inferir en ella una profesión otra que la de ama de casa, aun cuando en los textos se la presentase como “una de las mejores representantes que el bello sexo tiene en las bellas artes”.¹⁹⁴

La historiografía, en tono acorde, identificó la maternidad como el dato clave para interpretar la obra de Ana Weiss, que tendió con el tiempo a restringirse a la pintura de ancianos y de niños (sus hijos), aun cuando en sus comienzos la artista hubiera ensayado muchos otros temas, entre ellos desnudos.¹⁹⁵ El hecho de que, como señala una crítica en *La Época* a propósito de su *Desnudo* de 1926, que fue premiado en el Salón Nacional, las amigas íntimas de la artista “con la intolerancia de su severidad han llegado a censurarle la ‘irreverencia’ de tal atrevimiento”¹⁹⁶ es sugestivo respecto de estas elecciones temáticas, y aunque por

¹⁹³ Sobre esta ficción construida por los artistas, Baldasarre, “La imagen del artista...”, *op. cit.*

¹⁹⁴ “Exposición Ana Weiss de Rossi”, *Plus Ultra*, año 4, n° 42, octubre de 1919.

¹⁹⁵ En palabras del crítico Lozano Mouján en su obra sobre artistas argentinos, “Ana Weiss parece que ha declinado después de 1918. Posiblemente hay varios factores que contribuyen: un excesivo misticismo y la maternidad dominan su temperamento, llenándolo de indiferencia por su arte”, *Apuntes para la historia de nuestra pintura y escultura*, Buenos Aires, García Santos, 1922, p. 150. Para Pagano, en cambio, la maternidad había sido la revelación de las “virtudes congénitas” de Weiss. En *El arte de los argentinos*, *op. cit.*, p. 348. Sobre el *Desnudo* premiado de Weiss, Baldasarre, “Mujer/artista...”, *cit.*, p. 27.

¹⁹⁶ “Un matrimonio de artistas pintores. Alberto M. Rossi y Ana Weiss de Rossi”, *La Época*, 26 de diciembre de 1926.

supuesto sería reduccionista al extremo interpretar una trayectoria artística a partir de una información de este tipo (que podría muy bien ser apócrifa), en cuanto *representación* del marco dentro del cual se discutía la práctica artística femenina me parece relevante.

El comentario también saca a la superficie el argumento moral que subyacía en muchas representaciones de la práctica artística de mujeres, y que pienso motivaba, como he dicho, la insistencia en el carácter respetable, doméstico y femenino de una actividad como la pintura o la escultura. Unos años después de que el crítico Lozano Mouján, por ejemplo, encontrara reprochable en las obras de la pintora Emilia Bertolé, famosísima en nuestro período, “cierta sensualidad que a veces las dañan, como ser en ‘Desnudo’ expuesto en los Acuarelistas de 1921, que resultó algo pornográfico”,¹⁹⁷ la propia Bertolé se sentía obligada a explicar en la prensa las razones de su soltería y, aunque admitía su “horror a los formalismos”, aceptaba ser fotografiada en el ámbito hogareño, leyendo o tomando el té, mientras afirmaba: “Parecería que me hubiera asustado (...) y mientras alguien me inventaba tal o cual leyenda —el eterno amor imposible o la aventura maravillosa— yo me encerraba entre las cuatro paredes de mi casa lo más quieta posible, como para no aumentar con un solo hecho la nutrida serie de episodios falsos”.¹⁹⁸

Muchas otras artistas aparecieron retratadas en sus casas bien decoradas según los usos burgueses, bien vestidas, como recibiendo a las visitas (Fig. 46 a-c). Es una forma de representarlas que sin duda se enlaza con el estatus que había alcanzado el arte en sí como atributo de la burguesía, y que encontramos también en los retratos de artistas hombres, aunque acaso menos enfatizada en este caso (recordemos que la representación de artistas hombres también admitía el tópico del bohemio y marginal social como formas de expresar la cualidad singularizante del genio, un concepto masculino).¹⁹⁹ Pero es tentador interpretarla, también, como una respuesta, una reacción a los temores que despertaba la apertura a las mujeres de una profesión de este tipo, que implicaba entre muchas otras cuestiones el conocimiento del cuerpo humano, el trato con otros artistas, la espinosa cuestión de la exposición pública. Es más: la insistencia en la contención doméstica de la práctica artística de mujeres y en su carácter femenino, en línea con aquel comentario muy citado del historiador del arte argentino José León Pagano sobre la tendencia de las artistas argentinas a hacer “pintura de cámara, de puertas adentro, pintura femenina, de flores, de frutas”,²⁰⁰ introdujo, es mi hipótesis, un obstáculo conceptual a la valoración historiográfica de la obra de artistas mujeres. Un obstáculo conceptual dentro del cual la variable del espacio físico jugaba un papel

¹⁹⁷ Lozano Mouján, *Apuntes...*, *op. cit.*, p. 161.

¹⁹⁸ Bruno Carbalho, “Por qué no he querido casarme”, *Estampa*, 1939. Reproducido en Nora Avaro *et al.*, *Emilia Bertolé. Obra poética y pictórica*, *op. cit.*, p. 45.

¹⁹⁹ Baldassarre, “La imagen del artista...”, *op. cit.* Sobre la masculinidad del genio, Griselda Pollock, *Visión y diferencia...*, *op. cit.*, *passim*.

²⁰⁰ *El arte de los argentinos*, *op. cit.*, p. 395.

no menor, como en otras valoraciones del trabajo femenino: la pintura “de cámara”, de “puertas adentro”, se deja entender, es menos importante en alcance y ambiciones que la gran pintura de historia, de ideas, cuya relevancia depende de su circulación pública en el mercado y las exposiciones, una condición elusiva, justamente, a las pinturas de género menor de las artistas mujeres (me refiero a la *representación* de que las mujeres se dedicaran a géneros menores que circulaban menos públicamente, que puede ser contradicha con pocos ejemplos, pero era de todos modos operativa).²⁰¹

Por otro lado, el carácter femenino, al que me he referido más arriba al recoger algunas de las evaluaciones de Pagano, entre otros historiadores y críticos, de distintas artistas argentinas, volvía incompatible las producciones de las mujeres con el concepto de valor y de excelencia, porque el lenguaje mismo del valor y la excelencia estaba penetrado de metáforas masculinas como el “vigor varonil” de la factura o la “masculinidad de la paleta”.²⁰² Estas nociones, cuando sí se aplicaban a una artista mujer, rápidamente se neutralizaban con aquella insistencia sobre el carácter femenino de la artista, o bien respaldaban representaciones que de manera deliberada deformaban el cuerpo femenino, como fue el caso de las caricaturas de Lola Mora o Raquel Forner que, muy separadas en el tiempo pero probando el punto paradigmáticamente, reprodujeron *Caras y Caretas* y *Aconcagua*. La de Mora, basada en una fotografía que le fuera tomada cuando se encontraba esculpiendo la *Fuente de las Nereidas* (Fig. 47 a y b), no solo enfatizaba el desaliño del pelo, la actitud masculina y los pantalones sino que iba acompañada de una rima que decía “El vestido singular / que usa cuando va a esculpir / no hace sino comprobar / que es mujer para sentir / y hombre para ejecutar”. La de Forner (Fig. 48), que también retomaba el perfil de una foto que se reproducía en página alemana, exageraba un lunar y la deformación de la nariz, e inventaba un desgarbo que afeaba la figura de la artista.²⁰³

No es casual que estas dos mujeres, de las pocas recordadas hoy entre las muchísimas que estudiaban arte en las primeras décadas del siglo, aparecieran caricaturizadas de este modo. En 1932 el autor de una crónica de una visita a la Academia Nacional de Bellas Artes confesaba

²⁰¹ Desde luego, muchos artistas hombres se dedicaron también a estos géneros, que por otra parte circulaban intensamente en las exposiciones y salones, a juzgar por las reproducciones de pintura que acompañaban las reseñas en revistas como *Plus Ultra*, *Augusta*, *Columbia*, etc. Por otro lado, merecería un estudio más profundo, con estudios de casos locales, la relación entre la elección de géneros como el retrato, el paisaje y la naturaleza muerta, o la elección de las artes decorativas, y la resistencia a la mirada patriarcal y a la fetichización del cuerpo femenino instalados como norma dentro del sistema de las artes.

²⁰² Estos términos plagan la crítica de arte del período, y aparecen también en otros contextos internacionales, como señalan para el caso brasileño y chileno, por ejemplo, Ana Paula Cavalcanti Simioni, *Profissão artista. Pintoras e escultoras acadêmicas brasileiras*, San Pablo, Edusp-Fapesp, 2008, o Gloria Cortés Aliaga, *Modernas. Historias de mujeres en el arte chileno (1900-1950)*, Santiago de Chile, Origo, 2013.

²⁰³ “Caricaturas contemporáneas. Lola Mora”, *Caras y Caretas*, año 6, n° 225, 24 de enero de 1903, “Pintoras argentinas. Raquel Forner”, *Aconcagua*, año 6, n° 69, febrero de 1936. Es evidente que en 1940 Pagano recordaba todavía la fotografía de Mora cuando con toda intención señalaba que en “holgado pantalón de hombre, blusa suelta y boina; se dejaba *sorprender* encaramada en doble escalera, junto a un grupo escultórico”, en *El arte de los argentinos*, *op. cit.*, p. 374. (El destacado es del original). He trabajado sobre estos dos ejemplos, en relación con las metáforas masculinizantes acerca de la práctica artística, en “La zona intermedia...”, *op. cit.*

ante la cifra de quinientas mujeres que asistían a los cursos, en comparación con los trescientos hombres, que “La cifra nos aterra”. El artículo iba ilustrado con pequeñas fotografías de mujeres en distintos cursos de la Academia y una gran ilustración que representaba a una joven moderna ante un caballete, de tacos, melena y delantal corto por encima de la rodilla, que llevaba en las manos unos lápices y un papel con un dibujo (Fig. 49). Comparada con las mujeres de las fotografías, que apenas sonreían y vestían delantales largos, la ilustración exageraba la modernidad de la figura femenina y la hacía coincidir con la representación más amenazante de la mujer artista que surgía del texto, en el que el cronista adjudicaba a la llegada de “la edad de oro del feminismo” el crecimiento en el número de alumnas y se admitía deslumbrado frente a una “sonrisa que se nos antoja antropófaga” y asediado “como los bolivianos en Boquerón”. Un poco más adelante preguntaba a las alumnas desde una “prudente distancia”:

- ¿Ustedes son divorcistas, señoritas?
- ¡Sí!... —contestan todas a la vez. Hacemos un gesto de asombro. (...)
- Y del voto femenino, ¿qué opinan?
- ¡Que queremos el voto!
- Muy bien dicho. Los hombres de buen gusto les daremos el voto. Pero con una condición...
- ¿Cuál? —preguntan todas intrigadas.
- Con la condición de que cuando tengan mayoría en la cámara substituyan el Código Civil por el Corán.²⁰⁴

El artículo pivotaba todo el tiempo, en este tono, entre la representación de las artistas como feministas modernas y la contención de esa “amenaza” que implicaba la ocupación femenina del espacio público mediante la consideración de las mujeres como objetos de placer para los hombres. La propuesta de sustituir el Código Civil, bandera de la ampliación de derechos femeninos desde su modificación parcial en 1924, por el Corán y su promesa ultraterrena de huríes; la descripción de la visita a la Academia como un “delicioso espectáculo con que regala nuestros ojos pecadores”; el deslumbramiento “ante estos ojos y estas bocas”; el comentario de que las alumnas “Parecen elegidas. Todas son tan lindas...”, entre otras reflexiones similares, neutralizaban a las artistas como sujetos y las volvían a poner en su lugar tradicional de espectáculo, desdibujando sus contribuciones a la práctica artística, dentro de la cual la gloria se reservaba a los hombres.²⁰⁵

El artículo no hacía más que reproducir, de todos modos, una representación que se había consolidado mucho antes, como demuestra otra nota en *La Semana Universal*, veinte años

²⁰⁴ Ángel Platino, “500 futuras pintoras, escultoras y decoradoras”, *Mundo Argentino*, 16 de noviembre de 1932, pp. 43-45.

²⁰⁵ En la entrevista, al enumerar “los más famosos nombres del arte nacional”, Pío Collivadino (director de la ANBA) mencionaba a una sola mujer entre veinte artistas, Ana Weiss de Rossi. *Ibidem*, p. 44.

anterior, también dedicada a la Academia, donde el cronista, “encantado”, comentaba sobre las alumnas de los cursos elementales, por ejemplo, que “Ninguna tiene más de diez y seis años; los senos en flor apenas abultan; las miradas son inocentes; las sonrisas todavía infantiles; casi todas llevan el vestido corto, un poco más abajo de las rodillas”. Los epígrafes de las fotografías que mostraban a las alumnas trabajando indicaban que las chicas “adoptan poses reposadas, fingiendo copiar el modelo, pero en realidad solo les preocupa salir encantadoras en la fotografía”, o que “se agrupan sonrientes frente al objetivo” y ponen “la mejor buena voluntad”, lo que “Es bastante, pero no basta para ser una Rosa Bonheur”, mientras que los principiantes hombres “piensan superar siempre a los maestros inmortales”.²⁰⁶

Estos son solo dos entre muchos ejemplos que muestran cómo las representaciones de artistas mujeres contribuyeron a velar el carácter productivo de su actividad artística interponiendo la cuestión de la feminidad y la apariencia como clave para entender la relación del arte y las mujeres. Al dirigir la atención hacia su feminidad y su apariencia, más aún, las representaciones de artistas mujeres —las únicas mujeres, a fin de cuentas, con poder para proponer representaciones visuales alternativas de la feminidad— clausuraron para ellas otra identidad pública que no fuera la de espectáculo, y enriquecieron el vasto conjunto de representaciones en las que se presentaba a las mujeres en el espacio público como objeto privilegiado de la mirada masculina.

El tópico es bien conocido, por supuesto, y ha sido señalado hasta el cansancio, pero no deja de ser clave retomarlo precisamente a propósito de la relación de las mujeres con el arte, que la prensa prefirió representar asignando a las mujeres, antes que el papel de productoras, el papel de observadoras u observadas (lo que a su vez y paradójicamente facilitaba la emergencia del argumento moral en contra de las actividades públicas de las mujeres). Más de una ilustración y una viñeta tematizan este mismo punto, como aquella de *Fray Mocho* en la que “La obra que tiene más admiradores”, según indica el epígrafe, es la mujer en el centro de una exposición en el Salón Witcomb que mira hacia el espectador, mientras a ella la miran todos los asistentes a la muestra,²⁰⁷ (Fig. 50) o aquella otra variación en *Idea Latina*, muy similar, en la que dos hombres asistentes a una exposición miran a una mujer elegante, que mira en otra dirección, y uno de ellos comenta: “Ahí va la modelo del gran cuadro que obtuvo el primer premio”, a lo que el otro responde: “Prefiero la modelo al cuadro. Está mejor pintada”.²⁰⁸

²⁰⁶ Yur, “Academia Nacional de Bellas Artes”, *La Semana Universal*, año 1, n° 31, 1 de agosto de 1912.

²⁰⁷ “En el salón Witcomb”, *Fray Mocho*, año 9, n° 421, 18 de mayo de 1920.

²⁰⁸ “Vernissage”, *Idea Latina*, año 1, n° 3, 15 de febrero de 1924. Otro ejemplo en *Plus Ultra*, año 2, n° 17, septiembre de 1917; una variante cómica en “En la exposición de cuadros”, una viñeta en la que, frente a la pintura de una mujer reclinada semidesnuda, un marido le pide a su esposa, gruesa y poco atractiva, que se retiren para evitar que alguno de los asistentes a la exposición la confunda con la modelo, en *Tit-Bits*, año 2, n° 43, 30 de abril de 1910.

Estas representaciones ponen a las mujeres en su lugar, literalmente: les conceden la ocupación del espacio público, pero solo en carácter de objeto de la mirada. Debo enfatizar aquí que me refiero a representaciones, no a realidades, que fueron infinitamente más complejas y por fortuna mucho más diversas, como prueba el hecho mismo de que las revistas ilustradas que ofrecían aquella comprensión de la relación del arte y las mujeres reprodujeran, por otro lado (aunque con mucha menor frecuencia), obras de pintoras, escultoras e ilustradoras en las que, en ocasiones, se proponía otra jerarquía entre la mirada masculina y la mirada femenina.

Las reseñas de salones en revistas como *Augusta*, *Plus Ultra*, *Myriam* o *Columbia*, por ejemplo, reprodujeron con regularidad obras de las artistas participantes. Es interesante que varias de esas obras fueran retratos de otras mujeres que en muchos casos aparecían representadas sosteniendo un tipo de mirada firme, no directamente erótica ni que invitara a la objetivización. En ocasiones, como ejemplifica la reproducción del *Retrato de la señorita M.C.* de Lía Gismondi en una reseña del VI Salón Nacional en *Plus Ultra*, y que es un óleo oscuro, de formato vertical, del que emerge una figura femenina de la que no se ve más que parte del rostro, la relación entre el fondo de los retratos y los vestidos funcionaba también como una forma de desalentar la mirada objetivizante.

Esta propuesta es evidente si la comparamos con otras formas más convencionales de representar el cuerpo femenino que aparecen en la misma página de la reseña, como la obra *Las señoritas* de Gastón Jarry, un retrato de conjunto en el que cinco mujeres en poses de exhibición dirigen una mirada invitante hacia el espectador, junto a la figura de un hombre desplazado hacia el límite derecho de la tela y cuyo cuerpo es, a diferencia de los de las mujeres, imposible de discernir del fondo. De hecho, la contigüidad de las reproducciones en la misma página permite establecer un paralelismo entre esa figura masculina en las sombras y la mujer retratada por Lía Gismondi, y ese paralelismo subraya, precisamente, la relativa anomalía del tratamiento del cuerpo femenino que propone Gismondi, en especial si se lo compara con las figuras femeninas de Jarry, o incluso con otro retrato, presente en la misma página, de Ana Weiss, una figura de mujer sentada, con el brazo apoyado contra un respaldo de diván, que mira directo al espectador y que, aun sin resultar tan sugestiva como las señoritas de Jarry, es un retrato bastante más convencional por su forma de ofrecer la belleza femenina a la mirada (en la sonrisa, el vestido estampado, el énfasis en los brazos desnudos, etcétera (Fig. 51).

Aunque el modo de representar a las mujeres que propone Gismondi no es exclusiva de las artistas mujeres, desde luego, y aunque en términos generales fuera una expresión minoritaria, el hecho de que la prensa también les otorgara un espacio de visibilidad basta para argumentar en contra de la idea de que la relación de las artistas mujeres con la prensa fue solo una relación de objetivización. Hay que tener además en cuenta que artistas como Emilia Bertolé, Ana Weiss o Norah Borges tuvieron participación, en distintos momentos de sus

trayectorias, en la definición de algunas características visuales de distintas revistas (Bertolé en las portadas de *Sintonía* o *El Hogar*, Ana Weiss en *La Ilustración Histórica* y a través de la reproducción de sus pinturas, Norah Borges en distintas publicaciones de vanguardia argentinas y españolas, como *Martín Fierro*, *Proa*, *Inicial*, *Valoraciones* y *Sur*, entre otras).

Las revistas reprodujeron además ilustraciones de artistas extranjeras y también locales (por ejemplo Silvina Ocampo, Lucrecia Moyano o María Rosa Oliver en *El Almanaque de la Mujer*, *La Nación Magazine*, *La Novela Semanal*, *Augusta*), donde ellas ensayaron apropiaciones de los estilos modernos que les permitieron introducir otras inflexiones en la representación del cuerpo femenino. Pienso aquí, por ejemplo, en los bustos de mujeres de mirada triste y ausente de Silvina Ocampo y Norah Borges (Fig. 52), o en los croquis de Lucrecia Moyano y también Ocampo que investigan el impacto del movimiento en el cuerpo femenino, y no la belleza abstracta de sus partes (Fig. 53).²⁰⁹

Con todo, y como cabe esperar si asumimos que las artistas mujeres fueron participantes de su época, y en cuanto tales participaron también de los modos de representación de su época, muchas de las obras firmadas por mujeres que reprodujeron las revistas reiteran la mirada objetivizante y convencional sobre las mujeres que hasta aquí identificamos como mirada masculina.²¹⁰ Las tapas de Emilia Bertolé para *Sintonía*, hechas unos años después del período que aborda esta tesis, y que enfatizan la sensualidad de los labios y ojos femeninos, son ejemplo de ello y recuerdan que el carácter espectacular de las mujeres permeó no solo su presencia en el espacio público sino también sus formas de aparición en las propias revistas. Desde este punto de vista creo justo considerar que la *visibilidad* —que tanto fomentaba justamente el argumento moral sobre la legitimidad de esa presencia, y que establecía una paradoja respecto de la idea de privacidad como algo femenino— fue la condición paradigmática de las mujeres tal como las representaban las revistas, y con esto me refiero también, aunque sepamos que hubo excepciones, a las representaciones hechas por mujeres. En la próxima sección, por eso mismo, dirigiré mi atención hacia otro tipo de espacio sobre el que se desplegó esa visibilidad en la prensa ilustrada: la superficie del espacio visual, el espacio gráfico y el espacio pictórico.

3. Espacio visual, espacio gráfico y espacio pictórico

Independientemente de los matices que tuvo la circulación real de mujeres en el espacio público y privado, y que las revistas ilustradas representaron de diferentes maneras, las mujeres

²⁰⁹ Un análisis más detallado de estas intervenciones en Ariza, “Mujeres del arte. Dilematismo, profesionalización y modernidad en las primeras décadas del siglo XX en Argentina”, *cit.*

²¹⁰ Es importante no esencializar estas miradas y no adjudicar automáticamente a las mujeres otra forma de autorrepresentarse. Sobre esta forma de mirar como parte del proceso de socialización de las mujeres como mujeres, véase entre otros el texto clásico de John Berger, *Ways of Seeing*, Londres, Penguin/BBC, 1972.

ganaron una visibilidad creciente en esos espacios a través de las revistas ilustradas. Dicho de otro modo, las mujeres habitaron el espacio público y privado en distintos niveles, y aun si su presencia real estuvo sujeta a consideraciones de clase y moral que modularon sus patrones de circulación y la representación de esos patrones, su presencia en imagen—independiente de su movilidad efectiva— resultó no solo innegable sino que incluso devino, por su ubicuidad y extensividad, una de las características salientes de la cultura del período.

Partiendo de esta premisa, las mujeres como imagen desplegada en el espacio son el tema de la presente sección en varios sentidos. Por un lado analizaremos su presencia en el espacio visual urbano y el modo en que las revistas, en cuanto soporte de imágenes bidimensionales de mujeres, contribuyeron a hacer de ellas un elemento visual innegable, pero también novedoso, de la experiencia cotidiana de la ciudad moderna. Por otro lado, nos detendremos sobre el espacio gráfico, es decir la superficie sobre la que interactúan imágenes, tipografías y elementos decorativos dentro de las revistas, para analizar cómo funcionaron todos esos aspectos solidariamente a la hora de crear sentido acerca de las mujeres. Por último, nos ocuparemos de algunas representaciones en las que el espacio pictórico, o sea la forma en que se representó el espacio tridimensional en dos dimensiones, comunicó también sentidos a propósito de las mujeres. Mi hipótesis es que estos tres tipos de espacios, que tienen en común el despliegue visual sobre distintas superficies, actuaron de manera acumulativa y yuxtapuesta y ayudaron de un modo específico a vehiculizar ideas sobre el espacio social de las mujeres.

3.1 *El espacio visual: la “conquista” femenina del espacio público a través de las imágenes*

Si entendemos el espacio visual como la suma de los estímulos visuales captados por el ojo en su desplazamiento, es indudable que esos estímulos, entre los cuales se cuentan las imágenes con representaciones de mujeres, se acrecentaron enormemente en el paso de un siglo a otro. Este acrecentamiento dependió, por supuesto, de la transformación radical que se operó en la cultura visual del período a partir de la industrialización de las técnicas de impresión y de reproducción de imágenes, un avance cuyo origen debemos localizar, como recuerda Sandra Szir, no solo en la dinámica interna de la tecnología, que de todos modos fue crucial, sino sobre todo en las exigencias planteadas por la modernidad a la vida social. En sus palabras, “A fines del siglo XIX, un contexto histórico en transformación—en el cual se activaron nuevas prácticas sociales y culturales, nuevos discursos políticos y científicos, y se constituyeron condiciones institucionales y económicas inéditas— produjo condiciones de posibilidad para nuevas modalidades de representación y percepción visual. Las mutaciones tecnológicas en el campo de la impresión y en particular las nuevas técnicas de reproducción de imágenes sostuvieron una activa participación en todo el proceso de masificación de la cultura visual. Si bien deben ser rechazadas las narrativas

de progresión lineales en relación con las explicaciones puramente tecnológicas, el fenómeno no puede ser considerado sin tomar en cuenta el factor técnico, ya que éste interviene intensamente en la conformación de modelos de percepción y visualización”.²¹¹

Szir apunta además que la acentuación del interés en lo visual y la visión respondió a las transformaciones políticas, económicas y sociales experimentadas por las sociedades occidentales modernas en especial durante el siglo XIX. Retomando algunas perspectivas clásicas sobre el tema (Michel Foucault, Guy Debord), señala que entre estas transformaciones se contaron la ampliación de los Estados, que necesitaron nuevas formas de vigilancia de los sujetos, o la emergencia de la sociedad de consumo, que impuso la progresiva espectacularización de la vida cotidiana, con el consecuente crecimiento en importancia de las imágenes, que pasaron a mediar las relaciones y las experiencias sociales. A estas razones ha de sumarse, en relación específica con la intensificación de representaciones visuales de mujeres, los cambios en las relaciones de género, en la concepción del “lugar de las mujeres”, y en la creciente importancia de lo espectacular para la definición de la feminidad, un proceso que tuvo lugar entre un siglo y otro y que generó adaptaciones y reacciones diversas, también en el contexto local, de las que precisamente son síntoma (antes que descripción) las representaciones visuales y textuales del período.

En conjunto con otros soportes como los libros, los afiches, los envoltorios o etiquetas de distintos productos, la cartelería, la publicidad urbana o las vidrieras, las revistas ilustradas contribuyeron a poblar distintos espacios, públicos y privados, con representaciones de mujeres. Como nunca antes, y en solidaridad con una creciente importancia de lo visible en general y de la visibilidad femenina en particular como índice de feminidad moderna, las imágenes bidimensionales de mujeres conquistaron el espacio visual y convirtieron al cuerpo femenino en una presencia constante de la experiencia cotidiana aun antes de que las mujeres circularan con libertad comparable en todo tipo de espacios.

Paula Bontempo ha recuperado en su tesis de doctorado sobre las revistas de la editorial *Atlántida* algunas fotografías conservadas en el Archivo General de la Nación en las que es posible apreciar el carácter visual de la Buenos Aires moderna, donde los espacios de circulación se encontraron, de forma novedosa, modulados por carteles, publicaciones ilustradas, afiches y otros materiales gráficos que indudablemente estaban modificando la experiencia del espacio urbano. Lo mismo sugieren también algunas ilustraciones en revistas diversas en las que se enfatiza la dimensión visual que habían adquirido las superficies de la ciudad (Fig. 54 a-c), o incluso otras fotografías que demuestran la penetración de las

²¹¹ Szir, *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas...*, *op. cit.*, p. 83.

imágenes en la vida cotidiana, como aquella del espacio interior de un rancho de inmigrantes de fin de siglo cuyas paredes se encuentran tapizadas de estampas y recortes de revistas.²¹²

Una de las fotografías sobre la que Bontempo se detiene especialmente muestra un quiosco de diarios alrededor del cual se exhiben numerosas publicaciones. Llama la atención que la mayor parte de las portadas de estas publicaciones representan cuerpos de mujeres, una demostración visual de la estadística que surge, asimismo, del relevamiento de las revistas ilustradas del período, de las que aproximadamente el 60% (redondeando el promedio hacia abajo) lleva en sus portadas la imagen de una mujer. Este tipo de evidencias sugieren que al hablar de la importancia creciente de la información visual y de la transformación del espacio cotidiano en un espacio eminentemente visual no es posible obviar el hecho de que gran parte de esa visualidad dependió de representaciones de mujeres, o dicho de otro modo, que las representaciones de mujeres fueron el “contenido” de una parte importantísima de la información que conquistó y transformó el espacio visual del período.²¹³ A modo de ejemplo basta apuntar, por ahora, que las reproducciones que ofrecían las revistas como regalos a sus lectores, las portadas de diversos catálogos de productos, o las imágenes con las que se promocionaban los cuatro volúmenes de la editorial Labor sobre museos de Europa, por mencionar solo algunos casos, dependían todos de representaciones de cuerpos de mujeres (Fig. 55). Las mujeres, indudablemente, habían conquistado el espacio visual. Pero ¿en qué condiciones tuvo lugar esa “conquista” y qué significó realmente?

Varias veces a lo largo de este texto he argumentado que la visibilidad exacerbada que adquirieron las representaciones de mujeres en las revistas ilustradas durante las primeras décadas del siglo XX, al tiempo que refería indirectamente a los cambios que estaban teniendo lugar en la vida de las mujeres, resultó funcional a la propia expansión de las revistas, que encontraron en las imágenes de mujeres no solo una forma de generar la identificación de un lectorado femenino en crecimiento sino de atraer la mirada de todo tipo de lectores. La presencia de representaciones de mujeres en el espacio visual desplegada por las revistas ilustradas puede entenderse, en esta línea de argumentación, como una estrategia más o menos articulada para incitar el consumo tanto de revistas como de los objetos que estas

²¹² “Rancho de inmigrantes”, c. 1890, Archivo Witcomb, inventario n° 1448, Archivo General de la Nación, reproducida en Luis Priamo, “Fotografía y vida privada (1870-1930)”, en Devoto y Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, vol. 2, *op. cit.*, pp. 275-299, foto en p. 289.

²¹³ El contenido y, podría argumentarse, también la forma, si damos por válida las metáforas finiseculares que representaban la cultura de masas como mujer, bien analizadas por Andreas Huyssen en *After the Great Divide. Modernism, Mass Culture, Postmodernism*, Bloomington e Indianápolis, Indiana University Press, 1986, pp. 44-62. Según Huyssen, a fines del siglo XIX algunas características asociadas a lo femenino se utilizaron con sentido peyorativo para nombrar distintas expresiones de la cultura de masas como los folletines y las revistas populares. La presencia insistente de representaciones de mujeres en las portadas de las revistas ilustradas se enlaza con esta misma percepción de lo masivo como femenino, que se opone a la exclusividad individualista y masculina del modernismo y ubica a las mujeres en un lugar preciso de la producción cultural, asociándolas más al consumo que a la producción, al placer barato que a la calidad.

promocionaban en sus avisos, según sugiere una portada de *Mundial* titulada “Mundial y sus avisadores”, ilustrada con una fotografía del departamento de expediciones de la revista en la que se ven pilas de ejemplares que reproducen en serie el cuerpo de una mujer (Fig. 56).

En ese sentido literal, las representaciones femeninas cumplieron la función característica de asociar el significado “venta” al signo “mujer”, una operación a la que nos hemos referido ya suficientemente, y que ilustran de forma cabal, por ejemplo, las portadas de revistas de ficción erótica como *La Novela Picaresca* (Fig. 57 a y b), que llevaban al extremo esta explotación del cuerpo femenino y exhibían cuerpos femeninos desnudos o semidesnudos para atraer a los lectores, lo que también sugiere un espacio visual fragmentado y recorrido de forma no homogénea por las miradas de hombres y mujeres.

Como señalaron los más tempranos análisis feministas del acto de visión, la asociación de la idea de venta al cuerpo femenino estuvo ligada, asimismo, a la proposición de ese cuerpo como objeto y no sujeto, una posición también característica que encontramos representada en miles de imágenes, empezando por aquellas ya mencionadas en las que las mujeres aparecen como objeto de admiración equiparable a una obra de arte. Este tema tiene un correlato claro en muchas otras ilustraciones que representan a mujeres en la ciudad o a mujeres en situaciones de exhibición pública en las que las figuras femeninas aparecen congeladas en su posición de centro de todas las miradas (Fig. 58 a y b). Resulta obvio aclarar que tales representaciones posicionan a los hombres como sujetos de la mirada y a las mujeres como espectáculo, una economía visual que ha sido fértilmente puesta de manifiesto por las historiadoras feministas del arte y cuya presencia en nuestro medio solo cumpla aquí en verificar, sin mayores sorpresas.

En un sentido más abstracto, aunque también en relación con la reconfiguración de las relaciones de género en el período, me pregunto si el incremento en representaciones bidimensionales de mujeres en el espacio visual, su reiteración, su conversión en objeto, la fragmentación de sus cuerpos en partes, la insistencia sobre su disponibilidad indiscriminada a la mirada y el carácter superficial de las imágenes no fomentaron el establecimiento de un nuevo tipo de relación social entre hombres y mujeres en la que la visibilidad de las mujeres pasó a validar su apropiación por parte de los hombres. Es decir, en la que visibilidad comenzó a volverse equivalente a disponibilidad, y en la que la visión como forma primaria de apropiación quizás dio paso a la validación social de otro tipo de apropiaciones, consolidándose de ese modo, en un contexto en el que los discursos parecían celebrar la emancipación de las mujeres, un nuevo dispositivo de sujeción que, bien mirado y aun con variaciones, es hasta hoy operativo.

Es interesante por eso detenerse en las cualidades superficiales de las imágenes de mujeres que conquistaron el espacio visual, y enfatizar el tipo de relación que se establece al mirar un cuerpo fragmentado de mujer convertido en superficie, reiterado una cantidad de veces en el espacio tridimensional y ofrecido a la venta. El tipo de fascinación que ejerce sobre

el espectador un estímulo visual de esta naturaleza se acerca al placer visual que identificó como “magia” característica del cine el texto clásico de Laura Mulvey “El placer visual y el cine narrativo”.²¹⁴ Allí sugirió que el cine narrativo convencional, al predisponer al espectador a establecer una relación escopofílica con la imagen femenina, propone una mirada controladora sobre esa imagen que extrae placer de convertirla en un objeto (erótico), y que se suma al que produce, contemporáneamente, la identificación con la imagen del yo ideal que ofrece la pantalla, una identificación de tipo narcisista.

Esas relaciones que el espectador establece específicamente con la imagen femenina son facilitadas por la suspensión de la narración que se produce en los momentos de exhibición del cuerpo femenino que, más aún, se exhibe fragmentado, ofreciendo “la cualidad de un recorte o un ícono, más que verosimilitud”,²¹⁵ mientras que el papel masculino se propone en cambio como el factor activo que hace avanzar el argumento, que se mueve libremente en el espacio y que porta la mirada del espectador. Mulvey lleva este análisis más lejos al apuntar que la figura femenina no solo funciona como objeto erótico sino que, porque connota la diferencia sexual, se convierte en una fuente de ansiedad que el cine resuelve de dos modos, ya desmitificando su misterio a partir de una operación voyeurista y subyugándola como portadora de culpa, ya convirtiéndola en fetiche, es decir, acentuando la belleza física de partes de su cuerpo y proponiéndola como un objeto satisfactorio en sí mismo. La escopofilia fetichista resultante, dice Mulvey, puede prescindir tanto de la narración como de la ilusión de profundidad de la pantalla porque la fuente de placer y redención del espectador reside solamente en la visión del cuerpo femenino fragmentado sobre una superficie.

Griselda Pollock, que en uno de los capítulos de su influyente *Visión y diferencia* vinculó una serie de retratos femeninos del pintor prerrafaelita Dante Gabriel Rossetti con el análisis de Mulvey, ha sugerido que “existe un vínculo estructural entre el surgimiento a mediados del siglo XIX de una convención pictórica de representación que produjo a la mujer como ícono en un ‘marco congelado’ y la inserción en el cine narrativo de íconos atemporales” y que “la visualización de fotografías fijas o de pinturas enmarcadas puede lograr una estructura similar”²¹⁶ a la requerida por el cine para organizar esa relación del espectador con la imagen femenina. Aun si las condiciones de visualización que propusieron las revistas fueron diferentes, el vínculo que establece Pollock permite pensar entonces el funcionamiento de las representaciones de mujeres desplegadas en el espacio visual por las revistas ilustradas en línea con este mismo argumento; comprender las cualidades formales de esas representaciones, a

²¹⁴ “El placer visual y el cine narrativo” [1975], en Karen Cordero Reiman e Inda Sáenz (comp.), *Crítica feminista en la teoría e historia del arte*, México D.F., Universidad Iberoamericana/Universidad Nacional Autónoma de México, 2007.

²¹⁵ *Ibidem*, p. 87.

²¹⁶ Pollock, *Visión y diferencia*, *op. cit.*, p. 262, nota 59.

título hipotético —aunque resulte incontestable— como expresión, al igual que el cine o los retratos pictóricos del siglo XIX, del inconsciente patriarcal que necesita desmembrar, aplanar, embellecer y reproducir sin cesar el cuerpo femenino para administrar la amenaza que representan las mujeres, en cuanto diferencia, a la supremacía masculina. ¿En qué medida esto es visible en las representaciones que pusieron en circulación nuestras revistas? ¿Y cómo colaboró el espacio gráfico en su conjunto a estos fines?

3.2 El espacio gráfico: una forma de encuadrar a las mujeres

A lo largo de los capítulos de esta tesis me he referido a los distintos tipos de imágenes, además de los textos, en los que aparecieron representaciones de mujeres en las páginas de las revistas: reproducciones de obras artísticas, fotografías e ilustraciones que protagonizaron avisos, crónicas, secciones gráficas y humorísticas. Los he tomado como ejemplos individuales de los distintos matices que modularon los discursos puestos en circulación por las revistas ilustradas acerca de las mujeres y que distintas representaciones comunicaron con eficacia. Pero es importante no olvidar que una revista, en cuanto soporte de discursos y representaciones, no se lee separando cada imagen y cada texto del conjunto que los contiene, sino que por el contrario imágenes y textos actúan en forma simultánea y acumulativa, no lineal, una página sumada a otra en orden azaroso, y que el sentido global de la experiencia de lectura, más allá de los contenidos puntuales de una imagen o un artículo, se configura a partir de esa acumulación de contenidos visuales y textuales que posiblemente cada lector organiza de acuerdo a jerarquías mentales propias, hasta cierto punto compartidas con la cultura de su tiempo, y de acuerdo a las jerarquías que sugieren los propios estímulos visuales y textuales, la materialidad, las formas y colores. Cuando hablo de espacio gráfico me refiero, precisamente, a ese conjunto de estímulos que se despliegan sobre la superficie de las páginas de las revistas y que funcionan en solidaridad unos con otros para crear sentido. ¿Qué sentido crearon los espacios gráficos de las revistas del período a propósito de las mujeres, más allá de las variaciones particulares de cada representación?

En concordancia con la hipótesis expresada al final del último apartado, sugiero que varias operaciones actuaron en conjunto a lo largo de todo el período para significar —y a su vez conjurar— la diferencia radical de las mujeres. Entre esas operaciones están la reiteración de fragmentos de cuerpos femeninos sobre la superficie gráfica y la utilización de recursos plásticos para embellecer esos fragmentos de acuerdo al canon que (según hemos visto en el primer capítulo) las propias revistas contribuyeron, en solidaridad con el imaginario artístico, a consolidar como belleza femenina, por ejemplo, la insistencia sobre el brillo de la piel y el pelo, o sobre la esbeltez de una extremidad o una cintura. También la asociación de esos fragmentos embellecidos con materialidades más suntuosas que las utilizadas para otras representaciones —el papel ilustración y

las tintas a color—, y la reiteración de determinados signos al presentar esas representaciones sobre la página, como tipografías recargadas, filetes, marcos y ornamentos (Fig. 59 a-d).²¹⁷

Desde este punto de vista, la tendencia obsesiva del período a representar fragmentos del cuerpo femenino dentro de marcos que señalan a esas representaciones como imagen, que las diferencian de otras representaciones; el cuidado intensivo de los detalles que aseguran la *belleza* de la imagen, su *valor de exhibición* respecto de otros contenidos (a lo que contribuye también el título de “galería” que se otorga a algunas secciones de retratos); o la insistencia sobre determinados patrones de representación del cuerpo femenino, pueden ser entendidos, con Mulvey y con Pollock, como formas de administrar las ansiedades provocadas por “la mujer” como signo en un contexto en que las relaciones entre los géneros cambiaban, en que la lucha por los derechos de las mujeres como sujetos históricos ganaba más visibilidad, y en que la masculinidad, en este contexto de transformaciones, comenzaba también a definirse a partir de nuevas características.

Es posible que la visibilidad extraordinaria que adquirió el cuerpo femenino en este período, en parte gracias a las imágenes de las revistas, fuera un modo de exorcizar esas ansiedades. Ya que al disponer a la vista obsesivamente imágenes de “la mujer”, se aplanaba a los sujetos históricos mujeres, se tipificaban sus características corporales, y la visibilidad se proponía como su condición primaria de existencia. Recordemos también que las metáforas de visibilidad son comúnmente utilizadas para administrar lo conocido; todo lo traído a la vista se vuelve, de algún modo, controlable. Hablo aquí, claro está, de un efecto de sentido, no de un discurso articulado, y lo que pretendo es sobre todo dirigir la atención hacia el servicio ideológico que prestan los elementos en apariencia neutrales que conforman el espacio gráfico, como la ornamentación, el color o el papel, al confinamiento de las mujeres —sujetos históricos y tridimensionales— a la condición visible de la superficie bidimensional de la página de una revista.

Hay múltiples ejemplos de esto en las revistas que estudiamos. El encanto inescapable de la mujer convertida en superficie visual sobre la que se invita al ojo a recrearse es, por caso, puesta de manifiesto en una página de la revista *Plus Ultra* en la que tres cuartos de la superficie vertical se halla ocupada por la fotografía de una mujer sin nombre, de pie, que estira sus brazos en cruz, perpendiculares al cuerpo, para desplegar la tela, generosa en metros, que conforma su vestido (Fig. 60). Gran parte del espacio de la fotografía aparece ocupado por la tela desplegada; el cuerpo de la mujer, de pecho casi liso, que ocupa el centro de la imagen, se funde con el resto de la superficie invadida por la tela. La distancia, que permite retratar a la

²¹⁷ Sobre esta operación y el culto a las imágenes femeninas en el siglo XIX, Stéphane Michaud, “Idolatrías: representaciones artísticas y literarias”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres*, tomo 7, *op. cit.*, pp. 135-157; también Bram Dijkstra, *Ídolos de perversidad. La imagen de la mujer en la cultura de fin de siglo*, Barcelona, Debate, 1994.

mujer de cuerpo entero, quita importancia a la expresión del rostro y con ella a la mujer como sujeto; el resto del espacio es apenas visible. La fotografía aparece enmarcada en un borde de tinta color gris, con detalles de color naranja, que a los lados remeda una moldura arquitectónica y en la parte superior e inferior se ensancha y forma un arabesco. El marco, que semeja un portarretratos,²¹⁸ contiene la expansión del gesto de la mujer de la fotografía, le impone un límite preciso. El tamaño de la imagen es lo suficientemente impactante como para obligar al ojo a detenerse a examinar lo que con tanto cuidado se le ofrece. A su lado, un largo texto pone en palabras lo que el ojo ya advirtió de manera intuitiva: la fascinación que ejerce el cuerpo femenino convertido en superficie.

El bienestar, señora, es la armonía del ser con su ambiente. (...)

El tenuísimo y rico género que, escondiéndolas, deja imaginar las líneas del cuerpo juvenil, la cascada de flecos o el vaporoso vuelo de encajes, las copiosas y centelleantes incrustaciones o el ribete de finísima cinta. (...)

¿Queréis, señora, este impalpable crêpe de chine, enemigo de todo adorno?

¿Queréis esta túnica suelta de crêpe verde, terminada por altísimo volado y toda ribeteada de verde oscuro? Pareceréis haber robado a la primavera su primer atavío.

¿O esta otra túnica de crêpe cyclamen toda bordada de hilos de plata? Recuerda el arroyo que, cantando, baja de la montaña en flor.

En este batón pintarrajeado hay mil flores deshojadas sobre las que flota un tenuísimo velo dorado como ala de mariposa bajo el sol.

Las manos de las hadas parecen haber tejido esta finísima tela de araña que tiene prisioneras tan grandes rosas blancas, para incrustarla en una túnica de crêpe violeta cuya espalda, bastante ancha, cruza en medio adelante, cerrada por un grandísimo broche a mitad del cuerpo (...).

Y el bordado arrojará sobre estas superficies brillosas o sombrías, claras u opacas, sus notas fuertes en contraste, colores apasionados y colores fríos, que harán feérico vuestro atavío.²¹⁹

El texto es rico en imágenes de superficies texturadas: telas, velos, encajes modulados por bordados, ribetes, hilos de plata, incrustaciones. Estas superficies, sugiere el texto, esconden el cuerpo femenino y lo asemejan a superficies naturales que tienen una entidad visual precisa: el verde de las hojas primaverales, el arroyo que baja la montaña, el ala de una mariposa sobre la que pega el sol, una tela de araña. Convertido en superficie, el cuerpo femenino admite la confusión con otro tipo de criaturas, como las hadas; la operación desplaza la historicidad y materialidad de la presencia y acentúa, en cambio, el carácter inmaterial, irreal de la imagen. Esto coincide con lo que propone la misma puesta en página de la fotografía, encerrada dentro del importante marco y, dentro de la representación, compuesta de tal manera que la mujer fotografiada aparece aplanada, desindividualizada, escondida por la superficie de la

²¹⁸ El marco cumple la función de señalar a la figura como espectáculo. Véase Higonnet, "Mujeres e imágenes. Representaciones", en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres en Occidente*, tomo 7, *op. cit.*, p. 303.

²¹⁹ "Una tarde en casa", *Plus Ultra*, año 9, n° 96, abril de 1924.

tela. La pregnancia de esta imagen es apuntalada por todos los demás elementos que la rodean; el espacio gráfico actúa en conjunto para confirmar esa pregnancia. La página es un ejemplo claro de los elementos solidarios que intervienen, aun tratándose de la fotografía de una mujer de carne y hueso, para crear una representación de “la mujer” en la que se han desplazado las indicaciones de individualidad, corporeidad, presencia, agencia y se ha destacado, en cambio, el encanto visual de ese cuerpo convertido en superficie.

El ejemplo sirve también para recordar que muchas de las representaciones de mujeres que reprodujeron las revistas ilustradas no son representaciones de mujeres individuales sino representaciones genéricas de “la mujer”, una ley que se cumple aun en los retratos fotográficos de estudio, como hemos visto en el segundo capítulo, en los que la composición general contribuye a subrayar la idea abstracta de “mujer” —con las connotaciones que hemos analizado— antes que la individualidad de las retratadas. Pero la operación es, desde luego, mucho más aparente en ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, en las que los recursos plásticos pueden ser manipulados de modo más versátil para acentuar la idea de belleza superficial, y en las que no existe referente real al que las imágenes estén sujetas. La asociación, más aún, de las ilustraciones con títulos como “Tentación”, “Figuritas” o “Bibelot” (Fig. 61), como los que usaron por ejemplo las portadas de *La Novela Semanal* o *El Suplemento*, o la insistencia sobre la iconografía de la mujer reflejada en el espejo que analizamos en el primer capítulo, refuerzan la hipótesis de que el énfasis en la representación de las mujeres como imagen, con el que colaboraron todos los elementos del espacio gráfico, fue una forma, por cierto inconsciente, de administrar su participación creciente en la esfera pública y las ansiedades que ese avance generaba. Como veremos en el siguiente apartado, la representación del espacio pictórico colaboró de modo crucial en este esfuerzo.

3.3 *Los recursos de construcción del espacio pictórico y su relación con el espacio social de las mujeres*

Sería un despropósito asumir que todas las representaciones de mujeres que reprodujeron las revistas ilustradas compartieron un mismo tipo de construcción del espacio pictórico, un concepto que utilizaré para referirme al espacio propio de la representación, aquel en el que se ubicó a las figuras de mujeres. Desde luego que en las imágenes de que nos ocupamos convivieron muy distintas formas de representar el espacio, algunas de ellas heredadas de los sistemas perspectivos perfeccionados desde el Renacimiento, otras en deuda con las experimentaciones y distorsiones desarrolladas por distintas corrientes de la pintura moderna, desde el siglo XIX en adelante, que llevaron a una revalorización de la superficie pictórica. En este punto mi intención, más allá de esta evidencia de diversidad en las formas de sugerir la tridimensionalidad sobre un plano (y de la evidencia de que, por supuesto, existieron

numerosas representaciones donde el espacio se construía de modo convencional), es apuntar dos cuestiones relativas al argumento que vengo desarrollando: por un lado, el hecho de que el espacio pictórico, y en especial la tendencia a comprimirlo, sobre todo en imágenes que hacían uso de estilos modernos, fue un aliado fundamental en la proposición de las mujeres como imagen; por el otro, que el borramiento de los indicadores espaciales en muchas representaciones de mujeres tuvo también un efecto de sentido sobre esas representaciones.

Estos dos aspectos están relacionados entre sí. La adopción de estilos modernos en las ilustraciones que reprodujeron las revistas ilustradas, como vimos en el capítulo anterior, acompañó la expansión de las revistas como producto comercial y en los años veinte ya había invadido prácticamente todas las publicaciones. Aunque las revistas seguían reproduciendo grabados confeccionados muchas décadas antes, la síntesis y la geometrización y aplanamiento de las formas se impusieron en las ilustraciones, e incluso en algunas fotografías, como recursos plásticos para connotar lo moderno. Tanto las representaciones de mujeres como las de hombres, y en general todas las imágenes figurativas, estuvieron sujetas, desde ya, a esas transformaciones en las formas de representar los cuerpos y los objetos. Sin embargo, dado que en términos cuantitativos las representaciones de mujeres fueron más numerosas, que las imágenes protagonizadas por mujeres ocuparon espacios en general más vistosos (como demuestran las portadas de todo tipo de revistas), y que la idea de modernidad estuvo tan vinculada a la figura femenina, es posible argumentar que las nuevas formas de representar el espacio impactaron de manera más visible en las representaciones femeninas que en otro tipo de representaciones.

Por otro lado, la adopción de estilos de ilustración modernos calzó con la tendencia, que ya se verificaba en imágenes de tipo más naturalista, a comprimir el espacio en el que se representaba a las figuras femeninas. La conjunción de ambos factores (el estilo y la tendencia a comprimir) tuvo el efecto de subrayar el carácter superficial de la representación y de generar una idea de restricción espacial que podemos considerar más significativa —por su volumen— en el caso de las representaciones de mujeres que en el caso de las representaciones de hombres. Incluso si no usaban recursos modernos, imágenes que representaban a mujeres en espacios interiores utilizaban aquel procedimiento de eliminación de indicadores de tridimensionalidad, como la escena de Vidal Quera que ilustraba un texto de ficción en el que una hija arrepentida llora sobre el regazo de su madre, sentada sobre un sofá arrinconado contra una pared y cuyo estampado plano genera la sensación de que el sofá no tiene asiento, tal como ocurre también, por ejemplo, en otra portada en *El Hogar* (Fig. 62 a y b);²²⁰ o en otra formulación, como sucede en numerosas portadas que representan cabezas de mujeres comprimidas contra un fondo de color plano (Fig. 63 a-c).

²²⁰ La pieza de ficción que esta ilustración acompañaba se llamaba, irónicamente, “La mujer de mundo”. Era un texto de Raúl Casariego. *El Suplemento*, año 3, n° 25, marzo de 1922.

Lo que permitió el estilo moderno fue acentuar aún más esa compresión espacial tan característica de las representaciones de mujeres de mediados de los años veinte en adelante, y facilitar con ella la idea de que la condición de existencia de las mujeres era la de la imagen. La asociación entre superficialidad y frivolidad se establecía así de manera directa, y aparecía todavía más clara en las representaciones que combinaban la compresión espacial con el motivo de la mujer ante el espejo, como una de las portadas de *Femenil* de 1926 que representaba a una mujer de perfil, contra una cortina cerrada de estampado geométrico y ante un espejo sin reflexión (Fig. 64), o una ilustración de *Vogue*, también de Vidal Quera, en la que una figura femenina de cuerpo entero, resuelta con algunas líneas y sin sugerencia de volumen, se representaba parada delante de un espejo colgado contra un fondo neutro y que solo reflejaba la parte inferior de su cuerpo y no el espacio que contenía a la figura (Fig. 65).

Pero esta forma de representar el espacio donde circulaban las figuras femeninas no se limitó a los interiores. También en la representación de exteriores las ilustraciones privilegiaron la compresión y/o la distorsión de escalas (Fig. 66 a y b), lo que en más de una ocasión genera la sensación de que las figuras están atrapadas entre un fondo muy próximo al plano de la imagen y la superficie del papel, como aquella en *El Suplemento* (Fig. 67) en la que dos mujeres aparecen sentadas de piernas cruzadas sobre apenas una línea trazada contra un fondo gris que cambia a negro, en ligera sugerencia de horizonte, solo interrumpida por una rama de árbol que cae desde fuera de plano. Aquí las figuras no solo están compactadas contra el fondo sino que, más aún, el fondo en sí no proporciona información alguna acerca de la locación de las mujeres.

Esto nos lleva a la segunda cuestión: el borramiento de los indicadores espaciales, muy recurrente en las imágenes protagonizadas por mujeres. Si prestamos atención especial a los fondos y los escenarios en los que se ubica a las figuras femeninas de una enorme cantidad de representaciones, desde el comienzo hasta el final de nuestro período, impacta la falta de referencias espaciales que permitan localizar a esas figuras en el espacio. El fondo neutro, en conjunto con una inclinación a esfumar una parte del cuerpo, de tal modo que lo visible resulta apenas un fragmento, es un recurso muy utilizado en las publicidades, las secciones de moda y los retratos fotográficos y pictóricos de mujeres (Fig. 68 a-e).

En el segundo capítulo sugerí que el fondo neutro y el efecto de esfumado se utilizaron en los retratos de señoritas para connotar la idea de ahistoricidad que complementaba la proposición de la belleza de las señoritas de la alta sociedad como modelo atemporal de la “belleza argentina”. Me pregunto si, de algún modo, el borramiento de los indicadores espaciales en tantas otras representaciones de mujeres no sirvió a un fin equivalente: deslocalizar a las mujeres para escindirlas del referente aquí y ahora; sacarlas del espacio real —o al menos del espacio real representado— y hacerlas existir, una vez más, exclusivamente sobre la superficie del papel. Por supuesto, como hemos dicho, esto ocurre también en

representaciones masculinas, pero es el volumen de representaciones femeninas lo que impacta diferenciadamente, en términos de sentido, sobre unas y otras.

La fotografía de la actriz y cantante Marie Damia, de cuerpo entero y a página completa, que reprodujo por ejemplo la revista *Elegancias* en uno de sus números de 1913, la muestra recortada contra un fondo acuarelado, blanquecino, que la enmarca y luego se disuelve contra la página blanca (Fig. 69). La fotografía está retocada y pintada, y esto invita a confundirla con una pintura; del cuerpo solo es visible la cabeza y el cuello y la punta de un pie, que emerge de una falda larga. El cuerpo proyecta una sombra tenue sobre el fondo acuarelado, una sombra cercana que sugiere que el fondo está apenas detrás de la figura. La actriz flota en el espacio. Gracias al epígrafe sabemos de quién se trata, pero no hay un solo elemento que sugiera dónde se encuentra la figura, ni mucho menos que se trata de una mujer que ejerce una profesión. Sí sabemos, en cambio, que su oficio es el espectáculo, porque toda la composición de la imagen apunta a informarnos solo eso: que la figura está allí para ser mirada.

La abstracción de los fondos y la deslocalización de las figuras femeninas es recurrente, también, en las publicidades de vestimenta y en las secciones de moda ilustradas con figurines, que si tradicionalmente aparecían recortados contra el fondo blanco de la página, hacia fines de los años veinte comenzaron a ubicarse sobre fondos de colores planos y formas geométricas que contribuían a separar las imágenes de cualquier referente espacial real. La planitud de las tramas de las telas estampadas dispuestas sobre cuerpos sin volumen subrayaron todavía más el carácter superficial, eminentemente visual, del cuerpo femenino, y aun algunas fotografías de moda ensayaron esta abstracción del cuerpo —por ejemplo vistiéndolo en una tela similar a la de un fondo, como en una producción de *Femenil*— que tendía a extraerlo del mundo de los referentes reales y a ponerlo, en cambio, en el plano de la pura visualidad (Fig. 70 a-d).

Es importante volver a señalar, con todo, que estos recursos de construcción del espacio fueron compartidos por muchas representaciones masculinas. Basta hojear cualquier revista de los años veinte para comprobar que la tendencia a la abstracción, el sfumado o la imprecisión en términos de locación están presentes en muchas imágenes que representan también a hombres. ¿Por qué insistir, entonces, en interpretar de dos maneras diferentes el significado de estos recursos? ¿Existen diferencias visibles entre unas y otras formas de sugerir la relación de hombres y mujeres con el espacio? ¿Es posible extraer alguna conclusión de esas diferencias? Las revistas ilustradas son, después de todo, fuentes extraordinariamente versátiles, capaces de proporcionar argumentos válidos para sostener hipótesis muy diversas. Es posible encontrar, sin mayor esfuerzo, imágenes protagonizadas por hombres que quitan fuerza a la idea de que la compresión espacial y el borramiento de los indicadores espaciales contribuyen a sugerir que la forma de existencia de las mujeres es visual, superficial, ya que son recursos también presentes en algunas representaciones de hombres (Fig. 71). También es posible tensar

la hipótesis y sostener, en cambio, que las revistas sí muestran diferencias en las formas de representar el espacio donde se figura a hombres y mujeres. Mencionar, como uno entre otros ejemplos, una de las secciones gráficas de un número de *Atlántida* que reúne fotografías donde se retrata a distintos obreros realizando tareas diversas en una fábrica de cigarros, en la que las fotografías que representan a hombres los ubican en locaciones más espaciales, que en ellas es posible medir los movimientos de los obreros, que esto sugiere un rango de acción amplio y que, en cambio, la única fotografía (entre seis) que representa a obreras las retrata dentro de un espacio muy pequeño y enmarcadas, a diferencia de las fotografías de formato rectangular de los obreros, en un óvalo que invisibiliza aún más el espacio donde ellas se encuentran (Fig. 72).

Pero esta confrontación no necesariamente dirime la validez de la hipótesis. El dato que sí propongo como relevante, en cambio, es que las representaciones de mujeres en las revistas ilustradas sobrepasan en mucho las representaciones de hombres: en las revistas virtualmente no existen secciones para hombres, y en cambio sí existen secciones para mujeres (que promueven representaciones de mujeres); las secciones de moda rara vez representan a hombres; las publicidades, con independencia del producto publicitado, utilizan figuras femeninas en muchos más casos que figuras de hombres; aunque desde luego hay retratos de personalidades destacadas, las secciones de “bellezas femeninas” (sea de debutantes o de actrices) no tienen equivalente en masculino; no existen, entre otras cosas, algo así como concursos de belleza masculina que se promocionen con fotografías de mujeres; las viñetas humorísticas están protagonizadas, por lo general, por figuras de ambos sexos, aunque son mayoritarias las protagonizadas por mujeres. Es decir que, aun si las representaciones de hombres tienden a borrar el espacio del mismo modo que las representaciones de mujeres, la diferencia está localizada en la abrumadora cantidad de representaciones de mujeres en las que ese espacio está comprimido o anulado, y que impacta no en una imagen individual sino en su reiteración de imagen a imagen.

La planitud, la compresión del espacio y la distorsión de las escalas y relaciones entre objetos también pueden ser entendidas en otros sentidos. En una obra dedicada a la pintora Mary Cassatt, Griselda Pollock estableció, por ejemplo, una homología entre la compresión del espacio pictórico de algunas pinturas de la artista y el confinamiento de las mujeres dentro de las normas burguesas.²²¹ Es una idea atractiva por su simpleza, difícil de demostrar, que la propia Pollock desestimó en su posterior *Visión y diferencia*, donde argumentó, con mayor sofisticación y generalidad, que los espacios sociales desde los cuales se crean las representaciones tienen efectos sobre los espacios *de* la representación en el sentido de que estos pueden expresar el modo como el espacio se vive en términos subjetivos, como sucede por ejemplo en obras de

²²¹ Pollock, *Mary Cassatt*, Londres, Jupiter Books, 1980. Algunas de las ideas reaparecen en el capítulo “Modernidad y espacios de la feminidad”, en *Visión y diferencia*, *op. cit.*

Van Gogh, Cézanne o la propia Cassatt. La interpretación de Pollock coincide con la que T. J. Clark hiciera de *Un bar aux Folies-Bergère*, de Édouard Manet, una obra en la que, según él, la planitud y el juego con los ángulos de visión suspenden los vínculos convencionales del espectador con la pintura y plantean una serie de incertidumbres respecto de las relaciones entre los objetos y personajes representados, respecto de la posición del espectador en relación con esos objetos y personajes, y respecto de la imagen en cuanto representación de un espacio unitario, dispositivos que, sugiere Clark, es posible que Manet haya considerado adecuados para aludir al carácter fragmentario de determinadas formas sociales.²²²

Estas líneas argumentativas habilitan la idea de que el espacio pictórico de muchas de las representaciones sobre las que me he detenido hasta aquí son en alguna medida expresiones de la redefinición de las relaciones y de los posicionamientos de hombres y mujeres en la sociedad modernizada de las primeras décadas del siglo. Más allá del significado que adjudiquemos a esas construcciones espaciales —y que creo oportuno subrayar que es incontrastable—, el punto a observar es, en todo caso, que las representaciones acusaron el impacto de esa redefinición en proceso y ofrecieron formas —no siempre congruentes entre sí— de entender el “lugar de las mujeres”. Con ellas, las representaciones también hicieron manifiesto el conflicto que ese lugar significaba en varios sentidos, empezando por la importancia que otorgaba a la visibilidad como condición de existencia femenina. Ya que la visibilidad era una cárcel, en tanto y en cuanto apresaba a las mujeres en la superficialidad de la apariencia, y un arma, en tanto las convertía en un actor social más difícil de eludir y, sobre todo, de encasillar en un tipo.

En efecto, por más discursos tipificadores que circularan en las revistas ilustradas, el solo hecho de que en este período, por primera vez en la historia argentina en estos volúmenes, imágenes muy diversas conquistaran el espacio visual significó para las mujeres una disponibilidad inédita de representaciones con las que identificarse y una oportunidad de hacer visible su participación en muy diversas áreas de lo privado y de lo público, además de una oportunidad para ejercer su mirada selectivamente y, desde ese punto de vista, posicionarse de manera novedosa como sujetos de la mirada ante el espectáculo de la vida moderna que ofrecían no solo los espacios públicos sino también, en paralelo, las revistas ilustradas.²²³ ¿Cómo interpelaron esas representaciones a sus receptoras? ¿Cómo se negociaron subjetivamente los desfases entre prácticas y representaciones, entre el imperativo de visibilidad, el encasillamiento que esta implicaba, y el nuevo posicionamiento que prometía? ¿Cómo compensaron las mujeres las restricciones impuestas por los espacios de la feminidad,

²²² Clark, *The Painting of Modern Life*, *op. cit.*, pp. 251-252.

²²³ El paralelo entre la superficie de la ciudad moderna y la de los medios gráficos masivos, y entre la experiencia de la *flânerie* y la experiencia de lectura, ha sido discutido por ejemplo en Peter Fritzsche, *Berlín 1900. Prensa, lectores y vida moderna*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2008 [1996]; Tom Gretton, “Not the *flâneur* again. Reading magazines and living the metropolis around 1880”, *The Invisible Flâneuse...*, *op. cit.*, pp. 92-112.

los patrones de circulación en el espacio físico, la tipificación sugerida por el espacio visual, gráfico y pictórico? La última sección de este capítulo estará finalmente dedicada al problema del “espacio mental” que plantean estas preguntas, es decir el espacio habilitado por la interacción de prácticas y representaciones.

4. El espacio mental

El modo en que las mujeres internalizan los roles de género ha sido motivo de reflexión de la teoría feminista desde sus inicios. Se han elaborado diversas explicaciones de los procesos de aceptación subjetiva de la objetivización a la que se somete a las mujeres; a partir de la incorporación del psicoanálisis al debate, y en especial de la noción de inconsciente “como un punto de resistencia”,²²⁴ esas explicaciones se han vuelto cada vez más sofisticadas y complejas, porque han permitido pensar en la subjetividad femenina como una subjetividad dividida (“reñida consigo misma”, en palabras de Jacqueline Rose)²²⁵ que resiste la objetivización sexual que, al mismo tiempo, acepta como su identidad.

Aunque pienso que los discursos circulados por la prensa ilustrada no son registro directo de esa subjetividad dividida, sí sostengo que las representaciones funcionaron como válvulas de presión de procesos sociales conflictivos y que sus ambigüedades fueron lo que permitió, más allá de los contenidos manifiestos de textos o imágenes, que las mujeres lectoras se apropiaran de muy diversos modos de las identidades que esas representaciones proponían, en un proceso que en sí mismo actuó las tensiones entre internalización y resistencia que han sido objeto de tanto debate y refinamiento dentro de la teoría feminista.

No pretendo hacer aquí una contribución a ese debate, por cierto complejo. Mi intención en este último apartado es más modesta y se limita a registrar algunas de las tensiones visibles entre las identidades femeninas que proponían distintas representaciones y las “realidades” —aunque solo tal como aparecen proyectadas en los discursos puestos en circulación por las revistas ilustradas— de las mujeres que se enfrentaban a esas representaciones, así como poner en evidencia algunas de las distorsiones entre representaciones y prácticas que pueden apreciarse a partir de las mismas revistas, y que, en cierta medida, explican la fuerza interpelativa de estas lecturas y su expansión a lo largo de nuestro período. El objetivo es atisbar las rugosidades del espacio mental compartido por distintas mujeres del período, el margen dentro del cual fue posible actuar e imaginar la feminidad, entre las imposiciones del discurso y la libertad de la experiencia (y viceversa, entre

²²⁴ Teresa de Lauretis, “Sujetos excéntricos: la teoría feminista y la conciencia histórica”, en María C. Cangiano y Lindsay DuBois (comp.), *De mujer a género, teoría, interpretación y práctica feministas en las ciencias sociales*, Buenos Aires, CEAL, 1993, pp. 73-113.

²²⁵ Jacqueline Rose, *Sexuality in the Field of Vision*, Londres y Nueva York, Verso, 2005 [1986], p. 15.

la libertad del discurso y las imposiciones de la experiencia), y hacerlo desde el registro (discursivo, representacional) que ofrecen las revistas.

Si bien no pierdo de vista que no “reflejan” la realidad sino que también ponen en juego representaciones, las cartas de lectores y las secciones de opinión tematizan a veces las distorsiones, pero también las concordancias, entre representaciones y prácticas, y en ese aspecto son un buen punto de partida —válido incluso si las cartas eran inventadas por los propios redactores de las revistas— para evaluar no ya la realidad de esas distorsiones, sino al menos la percepción de que estas existían. Por ejemplo, las secciones hermanas “Observaciones, consejos y advertencias de la mujer al hombre” y “Observaciones, consejos y advertencias del hombre a la mujer”, que publicaba la revista *Atlántida* a comienzos de los años veinte, recogen cartas en las que es apreciable el desencuentro entre los ideales vigentes de mujer, las prácticas de las mujeres, y las actitudes de los hombres hacia las mujeres, así como la desazón de unos y otras ante ese desencuentro en el que tenían tanto peso las representaciones de lo que debían ser hombres y mujeres y de las relaciones entre ellos. Aunque algunas contribuciones recogían tópicos idealizantes largamente consolidados acerca de las mujeres (“Considero a la mujer como un ángel destinado a endulzar lo amargo de nuestra vida”,²²⁶ “Amad a la mujer; ella es la gota de miel que endulza nuestra existencia”,²²⁷ “Amo, venero y respeto a toda mujer, aunque sea una niña, porque en ellas veo la crisálida de una madre”²²⁸), otras, apoyadas también en tópicos de larga trayectoria, tildaban a las mujeres de hijas de Eva, Judith o Dalila,²²⁹ de pérfidas, astutas, crueles,²³⁰ capaces de conquistar a los hombres con el ardid de la belleza y la coquetería y convertirlos en muñecos de bazar,²³¹ y apuntaban sobre todo contra la duplicidad del carácter femenino y su obsesión por la apariencia.

“El carácter femenino es muy complicado —decía un lector—. La mayoría de las mujeres sabe fingir de una manera asombrosa, y, por lo general, son: hipócritas, agresivas, interesadas, soberbias, etc. (...). Y es por eso que el vulgo las cataloga sin distinciones”.²³² Otro decía: “La naturaleza concede a la mujer un relativo tono de belleza para que atrape al hombre; descolorido en un mayor o menor tiempo ese tono, la mujer, como la joya falsa, se muestra tal

²²⁶ Airam Esoj, “Observaciones, consejos y advertencias del hombre a la mujer”, *Atlántida*, año 5, n° 199, 26 de enero de 1922.

²²⁷ V.R. Storni, “Observaciones, consejos y advertencias del hombre a la mujer”, *Atlántida*, año 4, n° 157, 31 de marzo de 1921.

²²⁸ “Souvenir” a “15 abril”, “Observaciones, consejos y advertencias del hombre a la mujer”, *Atlántida*, año 3, n° 137, 11 de noviembre de 1920.

²²⁹ Juan Carlos, “Observaciones, consejos y advertencias del hombre a la mujer”, *Atlántida*, año 3, n° 137, 11 de noviembre de 1920.

²³⁰ “Desamor”, “Observaciones, consejos y advertencias del hombre a la mujer”, *Atlántida*, año 4, n° 157, 31 de marzo de 1921.

²³¹ “Mario A. (de Avellaneda)”, “Observaciones, consejos y advertencias del hombre a la mujer”, *Atlántida*, año 4, n° 157, 31 de marzo de 1921.

²³² “Pensamiento” a “Desilusionada”, “Observaciones, consejos y advertencias del hombre a la mujer”, *Atlántida*, año 4, n° 198, 19 de enero de 1922.

cual es: inconexa con lo ‘bello’”.²³³ Y otro más: “Yo tendría un alto concepto de la mujer si esta desechara en su totalidad la idea de ‘aparecer’ y ‘figurar’ en la sociedad de ciudades y pueblos, como me consta desean casi todas las representantes del bello sexo”.²³⁴ Pero esta misma crítica centrada en la falsedad de la apariencia podía ser desmantelada desde la tribuna femenina, como demuestra la contribución de otra lectora:

A los hombres:

Un lector, hace poco, escribió: “La mujer argentina tiene pocas rivales en belleza y elegancia, pero pierde todo su encanto con el afán de querer hacerse la viva”. Sus palabras me alentaron, porque siendo yo una niña prudente (no tonta) y humilde (contrastando con mi situación pecuniaria), veo con pena a los hombres que siempre se dirigen a esas “vivas”, por lo general falsas; sin embargo, con ellas se casan y por ellas se mueren...

¿En qué quedamos, pues?²³⁵

Otra lectora apuntaba al mismo conflicto al responderle a un lector que “hay hombres que descuidan por completo las dotes morales, para ocuparse de las físicas. Naturalmente que si se ocuparan menos de las uñas afiladas y de los bibelots de vitrina, muchas no descuidarían su casa para ocuparse del arte de agradar”, y en la misma página otra insistía en que “los encantos que más se debieran admirar en la mujer no son la belleza ni la elegancia, sino la bondad y nobleza de alma; pero aun al elegir compañera estoy segura que no se fijan en esas, porque son feas o tienen cualquier otro defecto, y se llevan por esposas a un maniquí vestido, lleno de compostura, pero sin esos dones, porque lo que precisa dos horas de ‘toilette’ para llamar la atención no puede poseerlos. ¿Así que para que sirve reconocer lo bueno para llevarse lo malo?”.²³⁶

Las contribuciones ponen de manifiesto, desde diferentes perspectivas, el problema que planteaba la equiparación de lo femenino a la apariencia, su conversión en mera superficie, y la contradicción flagrante que existía entre un ideal de feminidad virtuoso, espiritual, y una exigencia de visibilidad exacerbada que aparecía representada, a la vez, como un arma y como una trampa. En este conflicto no había nada nuevo; las mujeres habían sido virtualmente desde siempre posicionadas entre dos ideales contrarios imposibles de compatibilizar en el terreno de las prácticas. Lo interesante que revelan las contribuciones de lectores,²³⁷ en todo caso, es la conciencia más o menos articulada que existía de este tironeo entre representaciones, y del

²³³ “Silvio Horacio”, “Observaciones, consejos y advertencias del hombre a la mujer”, *Atlántida*, año 5, n° 202, 15 de febrero de 1922.

²³⁴ “El fiero Mefistófeles”, “Observaciones, consejos y advertencias del hombre a la mujer”, *Atlántida*, año 4, n° 157, 31 de marzo de 1921.

²³⁵ “Biyín”, “Observaciones, consejos y advertencias de la mujer al hombre”, *Atlántida*, año 4, n° 157, 31 de marzo de 1921.

²³⁶ “Ofelia de Concordia” a “Hamlet” y “Estrella errante” a “Lucero”, “Observaciones, consejos y advertencias de la mujer al hombre”, *Atlántida*, año 4, n° 182, 29 de septiembre de 1921.

²³⁷ O aun de los redactores, si consideramos que las cartas de lectores, como se ha sugerido en más de un estudio, eran fabricaciones de los redactores de las revistas. Para el caso, la conclusión que sigue es la misma.

doble estándar que regía prácticas y discursos, lo que explica hasta cierto punto la diversidad de representaciones de mujeres que volvieron disponibles las revistas.

Pero es interesante también observar el grado de conflictividad que había adquirido el problema de la imagen femenina en un contexto de multiplicación inédita de imágenes de mujeres, lo que profundizó el doble filo que la cuestión de la apariencia siempre había tenido para ellas. Recordemos que muchas revistas femeninas sacaban de cuando en cuando artículos en los que enfatizaban el poder que otorgaba a las mujeres la utilización política de sus encantos físicos, una tendencia que, aunque adquiriría una pátina vindicativa, otras veces resultaba francamente recesiva, como sugiere un comentario de Alfonsina Storni en *La Nota* en el que criticaba el “feminismo perfumado” de aquella que “cuando el talento se le acaba, emplea graciosamente los ojos, dice cuatro cosas nebulosas, inventa extravagancias” y “triumfa en nombre de un feminismo que ella se inventa, pues tales artes nacieron con Eva, y el verdadero feminismo que busca la dignificación de la mujer, que tiende a elevarla por sobre el instinto, sufre una baja”.²³⁸

Si la visibilidad era un arma de conquista, también significaba la fijación en un estereotipo y, por otro lado, contradecía los ideales de pudor y modestia que, no lo olvidemos, estaban más que vigentes en estas primeras décadas del siglo. Cuando en 1904, por ejemplo, la revista *Caras y Caretas* consultó al hermano de la escritora Delfina Bunge, Carlos Octavio, a propósito de la posibilidad de reproducir la página de un ensayo por el que la escritora había sido premiada en París, y acompañarlo con su retrato fotográfico, Carlos Octavio sometió la propuesta a la consideración de la familia, y “todos, padres y hermanos —según cuenta Manuel Gálvez, casado con Delfina— a pesar de que entre ellos había dos escritores, consideraron absolutamente impropio que una niña distinguida saliera fotografiada en esa forma; y una tía suya, al oír hablar del ‘deshonroso’ pedido de *Caras y Caretas*, le dijo estas palabras de reproche y de lástima: ‘Ya ves, hijita, a lo que te expones con escribir...’”.²³⁹ En sus memorias Gálvez transcribe, más aún, unas líneas tomadas del diario íntimo de la propia escritora en las que la internalizada vergüenza de *ser vista* se solapa a la ilegitimidad relativa de la práctica femenina de la escritura: “Me humillaba que me vieran así, las horas, dedicada a escribir versos”, dice Delfina.²⁴⁰ El reparo que imponía el pudor a la aparición pública de la imagen personal en una revista se sumaba a las objeciones que recibían las actividades intelectuales o artísticas de las mujeres toda vez que emergían del restrictivo espacio social femenino.

²³⁸ “Feminismo perfumado” en la sección “Feminidades”, *La Nota*, año 4, n° 195, 2 de mayo de 1919, p. 530.

²³⁹ Manuel Gálvez, *Amigos y maestros de mi juventud* [1944], recogido en *Recuerdos de la vida literaria*, vol. 1, Buenos Aires, Taurus, 2002, p. 94. Cité este ejemplo, en una discusión más acotada del problema de la visibilidad de la práctica artística en las revistas en “Bellezas argentinas y *femmes de lettres*. Representaciones de la mujer en la revista ilustrada *Plus Ultra* (1916-1930)”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, op. cit., pp. 89-106.

²⁴⁰ *Amigos y maestros de mi juventud*, op. cit., p. 121.

La duplicidad seguía vigente en 1916 cuando en su columna “Páginas femeninas” en *Plus Ultra*, La dama duende apuntaba que la porteña de alta alcurnia “Es casi siempre tan modesta, desconfía tanto de su propio mérito, que guarda celosamente para el hogar, o sus vinculaciones más íntimas, lo que ella cree ‘ensayos’ y que suelen ser, sin embargo, acabadas obras de arte: pero el exhibicionismo la horroriza...”²⁴¹ La resistencia se expresaba también a través de la idea de consentimiento: “la artística cabeza que ha consentido reproduzca *Plus Ultra*”, decía la cronista a propósito de una de las imágenes que acompañaban el artículo; si la artista “consintiera en exponer sus obras”, decía luego sobre la miniaturista Luna Alston de Gallegos. Consentir implica aceptar deliberadamente que algo que no tiene por qué suceder de hecho suceda. Consentir la exhibición de sí misma o de las obras que una ha hecho (que, según hemos visto, se conceptualizaban como parte de la propia personalidad de las mujeres) es alterar el pudor y la modestia que definen, según tantas representaciones femeninas, la feminidad. La propia cronista que mencionaba este horror a la exhibición pública, por caso, no consentía la publicación de su nombre y apellido al pie del artículo, y utilizaba, como muchas otras, un seudónimo que velaba pudorosamente su identidad.²⁴²

Estos indicios del conflicto entre visibilidad y modestia, culto a la apariencia e imperativo de decoro, están atravesados, sin duda, por la clase, en la medida en que es solo la burguesía la que hace del pudor un rasgo de superioridad. Pero más atravesados aún están por las fuerzas irreprimibles de la modernidad, que avanza, como demuestran las revistas, transformando la noción misma de feminidad para sus propios fines, desplazando la centralidad del pudor y la modestia e incluyendo en ella la exigencia (tan moderna) de lo espectacular. La conversión del cuerpo femenino en mercancía, su asociación a la idea de “venta” —las mismas razones que subyacían, a fin de cuentas, al rechazo tradicional de la exhibición pública— son indistinguibles del desarrollo de una sociedad de consumo que debe, al mismo tiempo, incorporar a las mujeres al mercado y usarlas como carnada para atraer a más consumidores, apelando a todos los mecanismos de identificación y de incitación del deseo que puedan ponerse en práctica, y suscitando, con ellos, múltiples conflictos de orden subjetivo, que son lo que busco explorar en esta última sección.

En este sentido, una de las posiciones subjetivas más complejas que las representaciones ofrecieron a las mujeres fue la posición de consumidoras, en la que las mujeres estaban

²⁴¹ La dama duende, “Páginas femeninas”, *Plus Ultra*, año 1, n° 6, 1916.

²⁴² La dama duende era Mercedes Moreno, que además de colaboradora en varias revistas fue directora de la Escuela profesional de mujeres Julia Moreno de Moreno y miembro del Consejo Nacional de Mujeres. Su trayectoria completa en Lily Sosa de Newton, *Diccionario biográfico de mujeres argentinas*, Buenos Aires, Plus Ultra, 1980, p. 426. A pesar de definirse a favor del voto femenino en una de las entregas de sus “Páginas femeninas” de *Plus Ultra* (año 4, n° 35, marzo de 1919), un año más tarde Moreno confesaba también que no había participado del simulacro de voto por temor a “verse sorprendida por el peor de los enemigos —¡el fotógrafo!” (año 5, n° 46, febrero de 1920). El comentario transparente, una vez más, el conflicto que planteaba al pudor la afirmación visible en los medios gráficos.

llamadas a cumplir dos papeles simultáneos: el de sujeto (moderno) con poder de elección y decisión mucho antes de que el voto fuera un horizonte real de posibilidad²⁴³ y el de víctimas de las operaciones objetivizantes que orientaban el consumo. Una posición híbrida, entre emancipatoria y esclavizante, atravesada paradigmáticamente por el problema de la imagen, es decir por las representaciones (porque el consumo promete, en primer lugar, reformar la propia imagen), pero enraizada del todo en las transformaciones estructurales, a nivel de las prácticas, que tenían lugar en la Argentina en vías de modernización. ¿Cómo aceptar esa nueva identidad, con toda su promesa de liberación e independencia, de apertura a la circulación en nuevos espacios sociales y nuevos espacios físicos, sin sucumbir al aplanamiento de la propia imagen que implicaba consumir *como* mujer?

Es claro que la mayoría de las representaciones que tematizaron el tema del consumo femenino en las revistas presentaron a las mujeres como autómatas que tomaban decisiones guiadas por el instinto o el amor al lujo, y en consecuencia la presentación de su circulación en el espacio público vinculada al consumo —que en otro marco interpretativo podría haber sido tan liberadora— estuvo en general teñida de esta idea, que enfatizaba el consumo como extensión del espacio social de las mujeres, y a los lugares de consumo —la gran tienda, la calle comercial— como espacios de la feminidad.²⁴⁴

Hemos visto ya que el tópico de la esposa gastadora fue bien explotado en las viñetas, así como la asociación de la joven moderna con el consumo desenfrenado, que pasó a ser una

²⁴³ De hecho, hay publicidades que juegan con ese sustituto, como la de colorantes Sunset que interpelaba a las consumidoras con el gran titular, en mayúsculas, “Las mujeres votan”, en *Para Tí*, año 2, n° 38, 30 de enero de 1923 (la firma organizaba una votación para que las compradoras del producto eligieran una institución de beneficencia a la que se donaría una importante suma; la votación debía hacerse sobre la caja del producto; las compradoras que enviaran más votos, es decir más cajas, también recibirían una compensación). Otro ejemplo de la retórica sufragista en “La ligne normale. Leur avis”, *Elegancias*, año 3, n° 41, marzo de 1914.

²⁴⁴ Esta representación aparecía en distintos artículos (y algunas publicidades) sobre los nuevos establecimientos comerciales abiertos en la ciudad, que hacían especial mención de las consumidoras. Una nota sobre el nuevo anexo de Gath & Chaves afirmaba que “La calle vuelca sobre las puertas del edificio todo un mundo de mujeres que circulan lenta o apresuradamente por los recovecos que forma aquel cúmulo de mercaderías deseables” (“Nuestras grandes casas comerciales. Gath & Chaves”, *Almanaque Peuser*, 1913); en otra sobre la nueva sede de la casa A. Cabezas se señalaba que allí “las señoras, generalmente ávidas de nuevas creaciones y precios económicos, pueden satisfacer todos sus deseos”, (“Los grandes progresos comerciales de nuestro país”, *Fray Mocho*, año 9, n° 422, 25 de mayo de 1920). Estas fuentes confirman que, como han señalado varios trabajos, la gran tienda y las calles comerciales fueron de los primeros espacios públicos en los que las mujeres negociaron su participación en la modernización, no solo como consumidoras sino también como trabajadoras. Fueron también espacios asociados a una novedosa libertad de movimiento (según confiesa en sus memorias, Victoria Ocampo se hacía llevar por su chofer a una gran tienda y salía por otra puerta para encontrarse con su amante, por ejemplo). Sobre los espacios de consumo y la retórica de la emancipación, Rappaport, *Shopping for pleasure, op. cit.*; también Carolyn Kitch, “From true woman to new woman”, *The Girl on the Magazine Cover. The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*, Chapel Hill y Londres, The University of North Carolina Press, 2001, pp. 17-36; Liz Conor, *The Spectacular Modern Woman. Feminine Visibility in the 1920s*, Bloomington, Indiana University Press, 2004. Notas interesantes sobre la expansión del mercado femenino en el ámbito local en Fernando Rocchi, “Consumir es un placer. La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado”, *Desarrollo Económico*, vol. 37, n° 148, enero-marzo de 1998, pp. 533-558.

parte central de su definición como moderna, como sugieren tantas portadas de *Iris* (Fig. 73).²⁴⁵ Una parte de la crítica feminista y anarquista a las mujeres sin conciencia feminista yacía, justamente, en este tópico,²⁴⁶ que incluso algunas cartas de lectoras sugieren que era, en parte, una realidad.²⁴⁷ Sin embargo, aunque fue mucho menos visible, el tema del consumo inteligente también encontró un lugar en las páginas de las revistas, vinculado a una representación (bastante menos extendida) de las mujeres como seres racionales con capacidad para participar del progreso en sus propios términos, y que dependía a su vez de la resignificación de las tareas domésticas en el marco de la modernización (según hemos visto en el capítulo anterior).

“La economía debe ejercerse tanto en las cosas pequeñas como en las de valor”, comenzaba por ejemplo un largo artículo en *Femenil* con numerosos consejos para hacer el uso más eficiente de diferentes productos;²⁴⁸ “Un poco de sencillez” era la solución que proponía al “intrincado problema doméstico: vestir con elegancia, distinción y a poco precio” una cronista de modas francesa en un artículo reproducido por la revista *Olympia*,²⁴⁹ mientras que *Vogue* ofrecía a sus lectoras “poner a su disposición el buen gusto y la experiencia de nuestro cuerpo de compradoras” a través de un Departamento de Compras mediante el cual podían hacerse encargos a la revista de “los mejores artículos a los precios más satisfactorios”.²⁵⁰ Comentarios de este tipo contradecían la representación de la consumidora incontinente, y aunque se basaban sobre la idea de que consumo y mujeres eran dos conceptos asociados, avanzaban una noción más moderna y sofisticada del consumo femenino como expresión de la nueva feminidad.

²⁴⁵ Además de estas portadas de *Iris*, *Aconcagua* o *Para Ti*, hay muchas viñetas sobre este tema. En una de ellas una joven a la moda le explica los síntomas de su grave enfermedad a un médico: “Debo estar muy mala, doctor. Figúrese usted que últimamente no sentía ningún placer gastando dinero”, *Fray Mocho*, año 9, n° 422, 25 de mayo de 1920; en otra una joven esposa habla a su marido: “Oh, querido, tengo muchas cosas de que hablarte”, a lo que él responde: “Me extraña. Generalmente me quieres hablar de muchas cosas que no tienes”, en “Humorismo ilustrado”, *El Suplemento*, año 7, n° 150, 21 de abril de 1926. Un análisis del tópico de la consumidora moderna y del modo como posicionaba (problemáticamente) a las mujeres a la vez como objetos y sujetos en Rita Felski, “Imagined pleasures. The erotics and aesthetics of consumption”, *The Gender of Modernity*, Cambridge y Londres, Harvard University Press, 1995, pp. 61-90.

²⁴⁶ La autora de un artículo en *Unión y Labor* sobre las escuelas nocturnas para adultos sugería, por ejemplo, que se dividiesen los programas según sexo y se diera a las mujeres menos historia y sí “mucha higiene, mucha puericultura (...), mucha economía doméstica para habituarlas a la sencillez, alejándolas del lujo, el enemigo más acerbo que persigue al elemento femenino y que ocasiona tantos trastornos”, M. T. Flairotto, “Las escuelas nocturnas para adultos”, *Unión y Labor*, año 1, n° 7, 21 de abril de 1910, p. 15. *Nuestra Tribuna*, una década después, denunciaba a “los capitalistas” que “nos halagan con alhajas, los muy felinos, porque saben al dedillo que las mujeres (la mayoría) son coquetas, las halaga el lujo y son vanidosas. Por este mal tan grande que nos legó la aristocracia burguesa, que es la vanidad y el lujo, hoy caen en las garras para satisfacción bestial de los capitalistas, muchas hermanitas del dolor y de trabajo”, año 1, n° 3, 15 de septiembre de 1922.

²⁴⁷ Véanse, por ejemplo, las múltiples consultas sobre moda y consumo que recogió el “Consultorio elegante” de *Para Ti* a fines de la década del veinte, o la “Correspondencia Femenil” en *Femenil*, a mediados de esa década. También aquí vale la advertencia, claro está, de que desconocemos la procedencia real de estas cartas de lectoras, que bien pueden haber sido fabricaciones de la redacción.

²⁴⁸ “Nociones indispensables para la economía doméstica”, *Femenil*, año 2, n° 39, 31 de mayo de 1926, pp. 84-85.

²⁴⁹ Ina, “Crónicas de la moda”, *Olympia*, año 3, n° 36, 20 de marzo de 1929, p. 48.

²⁵⁰ “Lo que se ve en las tiendas”, *Vogue*, vol. 3, n° 13, enero de 1922, p. 50.

Estas representaciones se enlazaban con toda otra vertiente de representaciones femeninas que pusieron en circulación las revistas en las que la modernidad pasaba tanto por la imagen y la apariencia (que ya estaba instalada como un elemento central del progreso) como por la incorporación a nuevas profesiones, instituciones educativas y puestos de trabajo. A lo largo de esta tesis he señalado varios de estos artículos en los que decididamente el horizonte propuesto a las mujeres se extendía mucho más allá de lo que ofrecía la mayor parte de las representaciones que las tenían como protagonistas. La revista *Iris*, por ejemplo, que tanto escarnio hacía de las mujeres modernas, tenía también una sección titulada “Figuras femeninas” en la que reproducía las fotografías de personalidades destacadas de la ciencia, la medicina, el periodismo, las artes, muchas de ellas extranjeras, que demostraban, según las palabras que acompañaban por ejemplo una de esas fotografías (en este caso de una mujer española) “que la mujer hispana puede, hoy en día, destacarse con relieve propio entre los colaboradores eficientes del progreso de esa nación”.²⁵¹ Esta sección se sumaba a muchos otros artículos que recuperaban la participación de las mujeres en política,²⁵² el comercio y la prestación de servicios,²⁵³ el deporte,²⁵⁴ y tantas otras áreas de actividad,²⁵⁵ además del trabajo fabril.²⁵⁶

Pero aun este tipo de representaciones tuvo su contraparte, lo que de nuevo pone de manifiesto que las representaciones funcionaron más como condensación de procesos sociales conflictivos que como reflejo de prácticas establecidas. Una personalidad de la cultura como Enrique Gómez-Carrillo podía, dentro de un mismo artículo, hacer una defensa cabal del ingreso de las mujeres a las academias de artes y letras y afirmar, sin embargo, que “Las damas que

²⁵¹ “Figuras femeninas”, *Iris*, año 2, n° 57, 1 de abril de 1921.

²⁵² “El feminismo en Europa”, *El Hogar*, año 7, n° 155, 15 de julio de 1910; “Candidata feminista y las sufragistas francesas”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 157, 13 de abril de 1910; “Vote for women”, *Elegancias*, año 3, n° 39, enero de 1914; “El feminismo en acción”, *Elegancias*, año 3, n° 42, abril de 1914; “La doctora Sara Justo. Una interesante entrevista”, *Mundial. La revista para todos*, año 2, n° 21, 4 de marzo de 1925; “La mujer avanza”, *Para Ti*, año 8, n° 381, 27 de agosto de 1929; “La mujer en la política”, *Para Ti*, año 8, n° 387, 8 de octubre de 1929.

²⁵³ “Feminismos. La mujer-juez” (que incluía también la fotografía de una chofer), *La Vida Moderna*, año 1, n° 3, 2 de mayo de 1910; “La mujer policía”, *Tit-Bits*, año 4, n° 208, 28 de junio de 1913; “La horticultura, profesión femenina”, *El Hogar*, año 12, n° 292, 7 de mayo de 1915; “La silueta europea” [de una enfermera], *Myriam*, año 1, n° 6, diciembre-enero de 1915-1916; “Una modista de origen real”, *Para Ti*, año 2, n° 34, 2 de enero de 1923; “Mujeres en la política y el comercio”, *El Suplemento*, año 7, n° 151, 28 de abril de 1926; “El trabajo de la mujer en estos días”, *Aconcagua*, año 1, n° 1, enero de 1930; “Las vendedoras de quiosco”, *Aconcagua*, año 1, n° 10, noviembre de 1930, p. 39; “La ascensorista”, *Aconcagua*, año 1, n° 9, octubre de 1930.

²⁵⁴ “La aviadora Bolland...”, *Iris*, año 2, n° 54, 11 de marzo de 1921; “La mujer argentina y el sport”, *Iris*, año 2, n° 97, 13 de enero de 1922; “El golf como deporte femenino”, *Para Ti*, año 1, n° 27, 14 de noviembre de 1922; “Mis aventuras y desventuras en los Estados Unidos” (escrito por la tenista Susana Lenglen), *Femenil*, año 1, n° 16, 28 de diciembre de 1925; “Bailarinas vienesas”, *Almanaque de la Mujer*, 1929; “La mujer argentina y el deporte sobre la nieve”, *Aconcagua*, año 1, n° 9, octubre de 1930, pp. 66-68.

²⁵⁵ “Las modernas mujeres”, *PBT*, año 7, n° 273, 12 de febrero de 1910; “Mujeres de actualidad”, *Atlántida*, año 7, n° 361, 12 de marzo de 1925; “Las mujeres que estudian y trabajan”, *El Hogar*, año 21, n° 816, 24 de abril de 1925; véanse también todos los oficios representados en el número conmemorativo de *Plus Ultra*, año 11, n° 122, junio de 1926.

²⁵⁶ Entre muchos otros, “La mujer en el taller”, *El Plata*, año 3, n° 43, 15 de noviembre de 1910; “La industria tabacalera en nuestro país”, *PBT*, año 7, n° 267, 1 de enero de 1910; “La fabricación de fósforos”, *PBT*, año 7, n° 268, 8 de enero de 1910; “La industria tabacalera”, *Almanaque Peuser*, 1913; “Dos notas corrientes”, *Nueva Era*, año 1, n° 7, 3 de agosto de 1914; “La industrialización del tabaco” y “Proceso de la fabricación de perfumes”, *Atlántida*, año 7, n° 352, 8 de enero de 1925.

hablan de sociología y que sueñan en ser elegidas y elegibles para los puestos políticos me parecen seres híbridos. Cualquier vicio, cualquier defecto, antójase más perdonable que el sufragismo a la inglesa. (...) En verdad, hermanas mías, más vale que nos engañéis, que nos esclavicéis, que nos desesperéis con vuestras artes eternas y diabólicas, a que nos déis el insostenible espectáculo de una actividad contraria a toda gracia”.²⁵⁷ El texto iba acompañado, más aún, por una ilustración de Ribas que representaba a una mujer mirándose al espejo acompañada del epígrafe, tomado del texto, “A la mujer, la deseo siempre mujer, muy mujer, lo más mujer posible”.

La misma revista *Atlántida* que aplaudía en sus secciones gráficas el ingreso de mujeres a nuevos oficios publicaba también un artículo en el que un autor, con seudónimo (D’Artagnan), se lamentaba del “tropiezo de las mujeres sabias” que “no saben serlo simplemente: es necesario que publiquen a los cuatro vientos lo que aprendieron —generalmente de memoria— y que exhiban como un trofeo sus títulos y diplomas”, un “falso convencimiento del propio valer [que] hace sus mayores estragos en el hogar”.²⁵⁸

Y desde otro ángulo, *Caras y Caretas*, una de las revistas con mayor circulación del período, sostenía un argumento parecido —que las mujeres instruidas son material poco agradable— en una página titulada “Una chica enciclopédica” que iba ilustrada con la figura de una chica moderna que avanzaba confiada ante dos hombres que conversaban. La conversación aparecía en versos rimados, debajo de la ilustración. Uno de los personajes comenzaba diciendo, “¡Qué chica tan mona ha pasado!”, y la conversación seguía:

—La chica descuella a su modo.
—Parece que entiende de todo.
—Pintora,
 escultora,
 oradora.
—Sesuda
 y aguda,
 sin duda.
—Escribe unos versos curiosos.
—Algunos se han hecho famosos.
 Medita
 recita
 y edita
 cuartetos,
 tercetos,
 sonetos. (...)

Pero luego de recorrer todas sus habilidades y conocimientos, el texto se remataba con un:

²⁵⁷ “Las gentiles candidatas”, *Elegancias*, año 3, n° 39, enero de 1914, p. 82. El artículo continuaba una discusión abierta por el mismo autor en el número anterior, sobre el ingreso de mujeres a la Académie Française.

²⁵⁸ “Entre tú y yo”, *Atlántida*, año 7, n° 357, 12 de febrero de 1925, p. 50.

—Y ¡nada! No encuentra marido.
—Resulta que en vano ha vivido
 penando,
 rabiando
 y gastando
 su labia,
 la sabia.
¡Qué rabia!²⁵⁹

De modo que, según hemos visto, las representaciones circuladas por las revistas instaban a las mujeres a dedicar toda su atención a la apariencia, pero luego las criticaban por vanidosas; instaban a las mujeres a consumir todo tipo de productos, y luego las representaban como seres irracionales; instaban a las mujeres a educarse, y luego su educación aparecía como problema para cumplir lo que se representaba como su función primaria, atraer a los hombres. Estas contradicciones son típicas de las revistas; son, de hecho, lo que las convierte en un artefacto tan complejo y rico de estudiar.²⁶⁰ Pero lo que interesa aquí es sobre todo el problema que plantean en términos de identificación, internalización, conciencia: ¿cómo es el espacio mental que se configura en las lectoras y lectores que se exponen a estas contradicciones, y a los matices entre una posición y otra? ¿Qué “identidad” unitaria emerge de estos discursos? ¿Cuál es el efecto de lectura de estas representaciones, tal como se produce en el espacio fragmentado de las páginas de las revistas?

Roger Chartier ha advertido contra la tendencia a concebir los textos como portadores de un sentido oculto, unitario, que la crítica sería capaz de esclarecer y que modelaría todas las experiencias de lectura, y ha llamado la atención sobre la divergencia inherente, respecto de una posible intención original, que caracteriza cada apropiación individual de un texto (y por texto entiende también, en este caso, imágenes):

Definida como “otra producción”, el consumo cultural, por ejemplo la lectura de un texto, puede escapar a la pasividad que se le atribuye tradicionalmente. Leer, mirar o escuchar son, en efecto, actitudes intelectuales que, lejos de someter al consumidor a la omnipotencia del mensaje ideológico y/o estético que se considera que modela, autorizan la reapropiación, el desvío, la desconfianza o la resistencia. Esta constatación debe llevarnos a repensar totalmente la relación entre un público designado como

²⁵⁹ Luis García, “Una chica enciclopédica”, *Caras y Caretas*, año 26, n° 1312, 24 de noviembre de 1923. Seguía: “Sus obras no suelen ser claras. / —Ha dicho unas cosas muy raras / De Suecia, de Grecia y Venecia. / —De Anteo, de Orfeo y Morfeo. / —De todo discurre con brillo. / —La chica conoce al dedillo / sulfuros, bromuros, cianuros / nitratos, boratos, sulfatos. / —No hay agrio censor que no alabe su ciencia. ¡Gran Dios lo que sabe! / Budismo, kantismo, krausismo. / Fonética, estética y ética. / —Publica tratados de higiene. / —Y es grande la fama que tiene / de hermosa, garbosa y graciosa. / —De huraña, —Y extraña, —Y tacaña. / —La chica es un poco irascible. / —Si no se la juzga infalible, molesta, inmodesta, protesta. / —La chica se pica. —¡Se explica!”.

²⁶⁰ Por otro lado, estas contradicciones son típicas de la época y también pueden interpretarse, como sugiere por ejemplo Linda Kerber, como energía puesta al servicio de la conservación de las diferencias entre hombres y mujeres en momentos en que sus relaciones de fuerza se transformaban. “Separate spheres...”, *op. cit.*, pp. 27-28.

popular y los productos históricamente diversos (libros e imágenes, sermones y discursos, canciones, fotonovelas o emisiones de televisión) propuestos a su consumo.²⁶¹

La perspectiva de Chartier incorpora además como variable de análisis los efectos de sentido que generan las formas materiales a través de las cuales esos textos se ofrecen a la apropiación individual. Y atendiendo a esta perspectiva, una de las hipótesis centrales de esta tesis ha sido que el régimen de visibilidad acumulativo, extensivo y misceláneo que caracterizó la circulación de representaciones de mujeres en las revistas ilustradas fue lo que fomentó el desarrollo de una actitud crítica hacia el contenido de esas representaciones.

Es decir que con independencia de la insistencia con que se trataran ciertos tópicos acerca de las mujeres, o con la que se reprodujeran estereotipos, o se repitieran soluciones gráficas, el hecho mismo de que la reiteraran en diferentes formas materiales funcionó como argumento contra la autoridad de las representaciones, que revelaron cada vez con mayor claridad su compleja relación de diferencia y referencia respecto de las prácticas reales de las mujeres.

Volvemos así al espacio mental configurado por las representaciones de mujeres, y a su intrincada relación con la lectura. ¿Cómo imaginaban las propias revistas el efecto de la lectura sobre sus lectoras? Una voz conservadora y moralizante como la de Carmen S. de Pandolfini, con fe ciega en el poder de la lectura (y *mutatis mutandis*, de sus propias palabras), se horrorizaba de que en la biblioteca de una joven abundaran las “novelas inverosímiles, en las que se pinta una vida irreal, que no despierta ni estimula anhelos grandes ni útiles. Antes bien, amores incomprensibles y perniciosos que atroflan el espíritu con su veneno sutil”. Tomando aire, sentenciaba luego que “Es necesario que la mujer se instruya, que lea mucho; pero el bien estriba en que lea lo que puede serle útil. Libros donde aprenda la práctica de grandes virtudes, y forme su personalidad con cualidades que la habiliten para contrarrestar con energía y eficacia las vicisitudes de la existencia”.²⁶² Haciéndose eco de un poder parecido sobre las lectoras, la revista feminista *Unión y Labor* lamentaba, por su lado, la banalización a que inducían las revistas para mujeres:

¿Consecuencia tal vez del materialismo reinante, del ideal económico que ha reemplazado a los demás ideales?

De su educación falta y frívola, que le hace ver la vida al través de un prisma de estúpidas mentiras (...).

Abrid las revistas femeninas y hallaréis páginas enteras con anuncios de adivinas (...); largas columnas con propuestas y pedidos matrimoniales; y un poco más adelante en las “notas” veréis los retratos de los nombres más ilustres de la vieja Francia, las siluetas de

²⁶¹ “Historia intelectual e historia de las mentalidades. Trayectorias y preguntas”, *El mundo como representación*, Barcelona, Gedisa, 1992, p. 38.

²⁶² Carmen S. de Pandolfini, “Charla femenina”, *Iris*, año 2, n° 56, 25 de marzo de 1921.

cuyos “mariages” se intercalan entre una célebre bailarina rusa y el sabio doctor X (...) junto a la copia de un sombrero que vale cuatro mil francos.

Allí están su vida y su muerte; vida de pajarillo adornado, que da vueltas sin fin en su dorada jaula, hasta que, en un momento de lucidez, le hiela el alma, el horrible vacío de su existencia, y estrella la loca cabecita contra los barrotes de su prisión.²⁶³

Pero las revistas también imaginaban otros usos de la lectura. *Aconcagua* sugería que la literatura “abre una fuente inagotable de consuelo y bienestar, y con frecuencia da valor y presta alivio a más de una mujer cansada y mortificada por los quehaceres domésticos”,²⁶⁴ y celebraba que las empleadas de oficina aprovecharan el viaje en tranvía, “los únicos instantes de absoluta libertad que han de gozar en sus vidas”, “concentrándose en sí mismas en busca de su más íntima personalidad”... leyendo la revista.²⁶⁵ La redactora de una sección femenina en la revista *Lux* afirmaba que la lectura es “la manera de dejar de ser bonitas cosas, pero cosas al fin para vuestros esposos, hermanos y demás representantes del sexo (...); el bálsamo que os cure de la timidez de la ignorancia que no os deja tomar parte en la conversación porque no encontráis palabras para exteriorizar lo que pensáis”.²⁶⁶ Y esa es la representación que surge de varias imágenes que reproducen las propias revistas, en las que la lectura se presenta como un acto gozoso, liberador, progresista, en las que las lectoras son el epítome de las nuevas mujeres, como en una portada de 1929 de una revista tan emblemáticamente femenina —y tan autorreferencial respecto de la lectura— como *La Novela Semanal*. La portada representaba a una mujer moderna que leía una revista (en cuya portada había una figura femenina) y que llevaba detrás de ella una estela de lectoras parecidas y diferentes a ella, creando, según sugería el plano blanco sobre el que avanzaba la lectora, su propio recorrido a través de la lectura (Fig. 74). Lo que la portada ponía en imagen era una comprensión de la lectura como vía sensible de apertura mental: el desplazamiento físico de las lectoras hacia adelante representaba con eficacia la idea de viaje hacia lo desconocido que define a la lectura, en sí misma un acto de descubrimiento y una forma de trascender las barreras físicas e ideológicas impuestas al libre movimiento espacial de las mujeres.

En suma, la representación de la lectura en las revistas fue tan diversa como diversas eran las representaciones de mujeres que estas proponían. Son representaciones que revelan un punto ciego en el corazón mismo del artefacto cultural que estaba siendo perfeccionado para hacer la nueva feminidad inteligible y funcional a la Argentina que se modernizaba, en la medida en que esa diversidad demuestra la variedad de usos a los que podían ser sometidas las representaciones de las “nuevas identidades” de las mujeres que leían. Por eso, aun cuando muchas de esas representaciones de la lectura se quejaban amargamente de la restricción del

²⁶³ Margarita Rottkoff, “Charla femenina”, *Unión y Labor*, año 1, n° 5, 21 de febrero de 1910, p. 21.

²⁶⁴ “La biblioteca en el hogar”, *Aconcagua*, año 1, n° 4, abril de 1930, p. 142.

²⁶⁵ Edgardo, “Mujeres de hoy. La dactilógrafa”, *Aconcagua*, año 1, n° 5, mayo de 1930, p. 132.

²⁶⁶ Koketa, “Página femenina”, *Lux*, año 3, n° 31, 1 de noviembre de 1924, p. 19.

horizonte mental que algunas lecturas proponían a las mujeres, el hecho mismo de que otras representaciones propusieran definiciones diferentes del acto de lectura, y apuntaran al potencial emancipador que esta tenía en cuanto roturador del espacio mental de las mujeres, es indicio suficiente de que las revistas, con todas sus representaciones en conflicto, invitaron a las mujeres a decidir por sí mismas su lugar en el mundo, a posicionarse frente a los estereotipos que las encorsetaban, a explotarlos y, en el mejor de los casos, transformarlos.

Conclusiones

Esta tesis nos ha hecho recorrer territorios muy diversos, a los que hemos regresado en ocasiones desde diferentes puntos de partida que nos han permitido percibir los mismos fenómenos bajo luces cambiantes. Mi estrategia a lo largo de este trabajo ha sido cercar el objeto de estudio, las representaciones de mujeres que puso en circulación la prensa ilustrada argentina de las primeras décadas del siglo XX, desde ángulos diversos que enriquecieran las perspectivas tradicionales acerca de temas como el trabajo femenino, la creciente importancia del cuerpo, de la moda y del consumo en la definición de la feminidad, el lugar de las mujeres en la modernización y en el proyecto de conversión de la Argentina en una nación moderna, la militancia feminista y la lucha por la obtención de derechos civiles y políticos, la participación de las mujeres en la vida pública, su adopción de prácticas nuevas, la visibilidad expandida que adquirieron esas prácticas a través de la intensificación de la circulación de imágenes, la redefinición de mandatos como el matrimonio y la maternidad, así como el impacto de esas transformaciones en las relaciones entre hombres y mujeres, o el modo en que las diferencias de clase y raza establecieron fracturas internas dentro del significante único “mujer”.

He procurado ofrecer un panorama exhaustivo de los matices bajo los cuales aparecieron todos esos temas, y algunos más, en las representaciones de mujeres que puso en escena un corpus muy diverso de imágenes y textos publicados en revistas ilustradas argentinas entre 1910 y 1930, con el objetivo de hacer visibles las ambigüedades y las paradojas que atravesaron la noción de feminidad en ese período que ha sido caracterizado en la historiografía, entre otras cosas, como un momento de expansión económica y política, conflicto social y “renovación de ideas”.¹ Tan importante como el señalamiento de esos matices, ambigüedades y paradojas es, en esta tesis, la visibilización de la relación estrechísima e interdependiente que se estableció entre la prensa gráfica y la noción de feminidad conformada, a través de la reiteración y la acumulación, por todas aquellas representaciones contradictorias de mujeres. Espero haber enfatizado lo suficiente la incidencia del régimen de visibilidad que instalaron las publicaciones ilustradas en la legitimación de determinados significados asociados al signo “mujer” así como en su confrontación con significados alternativos. Las transformaciones tecnológicas en la producción de impresos, que habían preparado el camino ya desde fines del siglo XIX para que se multiplicara la oferta de publicaciones ilustradas, en asociación con la implementación de estrategias comerciales modernas (principalmente la alianza con la publicidad) y articuladas con la expansión del mercado de lectores que derivaba de las políticas estatales de alfabetización así como de la propia existencia de una oferta cada vez más amplia y accesible de material impreso,

¹ Ricardo Falcón (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 6, *Democracia, conflicto social y renovación de ideas (1916-1930)*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000.

definieron un tipo de circulación de la prensa ilustrada en las primeras décadas del siglo XX que transformó el contacto de los lectores con las imágenes impresas y, con ellas, con las representaciones femeninas que ofrecían esas imágenes, en su vasta mayoría —según hemos podido comprobar en el relevamiento— protagonizadas por figuras de mujeres.

El hecho de que la prensa dependiera crecientemente de las representaciones de mujeres para atraer la mirada de los lectores, e inversamente, que las transformaciones en la concepción de la feminidad adquirieran visibilidad gracias a la circulación intensificada en la prensa de representaciones femeninas en conflicto sugiere que ambas cosas —prensa y feminidad moderna—, apuntalaron recíprocamente sus formas de intervención en el mundo modernizado y fueron, por ello, percibidas en conjunto como fenómenos paradigmáticos de la vida moderna.

A lo largo de los cuatro capítulos de esta tesis he intentado exponer la profundidad de esta relación tal como se desarrolló en Argentina —y sobre todo en Buenos Aires— en esas primeras décadas del siglo. Es decir, me he esforzado por demostrar que, al igual que había sucedido en el siglo anterior en otros países, en la Argentina el vínculo entre prensa y feminidad moderna se estrechó notablemente en esas primeras décadas del siglo XX debido a múltiples factores que confluyeron como no habían confluído antes, entre ellos la expansión económica, la apertura así como una mayor estabilidad política, el inicio de un proceso de industrialización, el crecimiento y diversificación de la población, una mejor educación de esa población y una actualización relativa de la legislación laboral, determinados cambios en las costumbres, la complejización de la vida urbana debida al crecimiento de las ciudades, el nacimiento de la sociedad de consumo ligado a una ampliación del mercado de bienes de consumo.

Las mujeres, como no podía ser de otro modo, participaron de modos específicos de todos esos cambios, y esa participación adquirió formas muy diversas de acuerdo a los cortes de clase, procedencia étnica y generacional de distintas mujeres. Pero en todos los casos, esa intervención en las transformaciones que estaban teniendo lugar originaron, y luego a su vez se vieron modificadas por, representaciones sociales novedosas y contradictorias acerca de lo que significaba ser mujer en la Argentina del período. La prensa ilustrada, que incidentalmente estaba expandiéndose a pasos acelerados gracias a aquella misma coyuntura política, económica y social, proporcionó a esas representaciones novedosas una plataforma de visibilización fundamental, y a su vez las utilizó para proponerse ella misma como un dispositivo de comunicación novedoso y moderno. Su nueva forma de comunicar, contradictoria, repetitiva, eminentemente visual, basada en la variación permanente dentro de un esquema de reiteración constante, fue el vehículo ideal de propagación de ideas nuevas acerca de las mujeres y de transformación o relanzamiento de las nociones heredadas del siglo XIX sobre sus funciones y roles sociales.

A través del recurso a numerosos ejemplos espero haber podido demostrar que esa confluencia de factores se dio en Argentina con una intensidad particular en las primeras décadas del siglo XX y que ello fue fundamental tanto para el desarrollo de la prensa como para que surgiera un concepto de feminidad distinto al que había resultado operativo para la sociedad decimonónica, aunque entre ambos haya habido continuidades. Del mismo modo, me propuse exponer la relación compleja de la prensa local y de ese nuevo concepto de feminidad con la prensa y las ideas de feminidad que circulaban en el extranjero. Consciente de los peligros de extrapolar las características de las publicaciones y las inflexiones de los discursos foráneos al contexto local, me ha parecido sin embargo importante señalar las relaciones incontestables de la prensa argentina con la prensa extranjera, que tuvo consecuencias visibles sobre los discursos que circularon en ambas, y que fue también una condición característica y novedosa del funcionamiento de la prensa en el ámbito local en los años de nuestro interés. Por ello, aunque todos los ejemplos citados son locales, he señalado con énfasis las dependencias globales así como las inflexiones locales que tuvieron los discursos periodísticos acerca de la feminidad.

Estas dependencias son bien claras en los discursos sobre la “naturaleza femenina”, tema del primer capítulo. Allí constatamos la importancia del cuerpo en la definición de la feminidad e identificamos las partes del cuerpo que, de manera cambiante, fueron priorizadas como signos diferenciadores del sexo femenino y, a su vez, como origen de las diferentes capacidades y funciones sociales de las mujeres. El análisis demostró que aquellas partes no solo no fueron estables sino que su representación cambió a lo largo del tiempo de acuerdo a las convenciones estilísticas de representación del cuerpo y a las posibilidades técnicas que fueron cobrando vigencia. Respondieron también al impacto de las nuevas necesidades que imponían los cambios en la vida práctica de las mujeres, lo que desplazó también el eje hacia el uso que las mujeres hacían del cuerpo como rasgo diferenciador (enfaticando por ejemplo la importancia de la gracia, la elegancia y de las prácticas de embellecimiento).

Por otro lado, señalamos el peso de la iconografía del arte occidental en la representación de la figura femenina y su utilización para aludir a aspectos como la sexualidad, la peligrosidad o la independencia de las mujeres. Del mismo modo, expusimos la influencia creciente de las imágenes que llegaban de las revistas extranjeras y de nuevas formas de entretenimiento audiovisual como el cine, en un contexto de producción de la prensa en el que la recepción de contenidos extranjeros era muy fluida. Esas imágenes tuvieron el efecto de validar un canon corporal global (principalmente el tipo blanco europeo) que, según hemos visto, entraba en tensión con las características fenotípicas de una buena parte de la población argentina. He argumentado que el hecho de que parte de esta población apareciera también representada en las revistas, pero que aun así el canon corporal que privilegiaba la piel blanca, los rasgos

afinados, el pelo rubio, la silueta esbelta fuera preponderante a la hora de definir la naturaleza femenina como un tipo único de mujer, dependió de los dispositivos de representación que, en sintonía con el marco teórico bajo el cual he analizado el corpus, otorgaron mayor legitimidad a ciertas características y ayudaron a desvalorizar otras. A esto contribuyó sin duda también la solidaridad entre distintos tipos de contenidos: publicidades, ilustraciones de ficción, retratos fotográficos, reproducciones de obras artísticas, secciones de belleza, que en conjunto y gracias a la reiteración configuraron un sentido común acerca de lo que significaba ser “mujer”.

Al exponer estas dependencias estilísticas, técnicas y globales, he procurado apuntar a los componentes fuertemente culturales y políticos del concepto de “naturaleza femenina” que circuló de manera corriente en nuestro período. De hecho, aunque los discursos propusieron el cuerpo como prueba indiscutible de la diferencia radical entre hombres y mujeres, el análisis de esos discursos ha revelado los supuestos de clase y raza que los sostuvieron y que por necesidad establecieron de forma tácita diferencias entre las propias mujeres, aun cuando —tal como hemos comprobado— las mujeres fueron interpeladas como un colectivo homogéneo que sobre todo compartía como rasgo esencial la preocupación por el cuerpo y la apariencia.

La tensión entre un concepto abstracto de feminidad y las características de las mujeres reales, así como la reiteración de la idea de que el embellecimiento es una inclinación natural de las mujeres, explica en parte la circulación intensificada en esas primeras décadas de dispositivos de intervención sobre el cuerpo. La visibilidad creciente del cuerpo femenino, producto de los cambios en la moda y de las necesidades nuevas que imponían las transformaciones de la vida cotidiana, pero también de las posibilidades técnicas que ampliaron la circulación de imágenes, instauraron la noción de que la forma moderna de la feminidad consistía en someter el cuerpo femenino a distintos procedimientos de embellecimiento, como el uso de cosméticos, de dispositivos modeladores de todo tipo, la ingesta de fármacos específicos y la adopción de rutinas corporales. Concebidos en los discursos como formas de ayudar a la naturaleza a revelarse, estos distintos procedimientos recurrieron al léxico científico e higienista para cobrar legitimidad y para presentarse como procedimientos naturales y deseables para *todas* las mujeres, aun cuando, según hemos podido comprobar, al proponer la obtención de características físicas muy específicas —como las manos delgadas y blancas— suscribieron también notables recortes de clase y de raza.

Por otro lado, el análisis también reveló que al proponer las prácticas de embellecimiento como una disposición natural de todas las mujeres, los discursos que circularon en la prensa ilustrada también hicieron visibles los temores acerca de aspectos que aparecían como propios de la naturaleza femenina, como la frivolidad, el amor al lujo, la vanidad y el narcisismo. Estas representaciones de la naturaleza femenina atravesaron un espectro muy amplio de discursos y su reiteración actualizó nociones de larga trayectoria acerca de las mujeres y se enlazó con las

ansiedades que generaba su creciente visibilidad en el espacio público, por ejemplo a través del ingreso al mundo del trabajo, muy intenso en esas primeras décadas del siglo.

Es decir que los discursos acerca de la naturaleza femenina que circularon en la prensa se articularon de manera estrecha con las contradicciones propias de un contexto de modernización como el de la Argentina de principios de siglo. Sus ambigüedades indican en qué medida el concepto de naturaleza femenina fue funcional a determinadas necesidades económicas, políticas y sociales del período, y en qué medida articuló prescripciones sociales, deslegitimó prácticas problemáticas y sirvió a los fines de circunscribir el carácter de la participación de las mujeres en la modernización. Así, por ejemplo, la debilidad del cuerpo femenino, su tendencia a la melancolía y el sentimentalismo y su disposición al sufrimiento fueron ideas que las revistas pusieron en circulación una y otra vez recurriendo a iconografías artísticas de larga trayectoria. Pero debemos entender la reaparición de esas iconografías en las revistas en relación con la promoción de la maternidad como principal realización de las mujeres, en un período tanto de enorme preocupación por el descenso de la natalidad y de circulación de ideas eugenésicas cuanto de ingreso de las mujeres al mundo del trabajo, todos aspectos interrelacionados.

Del mismo modo que aludían veladamente a las preocupaciones por el futuro de la población, las representaciones analizadas revelan las ansiedades de la sociedad argentina del período respecto de algunas prácticas e intervenciones de las mujeres en la vida pública que aparecían como modernas pero se presentaban a su vez como amenazas a la naturaleza de las mujeres. La adopción de cambios en la apariencia, como la moda masculinizada o la melena; costumbres como fumar y beber; formas de participar en la vida moderna como trabajar fuera de casa o sostener ideas feministas fueron prácticas que la prensa tendió a presentar como desnaturalizantes. El motivo era que borroneaban las diferencias entre hombres y mujeres, se presentaban como vías potenciales de pérdida del decoro (un elemento central para la definición de feminidad) o amenazaban con alterar el orden social. Sin embargo, al darles visibilidad a través de representaciones de mujeres, la prensa también otorgó a esas prácticas un medio de difusión inédito y contribuyó a asociarlas con la vida moderna, un efecto que señala, una vez más, la ambigüedad profunda que define la circulación de representaciones femeninas en la prensa, su diversidad, su mutabilidad y su funcionalidad social.

Si en el primer capítulo analizamos cómo el concepto de “naturaleza femenina” que delinearon las representaciones puestas en circulación por la prensa ilustrada se presentó como una definición de lo que significaba ser mujer en un sentido general y deslocalizado, en el segundo capítulo pudimos comprobar la gravitación de esa definición abstracta de la feminidad sobre la representación, bien localizada y específica, de “la mujer argentina”. En efecto, allí recorrimos los significados asociados a ese concepto tal como se perfiló en las representaciones

que la prensa presentó como características de un tipo femenino nacional que borraba, en su asociación privilegiada con la tradición clásica, las múltiples diversidades que componían el colectivo “mujer” en la Argentina de las primeras décadas del siglo XX.

La insistencia de los discursos que circularon hacia el Centenario y también más tarde, tanto en los congresos feministas como en la prensa y las publicaciones conmemorativas, sobre una serie estable de virtudes características de las mujeres del país, es sugestiva de la necesidad del período de definir un tipo capaz de aunar las diferencias de una población cada vez más diversa y de otorgar a ese tipo un valor modélico. La reiteración de valores como el civismo, el altruismo y el decoro, de la importancia de las tareas educativas, de beneficencia y de difusión de la cultura estética, y la presentación de estos valores y tareas como propios de las mujeres de alcurnia desde los inicios de la vida nacional hasta el presente —especialmente mediante su filiación con las patricias argentinas— fue el mecanismo de definición, a través de las representaciones, de ese tipo femenino nacional al que se le concedía una forma muy acotada de participación en la cultura nacional.

Tanto es así, según hemos visto, que el tipo mostró en ocasiones algunas ambigüedades y choques con representaciones alternativas que señalaban los límites de aquel a la hora de pensar la participación de las mujeres en la construcción de la nación. Por un lado, porque obviaba que las mujeres argentinas carecían de derechos políticos aun cuando exaltaba la idea de “madre republicana”. Por otro, porque operaba una selección de clase que solo presentaba como representativas a las mujeres de clase alta. Pero también porque esas mismas mujeres aparecían a veces, en las representaciones, asociadas a prácticas cosmopolitas y a actitudes como la frivolidad que resultaban conflictivas en relación con aquellos otros valores. Es más, estos valores también resultaban deseables para una nación que pretendía presentarse ante el mundo como civilizada y moderna *a través* de su tipo femenino nacional, por ejemplo en las exposiciones universales donde se exhibían retratos de mujeres de la alta burguesía, o a través de la reproducción de esos mismos retratos en la prensa bajo el nombre de “bellezas argentinas”.

De hecho, el análisis que propusimos de esas secciones de retratos, que pronto invadieron las páginas de todo tipo de revistas ilustradas, apunta por un lado a señalar los valores que ellos sostuvieron y por el otro a identificar todas aquellas otras tradiciones que omitieron a la hora de representar a “la mujer argentina”. He sugerido que la notable uniformidad estilística de esos retratos, su dependencia de la retratística neoclásica y las estrategias compositivas, de iluminación, de vestuario, de encuadre y de pose que se reiteran de uno a otro, sumadas al hecho de que en general se los reprodujo en papel de mayor gramaje y enmarcados en importantes marcos, a veces de filiación también clásica, sirvieron a los fines de asociar a las mujeres de la alta burguesía con una serie de nociones como la virtud, el decoro,

cierta idea de republicanismismo aristocratizante, de atemporalidad y de belleza moral que se propuso además, a través de la imponentia del dispositivo de representación, como modélica para el resto de las mujeres argentinas.

Esos retratos dejan claro, por otro lado, que las tradiciones oriental, afroamericana e indígena no tenían cabida en la definición del tipo “mujer argentina”. Por el contrario, como hemos visto, propusieron una belleza ideal muy dependiente del tipo blanco europeo que las revistas habían representado como índice de feminidad y que apareció asociado a cierta idea de primacía cultural. En cambio, solo algunos componentes de la tradición oriental resultaron valorizados en las representaciones de mujeres argentinas en la prensa, principalmente por su carácter moderno y porque permitían aludir a la Argentina como una nación deseable, mientras que la tradición afroamericana apareció obliterada, doblemente descartada como un residuo del pasado y como índice de subalternidad, y por ello como un componente indeseable de la feminidad nacional. Por otra parte, he señalado las ambigüedades que atravesaron las representaciones de las mujeres mestizas (como las chinas) e indígenas, que en sintonía con la revalorización de las tradiciones autóctonas la prensa propuso, en ocasiones, como reservas potenciales de tradición aun cuando, en la práctica, solo se las representó como valorables si aparecían vinculadas a un pasado incontaminado, es decir como fantasía de pureza cultural, y nunca como origen de un mestizaje enriquecedor, a diferencia de lo que ocurrió en otros países de América Latina.

El contacto estrecho de estas formas de representar a las mujeres indígenas, negras, inmigrantes, mestizas, con el contexto de modernización, de sometimiento de la población autóctona, de integración de los inmigrantes, y de proyección de la Argentina hacia el exterior como una nación civilizada y moderna no puede dejar de subrayarse. Lo mismo ocurre con la dependencia de esas formas de representación de “las otras” respecto de las iconografías de la alteridad que circulaban en el Occidente moderno, como los álbumes de tipos y costumbres, las fotografías etnográficas y la pintura orientalista, que fueron, según he tratado de demostrar, inspiración constante de las representaciones que puso en circulación la prensa ilustrada como contraste, y no como componente valorable, del tipo femenino nacional.

Estas selecciones y omisiones, finalmente, se trasladaron a la representación alegórica de la República Argentina. Como era de esperar en un momento de recapitulación del proyecto de nación como fueron las primeras décadas del siglo XX —en el contexto de los centenarios de la Revolución y de la Independencia, de apertura de la ciudadanía política, de la inmigración—, la prensa ilustrada abunda en representaciones de este tipo, y es llamativo comprobar que la Argentina figuró siempre como una mujer joven, blanca, de presencia dominante, vestida a la antigua, en poses y actitudes comparables a las que habían establecido como modélicas los retratos de “bellezas argentinas”. En las distintas variantes que hemos

analizado, aún más, esa representación de la Argentina subrayó ya el progreso nacional, la modernidad y la idea de promesa hacia el futuro o bien enfatizó el modelo fundador instituido por el patriciado en el pasado, tal como había sucedido con el concepto mismo de “mujer argentina”.

Pero si bien esa representación alegórica de la Argentina tuvo, en contadas ocasiones, otras formulaciones que se identificaban menos con el patriciado y más con las mujeres del pueblo, la alegoría de la República no incorporó elementos que aludieran al papel de la cultura indígena, afroamericana ni oriental en la construcción de la nación. Más aún, he apuntado que al identificar a la patria con un sector particular de la sociedad argentina, las representaciones alegóricas legitimaban a ese sector en su rol directriz del desarrollo del país, y específicamente otorgaban a las mujeres de la alta burguesía un papel reproductivo que compensaba simbólicamente la inexistencia de canales de participación política reales para todas las mujeres.

Las formas de participación de las mujeres en el proceso de modernización fueron también sesgadas en las representaciones que usaron la figura femenina como índice del paso del tiempo. En el tercer capítulo continuamos la reflexión iniciada en el capítulo anterior acerca de la vinculación de las mujeres a nociones temporales como la tradición, lo moderno, el atraso o la novedad, y profundizamos en especial las implicancias y los límites de la asociación discursiva de las mujeres —en cuanto representación— a lo moderno. Establecimos, para empezar, que la proliferación de representaciones de la joven moderna en la prensa no necesariamente registró la aparición de esta figura en la sociedad concreta sino que en todo caso condensó una serie de actitudes hacia las transformaciones acarreadas por la modernización. Señalamos asimismo la necesidad de confrontar esa representación de la joven moderna con otras representaciones de mujeres que también connotan comentarios relativos al paso del tiempo, y considerar con especial atención la interacción de esas connotaciones diversas asociadas al signo “mujer” y sus efectos tanto sobre la propia prensa que desplegabla esa interacción como sobre la definición de “mujer” en un contexto social reestructurado.

Uno de los argumentos principales de este capítulo, en efecto, es que la prensa gráfica utilizó las representaciones de mujeres —modernas y tradicionales— para proponerse ella misma como un artefacto moderno. Pero esta alianza no fue de ningún modo casual, sino que dependió de condiciones que se dieron en Argentina por primera vez en esa escala a principios del siglo XX, fundamentalmente la industrialización, que llevó a la ampliación del mercado de bienes de consumo, a la renovación de los modos de producción de impresos y al incremento en la circulación de imágenes, y la expansión del mercado de lectoras y consumidoras. Por otra parte, la alianza de la prensa con las representaciones de mujeres trasciende la utilización de la figura femenina como forma de atraer la mirada de los lectores —aunque ese uso es sin duda insoslayable—. Antes bien, la puesta en circulación de representaciones de mujeres sirvió a la

prensa para potenciar el consumo de la propia prensa y de los productos que se anunciaban en ella, y aquel mercado de lectoras en expansión, que por su misma dinámica expansiva establecía con la prensa y con los bienes de consumo una relación atravesada por la expectativa de lo nuevo, fue el que específicamente explotaron las revistas ilustradas al reproducir representaciones de mujeres siempre renovadas sobre una estructura de reiteración constante, como por ejemplo de lectoras. La representación de lectoras en la prensa es, por ello, tanto una forma de invitar a las lectoras a identificarse con nuevas prácticas de consumo (de la prensa, pero también de otros bienes) cuanto una forma de aludir a los cambios en la forma de consumo de la propia prensa y de otros bienes de consumo. Es una representación femenina cuyas connotaciones temporales la vuelven paradigmática de las transformaciones del período y de la alianza estrecha que establecieron en el período la prensa gráfica y las mujeres.

El capítulo presenta también la idea de que además de representar a lectoras modernas, las revistas ilustradas usaron otras estrategias para ofrecerse como un discurso moderno y siempre renovado. Suscribiendo la idea de que la espectacularización de la figura femenina es esencialmente un fenómeno moderno, las páginas de las revistas confrontaron representaciones de mujeres modernas y mujeres tradicionales, y al desplegar esos contrastes apuntaron a ofrecerse a sí mismas como un dispositivo con temporalidades tan múltiples como la propia idea de feminidad. Por otro lado, las revistas vincularon sistemáticamente esas distintas representaciones a nuevas técnicas de reproducción de imágenes, a nuevos materiales, diagramaciones de página y estéticas (como el estilo modernista y, más tarde, las soluciones formales de algunos movimientos del arte de vanguardia) que, además de otorgar un perfil actual a las publicaciones, crearon una ficción de innovación constante bajo un formato de reiteración de las mismas secciones que volvía esas innovaciones inteligibles en cuanto tales. Aquí, la asociación de la prensa con el discurso de la moda, y de este con la feminidad moderna, fue un elemento clave para instalar estos tres fenómenos como radicalmente contemporáneos.

Sin embargo, mi intención fue demostrar que aun bajo una apariencia de renovación permanente y de una alianza estrecha con el discurso de lo nuevo, los significados asociados al signo mujer continuaron en gran medida inmodificados. Las revistas ilustradas tuvieron, en este aspecto, un papel importante en la actualización de mandatos tradicionales a través de su presentación en formatos que aparecían como modernos por el *efecto* de modernidad que les otorgaban el estilo, la técnica y la materialidad, todas cualidades apreciables por medio de la vista y que habían cobrado relevancia, justamente, gracias a las innovaciones reales en la producción de impresos. Efectivamente, tanto la moda como las tecnologías para el hogar aparecieron en el análisis como consumos “femeninos” que la prensa se afanó en presentar como modernos aun cuando, en la práctica, reinstalaban mandatos tradicionales, como el deber

de embellecerse, casarse, criar hijos y ocuparse de la casa. Sin embargo, al representar esos consumos como epítomes de lo moderno, y más aún como específicamente femeninos, las revistas ilustradas sí contribuyeron a forjar una relación novedosa de las mujeres con la modernización y localizaron con éxito esa relación en el hogar. Con ello circunscribieron dentro de límites estrechos la definición de feminidad moderna que, además, al dejar fuera de esa definición prácticas realmente novedosas como el trabajo extradoméstico, se propuso como una feminidad en esencia ociosa y burguesa (lo cual se condice con muchas de las otras representaciones que hemos analizado).

De modo que las representaciones de mujeres que tematizaban fenómenos modernos, como la moda y el uso de tecnología, no necesariamente sirvieron a los fines de modificar los roles sociales de las mujeres, pero sí tuvieron el importante efecto de instalar la idea de transformación en relación con ellas. Por otro lado fueron un poderoso medio para volver inteligible la nueva concepción del tiempo que conllevaban los cambios en la vida cotidiana y el lugar de los hombres y de distintas mujeres en esos cambios. En este sentido, y de acuerdo a su compromiso declarado con las necesidades del capitalismo que se desenvolvía en Argentina, las revistas ilustradas no solo utilizaron las representaciones de mujeres para presentarse a sí mismas como artefactos modernos sino que, a través de ellas, ayudaron a difundir ideas acerca del uso diferenciado que hombres y mujeres hacían del tiempo y a valorar también diferenciadamente esos usos del tiempo (y así jerarquizarlos).

Sin embargo, según hemos constatado, la distinción tácita que estableció la prensa entre un uso productivo del tiempo, en general atribuido a los hombres, y un uso del tiempo vinculado a los ciclos vitales, atribuido a las mujeres, veló el peso de la exigencia que manifestaban las representaciones de mujeres: que también ese tiempo “femenino” que se representaba como reiterativo, dedicado a los otros, dictado por la naturaleza, estuviese regido por criterios de eficiencia y productividad.

Esa concepción dual y paradójica del uso que las mujeres hacían del tiempo facilitó que las tareas realizadas por las mujeres, como ocuparse de la casa, trabajar a domicilio o criar hijos, aun cuando estaban totalmente integradas a los cambios productivos, no pudieran ser concebidas (de acuerdo con las representaciones) como tareas productivas, sino solo reproductivas y, en coherencia con el contexto de la modernización, que fueran menos valoradas. Asimismo, la gravitación del concepto de naturaleza sobre las representaciones de mujeres en la prensa moduló una concepción de la feminidad que tenía en la edad fértil sus límites temporales precisos. Esto se articuló con la importancia de la maternidad en los discursos sobre las mujeres y problematizó la representación de la vejez como etapa también representativa de la vida femenina. Y a su vez esta cuestión supuso un obstáculo conceptual

mayor a la hora de valorar el trabajo femenino, precisamente porque este se presentaba como incompatible con las “naturales” tareas maternas.

En este análisis de las connotaciones que transmitieron las representaciones de mujeres que contenían comentarios relativos al uso femenino del tiempo, me ha parecido importante detenerme en los argumentos específicamente temporales que complejizaron los debates a propósito del trabajo femenino no solo porque revelan las infinitas ambigüedades que atraviesan ese tema sino también porque de esos argumentos dependió en alguna medida la legislación laboral para pensar la especificidad del trabajo realizado por mujeres, y eso afectó directamente las propias prácticas laborales de las mujeres. La naturalización de la idea, facilitada por las representaciones que circularon en la prensa, de que la crianza de los hijos y las tareas domésticas no remuneradas son una ocupación de las mujeres, por ejemplo, implicó sin duda un conflicto a la hora de pensar la jornada laboral femenina fuera de la casa, pero también veló la dimensión productiva del trabajo doméstico y su sujeción a criterios de eficiencia. Esta doble exigencia sobre las formas de usar el tiempo significaron, para las mujeres, una organización de las horas del día diferente —más fragmentaria, menos lineal— de la que se pensaba para los hombres, y eso a su vez impactó en los modos en que las revistas organizaron en sus páginas los contenidos para hombres y para mujeres.

El hecho de que una buena parte de las revistas de que nos ocupamos imaginaran a sus lectoras como burguesas con tiempo libre —aun cuando por supuesto también representaron mujeres muy distintas— no fue azaroso. De hecho, he argumentado que esa representación fue la piedra fundamental de la alianza que la prensa comercial estableció con las necesidades del capitalismo que se consolidaba en la Argentina del período. Por otro lado, si bien como hemos visto las revistas representaron el uso que las mujeres hacían del tiempo como improductivo, dedicaron una atención constante a ese uso improductivo, a tal punto que la representación del uso que la mujer burguesa hacía del tiempo se convirtió, hacia los años veinte, en uno de los contenidos centrales de las revistas comerciales, y con ellas de muchas otras publicaciones. El trasfondo de esta representación fue, según pudimos comprobar en el análisis, la proposición de las mujeres como consumidoras y objetos de consumo, pero también como posicionadas en un sitio puntual de las relaciones de producción que las diferenciaba esencialmente de los hombres, y que diferenciaba a mujeres de distintas clases sociales y de distintas generaciones entre sí.

La representación del consumo femenino de moda, nuevamente, fue el eje a través del cual las revistas ilustradas articularon distintos aspectos del ritmo de la vida femenina. Funcionó no solo como una forma de incitar al consumo sino también, en una operación mucho más sutil, de preparar a las mujeres para entender la estandarización del tiempo bajo el capitalismo, regular las horas del día, y establecer con el presente una relación de expectativa hacia el futuro que habría de satisfacerse en gran medida mediante el consumo.

Con todo, las revistas comerciales no agotan el discurso de todo el periodismo del período acerca de lo que el futuro deparaba a las mujeres. La prensa feminista, la prensa anarquista y en parte también la prensa de interés general adelantaron otras posibles promesas, y otorgaron un protagonismo característico del período a la noción de emancipación. No hubo consenso acerca del contenido de esa emancipación, que para algunas voces consistía en una mejor legislación que asegurara a las mujeres sus derechos, para otras en una mejor educación, para otras en la ampliación de las oportunidades laborales y para otras más en la satisfacción de deseos de orden sentimental o material. Sin embargo, la centralidad del concepto, del que incluso las revistas comerciales se apropiaron para vender productos, es signo de un emerger en la conciencia social de la necesidad de repensar las relaciones entre hombres y mujeres para reacomodarlas, precisamente, a las transformaciones imparables que se habían desencadenado en el período. No obstante, esta conciencia no siempre se presentó bajo un signo positivo, y de eso dieron también cuenta las representaciones de las relaciones entre hombres y mujeres que tematizaban la inversión de roles que podría suscitarse a raíz de esos cambios.

Justamente, uno de los cambios más visibles que tuvieron lugar en las primeras décadas del siglo XX en Argentina en relación con los hombres y las mujeres fue la creciente participación de estas en la vida pública y su también creciente visibilidad en el espacio público. Por ello, el último capítulo aborda el problema del espacio en las representaciones de mujeres desde cuatro perspectivas distintas: el espacio social, el espacio físico, el espacio visual, gráfico y pictórico y finalmente el espacio mental. Estas distintas formas de concebir el espacio permiten superar la dicotomía clásica entre lo privado y lo público que convencionalmente se utiliza para hablar de las diferencias entre hombres y mujeres, y que valida como hecho la noción puramente ideológica, y discursiva, de la existencia de “esferas separadas” para unos y otras.

De hecho, uno de los objetivos del capítulo es desarticular esa rígida distinción, tan comúnmente aplicada al análisis de las experiencias de hombres y mujeres, en especial en la modernidad, y al mismo tiempo comprender en qué sentido resultó operativa en el período para distinguir a los hombres de las mujeres y a su vez a las mujeres entre sí, partiendo de la idea de que la privacidad como índice de feminidad y respetabilidad fue un imperativo inaplicable, en la práctica, a las mujeres no burguesas, aun si los discursos puestos en circulación por las revistas interpelaron a las mujeres como un colectivo unitario que debía acomodarse a ese imperativo.

Así, el capítulo comienza examinando cuál fue la participación de las revistas ilustradas en la construcción de espacios sociales diferenciados, es decir, un “mundo” de las mujeres distinto del mundo de los hombres, caracterizado por un repertorio limitado de intereses y prácticas sociales. Observamos la transformación de las secciones femeninas de las revistas de interés general e identificamos los temas que cada vez con mayor insistencia las revistas

presentaron como “femeninos”, como el matrimonio, la maternidad, la moda y las tareas domésticas. Discutimos, sin embargo, que esta progresiva limitación de intereses, que ya a principios de los años veinte una segunda generación de revistas femeninas desplegó en todavía más cantidad de páginas con un mayor impacto visual, significara por necesidad que las mujeres habían sido relegadas a lo privado, y planteamos la idea de que, en cambio, al otorgar una visibilidad inédita a ese repertorio de temas, las revistas ayudaron a configurarlos como propios de una identidad pública de las mujeres, con la que se las invitaba a identificarse como colectivo y que era a su vez distinta de la identidad de los hombres. De hecho, señalamos que esos intereses implicaban numerosas intervenciones de las mujeres en lo público, como por ejemplo a través del consumo y las actividades sociales, y que incluso las áreas de interés, como la maternidad, que se podrían pensar como privadas, estaban en realidad en el período convirtiéndose en objeto de injerencia estatal que hacía de las mujeres actores sociales con una función pública muy específica.

Por otro lado, ese universo de intereses que las revistas representaron como femeninos, otorgándoles un carácter prescriptivo a través de su reiteración y a través de la solidaridad entre distintas secciones, no excluyeron algunas actividades en la esfera pública, ni tampoco prácticas que se desarrollaban en el espacio público en cuanto espacio físico. No obstante, he sugerido que la compatibilidad de esas actividades y prácticas con el concepto de feminidad restrictivo, burgués, que insistía sobre la importancia de la privacidad, residió precisamente en que algunas de esas actividades y prácticas se concibieron en los discursos como extensiones del espacio social de la feminidad, que a su vez se había presentado como “naturaleza” de las mujeres.

Así, actividades públicas como la beneficencia, la actividad social o la práctica artística aparecieron en las representaciones como inclinaciones naturales de las mujeres que no entraban en conflicto con el imperativo de privacidad. Sin embargo, he apuntado que esa forma de entender esas prácticas impactó negativamente sobre el alcance que se les concedía en la esfera pública. Los espacios de la feminidad, a la vez que hacían inteligibles esas intervenciones de las mujeres en lo público, impedían que fueran valoradas del mismo modo que las intervenciones de los hombres.

Los espacios de la feminidad mediaron también en la habilitación o la inhabilitación discursiva de determinadas ocupaciones del espacio físico por parte de las mujeres. El análisis de las representaciones femeninas que pusieron en escena muy distintas revistas ilustradas reveló, en efecto, que si bien el espacio doméstico fue representado como el escenario natural de la vida femenina, los espacios públicos que se estaban definiendo en el período como característicos de la sociabilidad burguesa también fueron representados como ámbitos de acción de las mujeres, como el teatro, algunas calles comerciales y algunos espacios verdes.

Más aún, la creciente representación de estos espacios como ámbitos femeninos tuvo estrecha relación con la propia transformación del concepto de feminidad moderna, dentro del cual la libertad de movimiento adquirió protagonismo. Pero este fenómeno estuvo ligado, a su vez, a la redefinición de la feminidad en relación con el consumo, que por otro lado dejaba fuera de esa definición a las mujeres cuya relación con el consumo, o con los espacios de la sociabilidad burguesa, era diversa.

Si los espacios de la feminidad, en toda su restricción burguesa, validaron la ocupación de determinados espacios públicos, también volvieron problemática la ocupación de zonas de la vía pública que entraban en conflicto con algunos de los presupuestos principales de la noción de feminidad. El transporte público en especial apareció en nuestro análisis como un territorio donde se suspendía la dinámica de las relaciones sociales que prescribían las normas burguesas y, por eso mismo, como un lugar donde se ponía en entredicho la feminidad de las mujeres y donde a la vez ellas podían ejercer una nueva autoridad. Las costumbres nuevas que imponía la circulación en estos espacios, y también la moda, aparecieron en las representaciones como los medios a través de los cuales las mujeres podían posicionarse de otro modo en la relación de fuerzas que es siempre la relación entre los sexos.

Esto matiza, a su vez, la idea de que la circulación de las mujeres en el espacio público en nuestro período estuvo saturada por el problema del acoso sexual y verbal, es decir por el problema moral. En todo caso, como han demostrado las representaciones analizadas, ese problema se presentó bajo distintas luces según se tratara de mujeres de distinta extracción étnica y social, lo que confirma una vez más que también la ocupación del espacio fue una variable de diferenciación de las mujeres entre sí. Efectivamente, el examen de las distintas actitudes hacia la ocupación del espacio público por diferentes mujeres, y aun de la relación de las mujeres con el espacio público y privado, nos permitió identificar nuevos patrones de representación de la diferencia social y étnica entre mujeres, y sugerir que si la interioridad fue la clave de la representación de las mujeres burguesas, la clase muchas veces se expresó a través de la representación de las mujeres en el exterior, como consustanciadas con el espacio urbano y con los ámbitos de entretenimiento popular. De allí que no todos los espacios públicos aparecieran habilitados a las mujeres por igual y, más aún, que determinadas actividades que implicaban la circulación en el espacio público, como por el ejemplo el trabajo extradoméstico, resultaran incompatibles con la noción de feminidad precisamente porque estaban atravesadas por el estigma de la clase.

Sin embargo, las representaciones sugieren que la habilitación o inhabilitación (siempre discursiva, desde luego) de la ocupación del espacio público por parte de mujeres tampoco dependió exclusivamente de la clase social, ni de las prácticas que validaban los espacios de la feminidad. El caso de la práctica artística, sobre la que nos detuvimos para analizar este

problema, demuestra que aun actividades en principio virtuosas y “femeninas” como las artes acusaron el impacto de los estigmas de clase y moral que teñían algunas intervenciones de mujeres en lo público, y que el asunto específico del espacio físico determinó cómo podían ser representadas esas prácticas femeninas y, al mismo tiempo, hasta qué punto podían ser realmente valoradas como actividad profesional. Al cargar con las ambigüedades de una profesión que se pretendía espiritual pero que tenía una dimensión económica, que dependía de la circulación pública para legitimarse, que requería conocimientos que podían juzgarse inmorales, las representaciones de la práctica artística de mujeres evidencian las contradicciones que planteaba en general el problema del trabajo femenino a una noción de feminidad burguesa decorosa, privada, decorativa, doméstica, y recuerdan que los argumentos en contra del trabajo femenino estuvieron modulados por matices conceptuales de todo tipo.

El modo en que las representaciones respondieron a esos obstáculos conceptuales tuvo, por otro lado, un efecto sensible sobre la propia valoración de las prácticas de las mujeres. Así, en el caso de las artistas, comprobamos que el énfasis en la representación de la actividad artística como doméstica y respetable, y por otro lado de las propias artistas como espectáculo agradable, si bien contribuyó a facilitar su visibilidad en la prensa también orientó su fortuna crítica posterior.

La representación de las artistas como espectáculo es también un ejemplo clásico del tópico, tan frecuentado por las representaciones de mujeres en el espacio público, de las mujeres como espectáculo ofrecido a la mirada masculina. He subrayado que la prensa gráfica relanzó esta idea tradicional acerca de las mujeres y que gracias a las nuevas posibilidades técnicas con las que se expandió a principios de siglo la convirtió de algún modo en realidad al saturar el espacio urbano de representaciones que las tenían como protagonistas. Esta visibilidad de las mujeres en el espacio visual, imposible de obviar al pensar en la transformación de la cultura visual del período, tuvo lugar incluso antes, y con mayor intensidad, de que las mujeres conquistaran realmente los espacios físicos que sí habían conquistado sus representaciones visuales y textuales.

Al comprobar la omnipresencia de la imagen femenina en el espacio visual, que vinculamos una vez más a la explotación de la asociación tradicional entre el concepto de venta y el signo “mujer”, me he preguntado si esa ubicuidad que se inauguró justo en este período no propició un nuevo tipo de relación entre hombres y mujeres mediada por la proposición de las mujeres como objeto, su fetichización a través de la fragmentación, del énfasis material y técnico en algunos aspectos de su cuerpo y de la exacerbación de su visibilidad en cuanto superficie satisfactoria en sí misma. Sugerí que una forma de entender el estallido de representaciones de mujeres en la prensa ilustrada de esos años se relaciona estrechamente con la reestructuración de la sociedad argentina que estaba teniendo lugar en el contexto de la

modernización, y que al igual que había sucedido en otros países, en Argentina hubo en ese momento una confluencia de factores técnicos, materiales, socioeconómicos y políticos que contribuyeron a la intensificación de la conversión de la imagen femenina en un objeto de apropiación justo cuando las mujeres en apariencia se “liberaban” de antiguas sujeciones y restricciones. Es decir que esa objetivización puede entenderse como un modo de administrar la amenaza que suponía una participación real y más visible de las mujeres, que significaban la diferencia respecto de la norma (masculina), en lo público.

La hipótesis que plantee en esta parte del último capítulo fue que las revistas ilustradas en su conjunto, y más allá de sus diferencias, contribuyeron mediante operaciones gráficas específicas a presentar a las mujeres como imagen apropiable a través de la mirada. Las revistas ilustradas funcionaron en este aspecto solidariamente entre sí y utilizaron los recursos propios de su medio para enfatizar la cualidad superficial de las mujeres y, al proponerlas como imagen, establecer en términos de fantasía una relación de control sobre ellas que respondía muy sugestivamente a los cambios en las relaciones entre los sexos que se desarrollaban por su lado a un ritmo irrefrenable. Al fragmentarlas, embellecer sus partes, enmarcar sus representaciones dentro de límites precisos, subrayar la belleza de su aparición en cuanto superficie, y hacerlo en diferentes secciones, en relación con muy distintos contenidos, en asociación con materialidades atractivas, y sobre todo muy reiteradamente, las revistas ilustradas hicieron su contribución singular a la redefinición del modo en que las mujeres podían ser imaginadas como actores sociales del presente.

Extendí esta hipótesis también a la manera en que las representaciones visuales situaron a las mujeres en el espacio pictórico, y presenté numerosos ejemplos en los que es apreciable la tendencia a comprimir el espacio en el que ellas aparecen y a borrar los indicadores espaciales. Si bien también apuntamos que las representaciones masculinas acusaron el impacto de los estilos modernos y presentaron en ocasiones la misma tendencia a la compresión, la fragmentación y la deslocalización, señalé que es sobre todo la diferencia cuantitativa, el hecho de que las representaciones de mujeres superen en volumen a las de hombres, lo que posibilita interpretar como más determinante para las mujeres esa compresión espacial y deslocalización de sus representaciones, que en términos de efectos de sentido ayudó a correr a las mujeres del referente aquí y ahora y a proponer la visibilidad como su única forma de realización y de existencia. Mi intención fue entender los efectos de sentido de determinadas soluciones plásticas en relación con los cambios en las relaciones sociales, e invitar a pensar las representaciones visuales, aunque no sea posible comprobarlo, no como reflejos directos y mecánicos de los cambios sino como síntomas y ensayos de administración de las ansiedades y amenazas que ellos planteaban al equilibrio de esas relaciones.

Creo interesante, con todo, señalar el efecto paradójico, y también muy característico del funcionamiento de la prensa, que han de haber tenido estas representaciones que restringían la aparición pública de las mujeres a la imagen. Dado que la visibilidad que les otorgaba, aun como imagen, también las imponía como actores insoslayables del presente y, sobre todo, invitaba a las mujeres a identificarse con una variedad creciente de representaciones en conflicto.

La última sección del capítulo se relaciona con esta variedad virtualmente infinita y sugiere que fue más bien ella, y no tanto el contenido manifiesto de las representaciones, lo que repercutió en la complejización del espacio mental de las mujeres, o dicho de otro modo, en la posibilidad de que las mujeres imaginaran y actuaran la feminidad de modos crecientemente diversos que comprendían tanto la identificación como la resistencia a sus principales presupuestos. Las propias revistas pusieron en escena representaciones en conflicto en relación con temas como la apariencia —al sostener el imperativo de embellecimiento y presentarlo también como sede de la falsedad femenina y como contrario al pudor y la modestia—, el consumo —al proponer a las mujeres como irracionales y, al mismo tiempo, concederles la inteligencia, eficiencia y responsabilidad de esa tarea que también resultaba emancipadora—, el trabajo y las profesiones —que aparecieron como deseables y signos de progreso, pero también como obstáculos al atractivo de las mujeres—. La existencia de estas representaciones en conflicto es clave no solo porque significan una falta de consenso en sí misma productiva respecto de la relación que las mujeres debían tener con esos temas (que implicaban prácticas sociales concretas) sino, más bien, porque ante tales contradicciones solo es posible ejercer la crítica. El desarrollo de una actitud crítica ante la idea o las ideas de “mujer” que proponían los discursos puestos en circulación por las revistas es, entonces, lo que imagino como efecto de la lectura de revistas y como clave de su potencial transformador —no siempre realizado— en el período que estudiamos.

Durante la escritura de esta tesis varios fenómenos relacionados con la representación de las mujeres en los medios gráficos tuvieron resonancia pública y movilizaron nuevas representaciones, y otras muy antiguas, acerca de las mujeres. En el tratamiento que la prensa ha hecho de distintos casos de violencia de género, según el origen étnico y social de las víctimas de abusos, desapariciones y asesinatos, está penosamente vigente la diferenciación de las mujeres entre sí de acuerdo a una norma no escrita, pero sí visibilizada hasta el cansancio, acerca de lo que significa (y no significa) ser “mujer”. En relación con este problema urgente, y trascendiéndolo, las manifestaciones en torno a la consigna “Ni una menos” actualizaron también reflexiones públicas, y del público, acerca de la naturalizada división sexual del trabajo, acerca de la apropiación del cuerpo femenino a través de la mirada, acerca de las técnicas de la apariencia, y acerca de la circulación de las mujeres en el espacio público, entre otros muchos

problemas que hemos visto ya presentes en las representaciones que pusieron en circulación hace un siglo las revistas ilustradas argentinas.

Las ambigüedades en torno de esos problemas siguen vigentes. La visibilidad de las mujeres, que en estos cien años no ha dejado de crecer y transformarse, sigue aún atravesada por paradojas de sentido que median la interpretación social de las prácticas concretas de las mujeres. Si es cierto e importante tener presente, para desarticular la naturalización de ciertos presupuestos, que tal como afirmara Griselda Pollock “Todo lo que tiene una historia, probablemente haya sido muy diferente en el pasado”,² igual de importante es registrar las continuidades que aún nos atan intelectual y afectivamente a una comprensión de las mujeres como expresiones de una feminidad predefinida y prescriptiva que condiciona sus intervenciones y la valoración de esas intervenciones en los asuntos públicos.

El objetivo de este estudio ha sido desarmar los presupuestos que estructuraron la noción de feminidad a principios del siglo XX a través de un análisis de representaciones de esa feminidad cuya vigencia sorprende todavía hoy en la publicidad, los debates políticos, los programas de entretenimiento, las redes sociales, y por supuesto en la prensa gráfica. El hecho de que muchas de esas representaciones sigan vigentes no debe hacernos perder de vista que las primeras décadas del siglo fueron inaugurales para muchas de ellas, y que aunque por supuesto se vincularon con las representaciones femeninas del pasado, la coyuntura política, social, económica e industrial particular del período significó una expansión inédita de esas representaciones, su circulación en soportes materiales muy diversos, en asociación con discursos también diversos, que a la vez las generalizaron y permitieron que socavaran la autoridad de unas y otras entre sí. Entender la génesis de esas representaciones, las fuentes de su potencia para convocar identificaciones o resistencias, y atender a los efectos de sentido de las técnicas, las materialidades y las formas bajo las cuales se ofrecieron a sus espectadores, nos ha ayudado a desautomatizar la comprensión de las transformaciones en las relaciones de género en el período y a pensar de qué modo las representaciones organizan permanentemente clasificaciones de género, clase, raza, etnia o generación que además se atraviesan entre sí.

Se han abierto, finalmente, varios interrogantes en torno a temas que requerirían mayor profundización: la comparación entre representaciones femeninas y masculinas, las particularidades de la circulación y recepción de las revistas en el período, las condiciones de producción de las revistas y sus vínculos con la prensa extranjera, la participación concreta de las mujeres en esas condiciones de producción. Todos estos temas, que hemos atisbado a lo largo del estudio, merecen una aproximación más detenida que, espero, encontrará en este trabajo un fértil punto de partida.

² *Visión y diferencia. Feminismo, feminidad e historias del arte*, Buenos Aires, Fiordo, 2013 [1988], p. 90.

Fuentes y bibliografía

a. Fuentes

Revistas

Acción Obrera. Órgano oficial del sindicato obrero de la industria del mueble
Aconcagua. Revista mensual ilustrada
Almanaque de la Mujer. Literario, enciclopédico, artístico, informativo y mundano
Almanaque Peuser
América Hispánica. Revista mensual ilustrada
Arte y Trabajo. Revista regional ilustrada
Athéna. Revista mensual ilustrada de intercambio intelectual argentino-francés
Athinae. Revista mensual de arte. Órgano del Centro de Estudiantes de Bellas Artes
Atlántida. Ilustración semanal argentina
Augusta. Revista de arte
Bandera Proletaria. Órgano de la Unión Sindical Argentina
Búcaro Americano. Periódico de las Familias
Caras y Caretas. Revista semanal ilustrada
Columbia. Ilustración artística sudamericana
El Carpintero y Aserrador. Órgano del Sindicato de Carpinteros, Aserradores y Anexos
El Cuento Ilustrado
El Hogar. Magazine quincenal de las familias, luego Ilustración semanal argentina
El Obrero Gráfico. Órgano de la Federación Gráfica Bonaerense
El Plata. Órgano estudiantil dedicado a las familias. Revista ilustrada de letras y actualidades
El Riel Porteño. Publicación mensual de la Compañía de Tranvías Anglo-Argentina
El Sol. Magazine ilustrado de actualidad. Publicación quincenal
El Suplemento. Revista mensual editada por La Novela Semanal
Elegancias
Femenil. Ilustración semanal argentina
Fray Mocho. Semanario festivo, literario, artístico y de actualidad
Gran Guñol. Semanario popular ilustrado
Idea Latina. Revista quincenal
Ideas y Figuras. Revista semanal de crítica y arte
Iris. Semanario popular, luego Semanario humorístico
Ilustración Histórica
Ilustración Histórica Argentina
La Ilustración Sud-Americana. Revista ilustrada de las naciones sud-americanas
La Mujer y la Casa. Revista mensual
La Nación Magazine
La Nota. Revista mensual pro naciones aliadas
La Novela Picaresca. Publicación quincenal ilustrada
La Novela Semanal
La Protesta. Suplemento semanal
La Semana Universal
La Vida Moderna. Semanario-magazine argentino
Letras Argentinas. Revista mensual ilustrada
Los Pensadores. Revista de selección universal, luego Revista de selección. Arte, crítica y literatura
Lux. Revista quincenal ilustrada
Mundial Magazine. Arte, ciencias, historia, teatro, actualidades, modas
Mundial. La revista para todos
Mundo Argentino. Semanario popular ilustrado
Myriam. Revista ilustrada. Arte, literatura, crónicas sociales, beneficencia, sports
Nativa. Revista mensual ilustrada
Nuestra Causa. Revista mensual del movimiento feminista
Nuestra Tribuna. Quincenario femenino de ideas, arte, crítica y literatura

Nueva Era. Revista socialista ilustrada
Olympia. Revista quincenal ilustrada
Páginas de Columba. Revista argentina ilustrada
Para Ti. Todo lo que interesa a la mujer
PBT. Semanario infantil ilustrado para niños de 0 a 80 años
Plus Ultra. Suplemento de Caras y Caretas
Proa. Revista de renovación literaria
Revista del Consejo Nacional de Mujeres de la República Argentina
Riqueza Argentina. Economía-finanzas-comercio-industria
Sport Ilustrado
Tit-Bits. Revista argentina ilustrada de todo lo más interesante, útil y ameno de los libros, periódicos y colaboradores del mundo
Unión y Labor. Revista mensual. Órgano del progreso femenino y protección del niño
Vida Ilustrada. Revista semanal de informaciones, literatura y arte
Vida Porteña. Semanario magazine ilustrado
Vogue

Diarios

La Nación
La Prensa
La Época
El Diario (edición extraordinaria de 1933)

Memorias, actas de congresos, documentos oficiales y obras literarias

AA.VV., *Álbum Gráfico de la República Argentina en el primer centenario de su independencia. 25 de mayo 1810-1910*, Buenos Aires, L. J. Rosso & Cía., 1910.
 AA.VV., *Centenario argentino. Álbum historiográfico de ciencias, artes, industria, comercio, ganadería y agricultura*, Buenos Aires, Cabral, Font y Cía., 1910.
 AA.VV., Edición extraordinaria de *El Diario*, enero de 1933.
 AA.VV., *Guía periodística argentina*, Buenos Aires, Lerose y Montmasson, 1913.
 AA.VV., *Primer Congreso Femenino. Buenos Aires 1910. Historia, actas y trabajos*, Córdoba, Universidad Nacional de Córdoba, 2008 [1910].
 AA.VV., *Primer Congreso Patriótico de Señoras en América del Sud*, Buenos Aires, Consejo Nacional de Mujeres/Imprenta Europea de M. A. Rosas, 1910.
 ABELLA DE RAMÍREZ, María, *Ensayos feministas*, Montevideo, El Siglo Ilustrado, 1965.
 ALDAO, Elvira, *Veraneos marplatenses de 1887 a 1923*, Córdoba, Buena Vista, 2012 [1923].
 ÁLVAREZ, José S., *Galería de ladrones de la Capital 1880-1887*, Buenos Aires, Imprenta del Departamento de Policía de la Capital, 1887, 2 vols.
 AUGHINBAUGH, W. E., *Advertising for Trade in Latin America*, Nueva York, The Century, 1922.
 BAYO, Ciro, *Vocabulario criollo español sud-americano*, Madrid, Librería de los sucesores de Hernando, 1910.
 BIALET MASSÉ, Juan, *Informe sobre el estado de las clases obreras argentinas*, tomo 2, La Plata, Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires, 2010 [1904].
 BUNGE, Carlos O., *Nuestra Patria*, Buenos Aires, Ángel Estrada, 1910.
 CÁMARA DE DIPUTADOS, *Diario de sesiones del Congreso Nacional*, 28ª reunión, 10ª sesión ordinaria, 7 de septiembre de 1906, p. 789 y ss.
 —, *Diario de sesiones del Congreso Nacional*, 17ª reunión, 8ª sesión ordinaria, 12 de julio de 1907, pp. 438 y ss.
 CARRANZA, Adolfo P., *Patricias argentinas*, Buenos Aires, Sociedad Patricias Argentinas “Dios y Patria”, 1910 [1901].
 CHUECO, Manuel C., *La República Argentina en su primer centenario*, Buenos Aires, Compañía Sud-Americana de Billetes de Banco, 1910.
 CONSEJO NACIONAL DE MUJERES, *Primer congreso patriótico de señoras en América del Sud*, Buenos Aires, Imprenta Europea de M.A. Rosas, 1910.
 — *Congreso y Exposición del Centenario del Consejo Nacional de Mujeres*, Buenos Aires, Imprenta Alfa y Omega, 1910.

- FONT, Miguel, *La mujer. Encuesta feminista argentina*, Buenos Aires, 1921.
- GÁLVEZ, Manuel, *Amigos y maestros de mi juventud* [1944], en *Recuerdos de la vida literaria*, vol. 1, Buenos Aires, Taurus, 2002.
- GRIERSON, Cecilia, *Educación técnica de la mujer*, Buenos Aires, Talleres de la Penitenciaría Nacional, 1902.
- HAMMERTON, J. A., *The Real Argentine. Notes and Impressions of a Year in the Argentine and Uruguay*, Nueva York, Dodd, Mead and Company, 1915.
- , *The Argentine through English Eyes. And a Summer in Uruguay*, Londres, Hadder & Stoughton, 1916.
- HURET, Jules, *La Argentina. De Buenos Aires al Gran Chaco*, París, Eugène Fasquelle y Louis Michaud, [1914].
- LÓPEZ, Elvira, *El movimiento feminista. Primeros trazos del feminismo en la Argentina*, Buenos Aires, Biblioteca Nacional, 2009 [1901].
- LOZANO MOUJÁN, José María, *Apuntes para la historia de nuestra pintura y escultura*, Buenos Aires, García Santos, 1922.
- LUGONES, Leopoldo, *Didáctica*, Buenos Aires, Otero y Cía., 1910.
- LUPATI GUELFÍ, Cesarina, *Vida argentina*, Barcelona, Maucci, 1910.
- MARTÍNEZ, Alberto B., *Censo general de educación*, Buenos Aires, Talleres de Publicaciones de la Oficina Meteorológica Argentina, 1909.
- , *Tercer censo nacional levantado el 1 de junio de 1914*, Buenos Aires, Talleres Gráficos L. J. Rosso, 1916.
- OCAMPO, Victoria, *Testimonios: sexta serie*, Buenos Aires, Sur, 1963.
- , *Testimonios: décima serie*, Buenos Aires, Sur, 1977.
- , *Autobiografía II. El imperio insular*, Buenos Aires, Sur, 1980.
- , *Autobiografía III. La rama de Salzburgo*, Buenos Aires, 1988 [1981].
- PAGANO, José León, *El arte de los argentinos*, Buenos Aires, edición del autor, 1937-1940, 3 vol.
- PEERS DE PERKINS, Carmen, *Éramos jóvenes... seguimos andando. El siglo y yo*, Buenos Aires, Letras de Buenos Aires, 1983.
- QUESADA, Vicente, *Memorias de un viejo. Escenas de costumbres de la República Argentina*, Buenos Aires, Solar, 1942 [1888].
- ROJAS, Ricardo, *Blasón de plata*, Buenos Aires, La Facultad, 1922 [1910].
- , *Eurindia*, Buenos Aires, La Facultad, 1924.
- ROUCO BUELA, Juana, *Historia de un ideal vivido por una mujer*, Buenos Aires, Reconstruir, 1964.
- S/A, “Ley 5.291 reglamentando el trabajo de las mujeres y los niños”, *Boletín oficial de la República Argentina*, año 15, n° 4177, 17 de octubre de 1907.
- SCHIAFFINO, Eduardo, *La pintura y la escultura en la Argentina*, Buenos Aires, Edición del autor, 1933.
- , *La evolución del gusto artístico en Buenos Aires*, Buenos Aires, Francisco A. Colombo, 1982.
- SIMMEL, Georg, *Cultura femenina y otros ensayos* [1911], Madrid, Revista de Occidente, 1934.
- SOIZA REILLY, Juan José de, *La ciudad de los locos*, Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2007 (edición a cargo de María Gabriela Mizraje).
- UGARTECHE, Félix, *La imprenta argentina. Sus orígenes y desarrollo*, Buenos Aires, Talleres Gráficos R. Canals, 1929.
- VÉLAZ PALACIOS, Matilde, *Memorias. El libro que no debe faltarle a ninguna mujer*, Buenos Aires, Amorrortu, 1933.
- ZUBIAUR, J. B., *La enseñanza práctica e industrial en la República Argentina*, Buenos Aires, Félix Lajouane, 1900.

b. Bibliografía general y específica

- AA.VV., *Emblèmes de la liberté. L'image de la République dans l'art du XVIè au XXè siècle*, Berna, Staempfli, 1991.
- AA.VV., *Estudios Visuales*, n° 1, Murcia, noviembre de 2003.
- AA.VV., *Historia de revistas argentinas*, Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores de Revistas, 1995-2001, 4 tomos.
- AA.VV., *La fotografía en la historia argentina*, Buenos Aires, Arte Gráfico Editorial Argentino, 2005.
- AA.VV., *La noche española. Flamenco, vanguardia y cultura popular 1865-1936*, Madrid, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2008.
- AA.VV., *Women, Culture, and Politics in Latin America*, Berkeley, University of California Press, 1990.

- ACHA, Omar y Paula Halperín (comp.), *Cuerpos, géneros e identidades. Estudios de historia de género en Argentina*, Buenos Aires, Ediciones del Signo, 2000.
- ACOSTA, Mariclaire, “Los estereotipos de la mujer mexicana en las fotonovelas” [1973], en *Revista Diálogos. Antología*, México D.F., El Colegio de México, 2008, pp. 179-184.
- AGULHON, Maurice, *Marianne au combat*, París, Flammarion, 1979.
- y Pierre Bonte, *Marianne. Les Visages de la République*, París, Gallimard, 1992.
- ALONSO, Paula (comp.), *Construcciones impresas. Panfletos, diarios y revistas en la formación de los Estados nacionales en América Latina, 1820-1920*, Buenos Aires, FCE, 2004.
- ALTAMIRANO, Carlos y Beatriz Sarlo, *Ensayos argentinos. De Sarmiento a la vanguardia*, Buenos Aires, Ariel, 1997 [1983].
- AMELANG, James y Mary Nash, *Historia y género. Las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Valencia, Alfons el Magnánim, 1990.
- AMENGUAL, Lorenzo Jaime, *Alejandro Sirio, el ilustrador olvidado*, Buenos Aires, Ediciones de la Antorcha, 2007.
- ANDERSON, Benedict, *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Londres, Verso, 2006 [1983].
- ANDERSON, Patricia, *The Printed Image and the Transformation of Popular Culture*, Oxford, Clarendon Press, 1991.
- ANDREWS, George Reid, *Los afroargentinos de Buenos Aires*, Buenos Aires, De la Flor, 1989.
- AREA, Leila, *Álbum de Señoritas de Juana Manso. Periodismo y frustración para un proyecto “doméstico” de fundar una nación*, Buenos Aires, Feminaria, 2005.
- ARFUCH, Leonor, “Una mujer es una mujer. Notas para una semiótica de lo femenino en los medios”, *Mora*, n° 2, Buenos Aires, noviembre de 1996, pp. 112-124.
- ARIAS ANGLÉS, Enrique, *Pintura orientalista española 1890-1930*, Madrid, Fundación Banco Exterior, 1988.
- , “La visión de Marruecos a través de la pintura orientalista española”, *Mélanges de la Casa de Velázquez*, 2007.
- ARIZA, Julia, “Bellezas argentinas y *femmes de lettres*. Representaciones de la mujer en la revista ilustrada *Plus Ultra* (1916-1930)”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2009, pp. 81-106.
- , “Artes femeninas y artistas mujeres. Sus representaciones en la prensa periódica de Buenos Aires (1910-1930)”, en AA.VV., *Mujeres y género: poder y política. Actas de las X Jornadas nacionales de historia de las mujeres/ V Congreso iberoamericano de estudios de género*, Luján, 2010, Cd-rom.
- , “La zona intermedia. El rol de la prensa ilustrada en la fortuna crítica de artistas mujeres argentinas”, en *Actas del XXIX International Congress of the Latin American Studies Association*, Toronto, 2010.
- , “Bellezas impresas: retratos fotográficos de mujeres en la prensa periódica ilustrada de Buenos Aires a comienzos del siglo XX”, en *Actas de las VI Jornadas nacionales Espacio, memoria e identidad*, Rosario, CEEMI, 2011, Cd-rom.
- , “Mujeres del arte. Diletantismo, profesionalización y modernidad en las primeras décadas del siglo XX en Argentina”, en *Actas del XXX International Congress of the Latin American Studies Association*, San Francisco, 2012.
- , “Del caballete al telar. La Academia Nacional de Bellas Artes, las escuelas profesionales y los debates en torno de la formación artística femenina en la Argentina de la primera mitad del siglo XX”, *Artelogie*, n° 5, París, octubre de 2013, online.
- , “Las otras. Presencia de lo oriental, lo afroamericano y lo indígena en la representación de mujeres en la prensa periódica ilustrada argentina de las primeras décadas del siglo XX”, *19e/20*, vol. 10, n° 1, Río de Janeiro, enero-junio de 2015, online.
- y Georgina Gluzman, “Mujeres virtuosas e ilustradas: los retratos de *Búcaro Americano. Periódico de las Familias* (1896-1908)”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*, Buenos Aires, Edhasa, 2013, pp. 76-107.
- ARMANDO, Adriana, “Mujeres y revistas culturales: algunas expresiones en torno a los años veinte”, en *Actas de las V Jornadas nacionales Espacio, memoria e identidad*, Rosario, CEEMI, 2008.
- , *La naturaleza de las mujeres. Artistas rosarinas entre 1910 y 2010*, Rosario, Fundación Osde, 2010.
- ARMSTRONG, Nancy, *Deseo y ficción doméstica. Una historia política de la novela*, Madrid, Cátedra, 1991 [1987].

- ARMUS, Diego (comp.), *Mundo urbano y cultura popular. Estudios de historia social argentina*, Buenos Aires, Sudamericana, 1990.
- , “El viaje al centro. Tísicas, costureritas y milonguitas en Buenos Aires, 1910-1940”, *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, tercera serie, n° 22, Buenos Aires, segundo semestre de 2000, pp. 101-124.
- , *La ciudad impura. Salud, tuberculosis y cultura en Buenos Aires, 1870-1950*, Buenos Aires, Edhasa, 2007.
- ARTUNDO, Patricia, *Norab Borges. Xilografías 1918-1921*, Buenos Aires, 1989, mimeo.
- , *Norab Borges. Obra gráfica 1920-1930*, Buenos Aires, FNA, 1994.
- (dir.), *Arte en revistas. Publicaciones culturales en la Argentina 1900-1950*, Rosario, Beatriz Viterbo, 2008.
- y María Inés Saavedra, *Leer las artes. Las artes plásticas en ocho revistas culturales argentinas. 1878-1951*, Buenos Aires, Instituto de Teoría e Historia del Arte “Julio E. Payró”, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2002.
- ATIWOOD, Lynne, *Creating the New Soviet Woman. Women’s Magazines as Engineers of Female Identity, 1922-53*, Londres, Palgrave/MacMillan, 1999.
- AUZA, Néstor T., *Periodismo y feminismo en la Argentina (1830-1930)*, Buenos Aires, Emecé, 1988.
- AVARO, Nora et al., *Emilia Bertolé. Obra poética y pictórica*, Rosario, Editorial Municipal de Rosario, 2006.
- BABINO, María Elena, “Los modelos españoles en la construcción de la identidad artística argentina 1910-1930”, *Rasgos de identidad en la plástica argentina*, Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano, 1994, pp. 79-107.
- BACCI, Claudia y Laura Fernández Cordero, “Ferozes de lengua y pluma. Sobre algunas escrituras de mujeres anarquistas”, *Políticas de la memoria*, n° 6-7, Buenos Aires, verano de 2006-2007, pp. 190-195.
- BALDASARRE, María Isabel, *Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2006.
- , “La imagen del artista. La construcción del artista profesional a través de la prensa ilustrada”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2009, pp. 47-80.
- , “Mujer/artista: trayectorias y representaciones en la Argentina de comienzo del siglo XX”, *Separata*, año 11, n° 16, Rosario, octubre de 2011, pp. 21-32.
- “Enclave latinoamericano (o en clave latinoamericana): el arte y los artistas en *Mundial Magazine* de Rubén Darío”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*, Buenos Aires, Edhasa, 2013, pp. 197-225.
- BALLENT, Anahí, “La ‘casa para todos’: grandeza y miseria de la vivienda masiva”, en Fernando Devoto y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, tomo 3, *La Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad*, Buenos Aires, Taurus, 1999, pp. 19-47.
- BANTA, Martha, *Imaging American Women. Idea and Ideals in Cultural History*, Nueva York, Columbia University Press, 1987.
- , “Introduction”, en Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class* [1899], Oxford, Oxford University Press, 2007, pp. vii-xxix.
- BARBIER, Frédéric, “L’industrialisation des techniques”, en Roger Chartier y Henri-Jean Martin, *Histoire de l’édition française*, tomo 3, *Le temps des éditeurs*, París, Fayard/Promodis, 1990.
- BARCIA, Pedro Luis, *Léxico del mate*, Buenos Aires, Academia Argentina de Letras, 2007.
- BARRANCOS, Dora, “El contrafeminismo del feminismo anarquista”, *Anarquismo, educación y costumbres en la Argentina de principios de siglo*, Buenos Aires, Contrapunto, 1990.
- , “Contraconcepcionalidad y aborto en la década de 1920: problema privado y cuestión pública”, *Estudios Sociales*, n° 1, Santa Fe, 1991.
- (comp.), *Historia y género*, Buenos Aires, CEAL, 1993.
- , “Mujeres de *Nuestra Tribuna*: el difícil oficio de la diferencia”, *Mora*, n° 2, Buenos Aires, noviembre de 1996, pp. 125-143.
- , “Moral sexual, sexualidad y mujeres trabajadoras en el período de entreguerras”, en Fernando Devoto y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, tomo 3, *La Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad*, Buenos Aires, Taurus, 1999, pp. 200-225.
- , *Inclusión/Exclusión. Historia con mujeres*, Buenos Aires, FCE, 2001.
- , “Primera recepción del término ‘feminismo’ en la Argentina”, *Labrys. Estudios feministas*, n° 8, Brasilia, Montreal y París, agosto-diciembre de 2005.
- , “Historia, historiografía y género. Notas para la memoria de sus vínculos en la Argentina”, *La Aljaba*, vol. 9, Luján, enero-julio de 2005, pp. 49-72.

- BARRANCOS, Dora, *Mujeres en la sociedad argentina. Una historia de cinco siglos*, Buenos Aires, Sudamericana, 2007.
- , “La puñalada de Amelia (o cómo se extinguió la discriminación de las mujeres casadas del servicio telefónico en la Argentina)”, *Trabajos y Comunicaciones*, segunda época, vol. 8, n° 34, La Plata, 2008, pp. 111-118.
- , “Maestras, librepensadoras y feministas en la Argentina (1900-1912)”, en Carlos Altamirano (dir.) y Jorge Myers (ed. del tomo), *Historia de los intelectuales en América Latina*, tomo 1, *La ciudad letrada, de la conquista al modernismo*, Buenos Aires, Katz, 2008, pp. 465-491.
- , *Mujeres, entre la casa y la plaza*, Buenos Aires, Sudamericana, 2008.
- y Ricardo Ceppi, “Sexo-s en el lupanar: Un documento fotográfico (circa 1940)”, *Cadernos Pagu*, n° 25, Campinas, julio-diciembre de 2005, pp. 357-390.
- BARROSO, Silvina *et al.*, *Mujeres en cuestión. Escrituras, ideologías y cuerpos*, Buenos Aires, Teseo/Biblioteca Nacional, 2012.
- BARTHES, Roland, “Rhétorique de l’image” y “Éléments de sémiologie”, *Communications*, vol. 4, n° 4, París, noviembre de 1964, pp. 40-51 y pp. 132-134.
- , *Image-Music-Text*, Londres, Fontana, 1977.
- BARTKY, Sandra, “Foucault, femininity, and the modernization of patriarchal power” [1988], en Rose Weitz (ed.), *The Politics of Women’s Bodies*, Nueva York, Oxford University Press, 1998, pp. 25-45.
- BATTICUORE, Graciela, *El taller de la escritora. Veladas literarias de Juana Manuela Gorriti, Lima-Buenos Aires 1876-7/1892*, Rosario, Beatriz Viterbo, 1999.
- , *La mujer romántica. Lectoras, autoras y escritores en la Argentina: 1830-1870*, Buenos Aires, Edhasa, 2005.
- , *Lectoras del siglo XIX. Imaginarios y prácticas en la Argentina*, Buenos Aires, Ampersand, 2017.
- BAXANDALL, Michael, *Pintura y vida cotidiana en el Renacimiento. Arte y experiencia en el Quattrocento*, Barcelona, Gustavo Gili, 1978 [1972].
- BEAULIEU, Jill y Mary Roberts, *Orientalism’s Interlocutors: Painting, Architecture, Photography*, Durham y Londres, Duke University Press, 2002.
- BEETHAM, Margaret, *A Magazine of her Own? Domesticity and Desire in the Woman’s Magazine, 1800-1914*, Londres y Nueva York, Routledge, 1996.
- BECERRA, Marina, *Marxismo y feminismo en el primer socialismo argentino. Enrique del Valle Iberlucea*, Rosario, Prohistoria, 2009.
- BELGRANO RAWSON, Milagros, “Sofocante Buenos Aires. Representaciones de género en la literatura de viajes sobre Argentina (1880-1920)”, *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, 10 de enero de 2010, online.
- BELLUCCI, Mabel, “Anarquismo, sexualidad y emancipación femenina. Argentina alrededor del 900”, *Nueva Sociedad*, n° 109, Buenos Aires, septiembre-octubre de 1990, pp. 148-157.
- BEN PLOTKIN, Mariano, “Psicoanálisis y política: la recepción que tuvo el psicoanálisis en Buenos Aires (1910-1943)”, *Redes*, n° 8, Buenos Aires, diciembre de 1996, pp. 163-198.
- BEN, Pablo, “Cuerpos femeninos y cuerpos abyectos. La construcción anatómica de la feminidad en la medicina argentina”, en F. Gil Lozano, V. S. Pita, M. G. Ini, *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 1, Buenos Aires, Taurus, 2000, pp. 253-267.
- , “Muéstrame tus genitales y te diré quién eres. El ‘hermafroditismo’ en la Argentina finisecular y de principios del siglo XX”, en Omar Acha y Paula Halperín (comp.), *Cuerpos, géneros e identidades. Estudios de historia de género en Argentina*, Buenos Aires, Ediciones del Signo, 2000, pp. 63-104.
- BENJAMIN, Walter, “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en *Discursos interrumpidos I*, Buenos Aires, Taurus, 1989 [1972].
- BERGEL, Martín, *El Oriente desplazado. Los intelectuales y los orígenes del tercermundismo en la Argentina*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, 2015.
- BERGER, John, *Ways of Seeing*, Londres, Penguin/BBC, 1972.
- BERGER JR., Harry, “Fictions of the pose: facing the gaze of Early Modern portraiture”, *Representations*, n° 46, Oakland, primavera de 1994, pp. 87-120.
- BERMAN, Marshall, *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, Madrid, Siglo XXI, 1988.
- BERTÚA, Paula, “Hacia una retórica del exceso en la prensa popular. Figuraciones del éxtasis y de la agresión en la fotonovela argentina de mediados del siglo XX”, *Perspectivas de la Comunicación*, vol. 3, n° 1, Temuco, 2010.
- , *La cámara en el umbral de lo sensible. Grete Stern y la revista Idilio (1948-1951)*, Buenos Aires, Biblos, 2010.

- BERTÚA, Paula, *Entre lo cotidiano y la revolución. Intervenciones estéticas y políticas de mujeres en la cultura argentina (1930- 1950)*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2012.
- BIAGINI, Hugo E. y Arturo E. Roig (dir.), *El pensamiento alternativo en la Argentina del siglo XX*, tomo 1, *Identidad, utopía, integración (1900-1930)*, Buenos Aires, Biblos, 2004.
- , *El pensamiento alternativo en la Argentina del siglo XX*, tomo 2, *Obrerismo y justicia social (1930-1960)*, Buenos Aires, Biblos, 2006.
- BOCK, Gisela, “La historia de las mujeres y la historia del género. Aspectos de un debate internacional” [1989], *Historia Social*, n° 9, Valencia, 1991, pp. 55-77.
- BONTEMPO, Paula, *Para Ti: el cuerpo de la mujer moderna (1922-1928)*, tesis de maestría, Universidad de San Andrés, 2006.
- , *Editorial Atlántida. Un continente de publicaciones, 1918-1936*, tesis de doctorado, Universidad de San Andrés, 2012.
- BOTANA, Natalio, *El orden conservador. La política argentina entre 1880 y 1916*, Buenos Aires, Debolsillo, 2005 [1977].
- BOURDIEU, Pierre, “Campo intelectual y proyecto creador”, en J. Pouillon *et al.*, *Problemas del estructuralismo*, México, Siglo XXI, 1967.
- , *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*, Barcelona, Anagrama, 1995.
- , *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1995.
- BRACAMONTE, Lucía, “Feminismo y derechos de las mujeres: representaciones de género en la prensa católica de Bahía Blanca a principios del siglo XX”, *La Aljaba*, vol. 15, Luján, enero-diciembre de 2011.
- BREDEKAMP, Horst, “A Neglected Tradition? Art History as Bildwissenschaft”, en Michael F. Zimmerman (ed.), *The Art Historian: National Traditions and Institutional Practices*, Williamstown, Yale University Press, 2003.
- BRYSON, Norman, Michael Ann Holly y Keith Moxey (ed.), *Visual Culture: Images and Interpretations*, Hanover y Londres, Wesleyan University Press, 1994.
- BURKE, Peter, *Formas de hacer historia*, Madrid, Alianza, 1994.
- , *Eyewitnessing. The Uses of Images as Historical Evidence*, Londres, Reaktion Books, 2001.
- BURUCÚA, José Emilio (dir.), *Nueva historia argentina. Arte, sociedad y política*, tomo 1, Buenos Aires, Sudamericana, 1999.
- , Andrea Jáuregui, Laura Malosetti Costa y Lía Munilla Lacasa, “Influencia de los tipos iconográficos de la Revolución Francesa en los países del Plata”, en AA.VV., *Imagen y recepción de la Revolución Francesa*, Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano, 1990.
- y Fabián Campagne, “Los países del Cono Sur”, en Antonio Annino, Luis Castro Leiva y François-Xavier Guerra (comp.), *De los imperios a las naciones: Iberoamérica*, Zaragoza, Ibercaja, 1994, pp. 349-381.
- y Nicolás Kwiatkowski, “Estudio introductorio”, en Francis Grose, *Principios de la caricatura. Seguidos de un ensayo sobre la pintura cómica*, Madrid, Katz, 2011.
- y Laura Malosetti Costa, “Una palabra equivale a mil imágenes. Polisemia, grandeza y miserias de las representaciones visuales”, *Concreta*, n° 00, Madrid, otoño de 2012, pp. 6-12.
- BUTLER Flora, Cornelia, “The passive female and social change: a cross-cultural comparison of women’s magazine fiction”, en Ann Pescatello (ed.), *Female and Male in Latin America*, Pittsburgh, University of Pittsburgh Press, 1973, pp. 59-85.
- CAIMARI, Lila (comp.), *La ley de los profanos*, Buenos Aires, FCE, 2007.
- CALZETTA, Elsa, *Nuestra Tribuna. Hojita del sentir anárquico femenino (1922-1925)*, Bahía Blanca, Editorial de la Universidad del Sur, 2005.
- CATTARUZZA, Alejandro, *Los usos del pasado. La historia y la política argentinas en discusión 1910-1945*, Buenos Aires, Sudamericana, 2007.
- , *Historia de la Argentina 1916-1955*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2009.
- CAVALCANTI SIMIONI, Ana Paula, *Profissão artista. Pintoras e escultoras acadêmicas brasileiras*, San Pablo, Edusp-Fapesp, 2008.
- CAVALLO, Guglielmo y Roger Chartier (dir.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus, 2004 [1997].
- CHADWICK, Whitney, *Mujer, arte y sociedad*, Barcelona, Destino, 2012.
- CHARTIER, Roger (dir.), *Les usages de l’imprimé (XV^e-XIX^e siècle)*, París, Fayard, 1987.
- , *El mundo como representación*, Barcelona, Gedisa, 1992.

- CHARTIER, Roger, “Representaciones y prácticas. Revolución y lectura en la Francia del siglo XVIII”, *Sociedad y escritura en la Edad Moderna*, México D.F., Instituto Mora, 1995.
- , *Escribir las prácticas. Foucault, De Certeau, Marin*, Buenos Aires, Manantial, 2006 [1996].
- , *Escuchar a los muertos con los ojos*, Buenos Aires, Katz, 2008 [2007].
- CIAFARDO, Eduardo, “Las damas de beneficencia y la participación social de la mujer en la ciudad de Buenos Aires, 1880-1920”, *Annuario del IEHS*, vol. 5, Tandil, 1990, pp. 161-170.
- CIRIO, Norberto, *Tinta negra en el gris del ayer. Los afroporteños a través de sus periódicos entre 1873 y 1882*, Buenos Aires, Tesoro/Biblioteca Nacional, 2009.
- CLARK, T. J., *The Painting of Modern Life. Paris in the Art of Manet and his Followers*, Nueva York y Londres, Alfred A. Knopf y Thames & Hudson, 1984.
- COLLIN, Françoise, “Diferencia y diferendo: la cuestión de las mujeres en filosofía”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres en Occidente*, tomo 9, *El siglo XX. Guerras, entreguerra y posguerra*, Madrid, Taurus, 1993, pp. 291-321.
- CONOR, Liz, *The Spectacular Modern Woman. Feminine Visibility in the 1920s*, Bloomington, Indiana University Press, 2004.
- CORDERO REIMAN, Karen e Inda Sáenz (comp.), *Crítica feminista en la teoría e historia del arte*, México D.F., Universidad Iberoamericana/Universidad Nacional Autónoma de México, 2007.
- CÓRDOVA, Carlos A., *Triptico de sombras*, México D.F., Conaculta/Cenart/Centro de la Imagen, 2012.
- COROMINA, Irene, “El Álbum de Señoritas y la emancipación de la mujer”, *Dialogía*, n° 3, Perú, 2008, pp. 169-186.
- CORRADO, Omar, *Música y modernidad en Buenos Aires (1920-1940)*, Buenos Aires, Gourmet Musical, 2010.
- CORSANI, Patricia, *Lola Mora, el poder del mármol*, Buenos Aires, Vestales, 2009.
- CORTÉS ALIAGA, Gloria, *Modernas. Historias de mujeres en el arte chileno (1900-1950)*, Santiago de Chile, Origo, 2013.
- COSSE, Isabella, “Claudia: la revista de la mujer moderna en la Argentina de los años sesenta (1957-1973)”, *Mora*, n° 17, Buenos Aires, enero-julio de 2011.
- COTT, Nancy F., “Mujer moderna, estilo norteamericano: los años veinte”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres*, tomo 9, *El siglo XX. Guerras, entreguerra y posguerra*, Madrid, Taurus, 1993, pp. 89-107.
- COWIE, Elizabeth, “Woman as sign”, *M/F*, n° 1, 1978.
- CUARTEROLO, Andrea, “El retrato fotográfico en la Buenos Aires decimonónica. La burguesía se representa a sí misma”, *Varia Historia*, vol. 33, n° 35, Minas Gerais, enero-junio de 2006, pp. 39-53.
- , “The social construction of the photographic portrait in 19th-Century Río de la Plata”, *Oxford Research Encyclopedia of Latin American History*, diciembre de 2015.
- D’SOUZA, Aruna y Tom McDonough, *The Invisible Flâneuse? Gender, Public Space, and Visual Culture in Nineteenth-Century Paris*, Manchester y Nueva York, Manchester University Press, 2006.
- DARRÉ, Silvana, “La pedagogía de la virtud y el valor de la jerarquía”, *Maternidad y tecnologías de género*, Buenos Aires, Katz, 2013, pp. 29-52.
- DE ARCE, Alejandra, “Espacios sociales y visibilidad de las mujeres. Los casos de *El Hogar y Mundo Argentino* (1946-1955)”, ponencia presentada en el *I Congreso de estudios sobre el peronismo: la primera década*, Mar del Plata, 2008.
- DE CERTEAU, Michel, “Leer: una cacería furtiva”, *La invención de lo cotidiano*, tomo 1, *Artes de hacer*, México D.F., Universidad Iberoamericana, 2000 [1990], pp. 177-189.
- DE DIEGO, José Luis (ed.), *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Buenos Aires, FCE, 2006.
- DE GRAZIA, Victoria y Ellen Furlough (ed.), *The Sex of Things. Gender and Consumption in Historical Perspective*, Berkeley, Los Ángeles y Londres, University of California Press, 1996.
- DE LAURETIS, Teresa, *Alicia ya no. Feminismo, semiótica, cine*, Madrid, Cátedra, 1992 [1984].
- , *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film, and Fiction*, Bloomington/Indianapolis, Indiana University Press, 1987.
- , “Sujetos excéntricos: la teoría feminista y la conciencia histórica”, en María C. Cangiano y Lindsay DuBois (comp.), *De mujer a género, teoría, interpretación y práctica feministas en las ciencias sociales*, Buenos Aires, CEAL, 1993, pp. 73-113.
- DE LA MOTTE, Dean y Jeannene M. Przyblyski, *Making the News. Modernity & the Mass Press in Nineteenth-Century France*, Amherst, The University of Massachusetts Press, 1999.

- DE PAZ TRUEBA, Yolanda, *Mujeres y esfera pública. La campaña bonaerense entre 1880 y 1910*, Rosario, Prohistoria, 2011.
- DEL CARRIL, Bonifacio, "El grabado y la litografía", en AA.VV., *Historia general del arte en la Argentina*, vol. 3, *Siglo XIX hasta 1876*, Buenos Aires, ANBA, 1984, pp. 355-399.
- DELANEY, Jean H. y Jeane Delaney, "Imagining *el ser argentino*. Cultural nationalism and Romantic concepts of nationhood in early twentieth-century Argentina", *Journal of Latin American Studies*, vol. 34, n° 3, Cambridge, agosto de 2002, pp. 625-658.
- DELGADO, Verónica, *El nacimiento de la literatura argentina en las revistas literarias (1896-1913)*, tesis de doctorado, Universidad Nacional de La Plata, 2006.
- DEVOTO, Fernando, *Historia de la inmigración en la Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana, 2009 [2002].
—, *Nacionalismo, fascismo y tradicionalismo. Una historia*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2002.
— y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, tomo 2, *La Argentina plural: 1870-1930*, y tomo 3, *La Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad*, Buenos Aires, Taurus, 1999.
- DIJKSTRA, Bram, *Ídolos de perversidad. La imagen de la mujer en la cultura de fin de siglo*, Barcelona, Debate, 1994.
- DIZ, Tania, "Periodismo y tecnologías de género en la revista *La Nota* (1915-18)", *Revista Científica de UCES*, vol. 9, n° 1, Buenos Aires, 2005, pp. 89-108.
—, "Identidad, cuerpo y mutación. Las columnas periodísticas de Alfonsina Storni en *La Nación*", *Mora*, n° 12, Buenos Aires, diciembre de 2006, pp. 122-136.
—, *Alfonsina periodista. Ironía y sexualidad en la prensa argentina (1915-1925)*, Buenos Aires, Libros del Rojas, 2006.
- DOANE, Mary Anne, "The representability of time", *The Emergence of Cinematic Time*, Cambridge y Londres, Harvard University Press, 2002.
- DODERO, Alberto *et al.*, *Argentina. Los años dorados 1889-1939*, Buenos Aires, El Milagro, 2010.
- DOLINKO, Silvia, *Arte para todos. La difusión del grabado como estrategia para la popularización del arte*, Buenos Aires, Fundación Espigas, 2003.
—, "Grabados originales multiplicados en libros y revistas", en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2009, pp. 165-194.
—, *Arte plural. El grabado entre la tradición y la experimentación, 1955-1973*, Buenos Aires, Edhasa, 2012.
- DOROTINSKY, Deborah, "Nuevas mujeres: cultura visual, utopías sociales y género en la primera mitad del siglo XX", en Hugo Arciniega, Louise Noelle y Fausto Ramírez (coord.), *El arte en tiempos de cambio. 1810/1910/2010*, México D.F., IIE, 2012, pp. 416-453.
- DRUESEDOW, Jean L., "Ready-to-wear", en Valerie Steele (ed.), *Encyclopedia of Clothing and Fashion*, Farmington Hills, Thomson Gale, 2005, vol. 3.
- DUBY, Georges y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres en Occidente*, tomo 7, *El siglo XIX. La ruptura política y los nuevos modelos sociales*, Madrid, Taurus, 1993.
—, *Historia de las mujeres en Occidente*, tomo 9, *El siglo XX. Guerras, entreguerra y posguerra*, Madrid, Taurus, 1994.
- DUNCAN, Carol, "Happy mothers and other new ideas in Eighteenth-century French art", en Norma Broude y Mary Garrard (ed.), *Feminism and Art History: Questioning the Litany*, Nueva York, Harper & Row, 1982 [1973], pp. 200-219.
- DURKHEIM, Émile y Marcel Mauss, "De ciertas formas primitivas de clasificación. Contribución al estudio de representaciones colectivas" [1903], en Marcel Mauss, *Obras II. Institución y culto: representaciones colectivas y diversidad de civilizaciones*, Barcelona, Barral, 1971, pp. 13-73.
- EDWARDS, Elizabeth, "Introduction", en Elizabeth Edwards (ed.), *Anthropology and Photography 1860-1920*, New Haven y Londres, Yale University Press, 1992.
- EISENSTEIN, Elizabeth L., *The Printed Press as an Agent of Change*, Nueva York, Cambridge University Press, 2005 [1979].
- ELEUTÉRIO, Maria de Lourdes, "O lugar da emancipação da mulher no periodismo paulista (1888-1930)", *Revista Iberoamericana*, vol. 70, n° 208-209, julio-diciembre de 2004, pp. 653-663.
- ELIAS, Norbert, "Sociogénesis de los conceptos 'civilización' y 'cultura'", *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, México, FCE, 1987 [1939], pp. 57-96.
- ELIZALDE, Silvia, Karina Felitti y Graciela Queirolo (coord.), *Género y sexualidades en las tramas del saber. Revisiones y propuestas*, Buenos Aires, Libros del Zorzal, 2009.

- ENTWISTLE, Joanne, *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*, Barcelona, Paidós, 2002 [2000].
- ESCALES, Vanina, “Cuando los piropos estuvieron prohibidos”, *Infojus Noticias*, 28 de abril de 2014.
- ESPINAR CASTANER, Esther, “Gregorio López Naguil y la crítica artística orientalista en Buenos Aires”, *Cuadernos del CILHA*, vol. 13, n° 16, Mendoza, 2012, pp. 80-104.
- EUJANIAN, Alejandro C., *Historia de revistas argentinas 1900/1950. La conquista del público*, Buenos Aires, Asociación Argentina de Editores de Revistas, 1999.
- FABIAN, Johannes, *Time and the Other. How Anthropology makes its Object*, Nueva York, Columbia University Press, 1983.
- FACIO, Sara, *La fotografía en la Argentina desde 1840 a nuestros días*, Buenos Aires, La Azotea, 1995.
- FALCÓN, Ricardo (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 6, *Democracia, conflicto social y renovación de ideas (1916-1930)*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000.
- FALUDI, Susan, “Beauty and the backlash”, *Backlash*, Nueva York, Three Rivers, 2006 [1991], pp. 211-237.
- FARWELL, Beatrice, “Courbet’s ‘Baigneuses’ and the rhetorical feminine image”, en Linda Nochlin y Thomas B. Hess (ed.), *Woman as Sex Object. Studies in Erotic Art 1730-1970* (Art News Annual n° 38), Nueva York, Newsweek, 1972, pp. 65-79.
- FEBVRE, Lucien y Henri-Jean Martin, *L'apparition du livre*, París, Albin Michel, 1958.
- FELSKI, Rita, *The Gender of Modernity*, Cambridge y Londres, Harvard University Press, 1995.
- FERNÁNDEZ CORDERO, Laura, “¡Apareció aquello! A propósito de *Nuestra Tribuna. Hojita del sentir anárquico femenino (1922-1925)*. Estudio preliminar de Elsa Calzetta, Bahía Blanca, Editorial de la Universidad del Sur, 2005, 208 pp.”, *Políticas de la Memoria*, n° 6-7, Buenos Aires, verano de 2006-2007, pp. 245-247.
- , “Amor y sexualidad en las publicaciones anarquistas (Argentina, 1890-1930)”, en *Actas de las IV Jornadas de historia de las izquierdas*, Buenos Aires, Cedinci, 2007.
- FERNÁNDEZ GARCÍA, Ana María, *Arte y emigración. Catálogo de pintura española en Buenos Aires*, Oviedo, Universidad de Oviedo, 1997.
- , *La pintura española en Buenos Aires, 1880-1930*, Oviedo, Universidad de Oviedo, 1997.
- FLETCHER, Lea (comp.), *Mujeres y cultura en la Argentina del siglo XIX*, Buenos Aires, Feminaria, 1994.
- (ed.), *Narrativa de mujeres argentinas. Bibliografía de los siglos XIX y XX*, Buenos Aires, Feminaria, 2007.
- FLINT, Kate, *The Woman Reader 1837-1914*, Oxford, Oxford University Press, 1995 [1993].
- FOUCAULT, Michel, *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*, Buenos Aires, Siglo XXI, 1989 [1975].
- , *Histoire de la sexualité 1. La volonté de savoir*, París, Gallimard, 1976.
- FRASER, Nancy, “Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy”, *Social Text*, n° 25-26, Durham, 1990, pp. 56-80.
- FREDERICK, Bonnie S., *La pluma y la aguja: las escritoras de la generación del 80*, Buenos Aires, Feminaria, 1993.
- , *Wily Modesty. Argentine Women Writers 1860-1910*, Tempe, ASU Center for Latin American Studies Press, 1998.
- FREUND, Gisèle, *La fotografía como documento social*, Barcelona, Gustavo Gili, 2004 [1974].
- FRITZSCHE, Peter, *Berlín 1900. Prensa, lectores y vida moderna*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2008 [1996].
- GALLO, Edit Rosalía, *Nuestra Causa. Revista mensual feminista (1919-1921). Estudio e índice general*, Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Históricas Cruz del Sur, 2004.
- , *Periodismo político femenino. Ensayo sobre las revistas feministas de la primera mitad del siglo XX*, Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Históricas Cruz del Sur, 2013.
- GALVÁN MORENO, Carlos, *El periodismo argentino. Amplia y documentada historia desde sus orígenes hasta el presente*, Buenos Aires, Claridad, 1944.
- GARB, Tamar, “Género y representación”, en AA.VV., *La modernidad y lo moderno. Pintura francesa en el siglo XIX*, Madrid, Akal, 1998.
- GARCÍA CALDERÓN, Carola, *Revistas femeninas. La mujer como objeto de consumo*, México D.F., El Caballito, 1980.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, “Introducción a la nueva edición”, *Culturas híbridas*, Buenos Aires, Paidós, 2001.
- GARCÍA MARTÍNEZ, J. A., *Arte y enseñanza artística en la Argentina*, Buenos Aires, Fundación Banco de Boston, 1985.
- GARCÍA, Eustacio A., *Desarrollo de la industria editorial argentina*, Buenos Aires, Fundación Interamericana de Bibliotecología Franklin, 1965.

- GARGIULO, María Cecilia y Marcela Vignoli, “‘Nuestras bellas’ representaciones identitarias de las mujeres de la elite tucumana a fines del XIX”, *Varia Historia*, vol. 29, n° 50, Belo Horizonte, mayo-agosto de 2013, pp. 531-551.
- GAYOL, Sandra, “Conversaciones y desafíos en los cafés de Buenos Aires (1870-1910)”, en Fernando Devoto y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, tomo 2, *La Argentina plural: 1870-1930*, Buenos Aires, Taurus, 1999, pp. 47-60.
- GELER, Lea, *Andares negros, caminos blancos. Afroporteños, Estado y nación argentina a fines del siglo XIX*, Rosario, Prohistoria Ediciones/TEIAA, 2010.
- , “Afrolatinoamericanas. Una experiencia de subversión estereotípica en el Museo de la Mujer de Buenos Aires”, *Horizontes Antropológicos*, año 18, n° 38, Porto Alegre, julio-diciembre de 2012, pp. 343-372.
- GELMAN, Jorge (dir.) y Eduardo José Míguez (coord.), *América Latina en la historia contemporánea*, tomo 3, *Argentina. La apertura al mundo (1880-1930)*, Madrid, Taurus/Mapfre, 2011.
- GENÉ, Marcela, “Madres, enfermeras y votantes: representaciones de la familia e imágenes femeninas en el primer peronismo (1946-1955)”, en AA.VV., *Poderes de la imagen. Actas del I Congreso internacional de teoría e historia de las artes/IX Jornadas de CALA*, Buenos Aires, CAIA, 2001, Cd-rom.
- , *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo (1946-1955)*, Buenos Aires, FCE, 2005.
- , “Varones domados. *Family strips* en los años veinte”, en María Isabel Baldasarre y Silvia Dolinko (ed.), *Travesías de la imagen. Historia de las artes visuales en la Argentina*, tomo 1, Buenos Aires, CAIA/Eduntref, 2011, pp. 95-118.
- GHIDOLI, María de Lourdes, “Biguá y otros dionisiacos: intento de identificación de una pathosformel”, *Eadem Utraque Europa*, año 5, n° 8, San Martín, junio de 2009, pp. 73-89.
- , “Potencia de los estereotipos. Retrato intervenido de Ernesto Mendizábal, periodista afroporteño”, *Boletín Americanista*, n° 63, Barcelona, 2011, pp. 57-76.
- , “‘Falucho vale poco en comparación a su raza’, Variaciones en torno a un monumento”, en María de Lourdes Ghidoli y Juan Francisco Martínez Peria (comp.), *Estudios Afrolatinoamericanos. Nuevos enfoques multidisciplinares. Actas de las Terceras Jornadas del GEALA*, Buenos Aires, Ediciones del CCC, 2013.
- , “Del retrato al estereotipo. Afrodescendientes en la Buenos Aires de fines del siglo XIX y principios del siglo XX”, ponencia presentada en las *XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia*, octubre de 2013.
- GIL LOZANO, Fernanda, Valeria Silvina Pita y María Gabriela Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina*, Buenos Aires, Taurus, 2000, 2 tomos.
- GIORDANO, Mariana, “Convenciones iconográficas en la construcción de la alteridad. Fotografías del indígena del Gran Chaco”, en AA.VV., *Discutir el canon. Tradiciones y valores en crisis. II Congreso internacional de teoría e historia de las artes/X Jornadas del CALA*, Buenos Aires, CAIA, 2003, pp. 147-160.
- y Patricia Méndez, “Justificando un proyecto: textos y fotografías de los frailes de Propaganda Fide sobre los indios chaqueños”, en AA.VV., *Poderes de la imagen. I Congreso Internacional de Teoría e Historia de las Artes/IX Jornadas del CAIA*, Buenos Aires, CAIA, 2001, Cd-rom.
- et al., *Indígenas en la Argentina. Fotografías 1860-1970*, Buenos Aires, El Artenauta y Cedodal, 2012.
- GIORDANO, Verónica, *Ciudadanas incapaces. La construcción de los derechos civiles de las mujeres en Argentina, Brasil, Chile y Uruguay en el siglo XX*, Buenos Aires, Teseo, 2012.
- GIRBAL-BLACHA, Noemí y Diana Quattrochi-Woisson (dir.), *Cuando opinar es actuar. Revistas argentinas del siglo XX*, Buenos Aires, Academia Nacional de la Historia, 1999.
- GLUZMAN, Georgina, “Imaginar la nación, ilustrar el futuro. *Ilustración Histórica Argentina e Ilustración Histórica* en la configuración de una visualidad para la Argentina”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*, Buenos Aires, Edhasa, 2013, pp. 47-73.
- , *Trazos invisibles. Mujeres artistas en Buenos Aires (1890-1923)*, Buenos Aires, Biblos, 2016.
- GOETSCHEL, Ana María, “Musas, ondinas y misses, estereotipos e imágenes de las mujeres quiteñas en los años 30 del siglo XX”, *Iconos*, n° 20, Quito, septiembre de 2004, pp. 110-113.
- GOFFMAN, Erving, *Gender Advertisements*, Nueva York, Harper & Row, 1979 [1976].
- GOLDBERG, Marta, “Mujer negra rioplatense (1750-1840)”, en L. Knecher y M. Panaia (comp.), *La mitad del país*, Buenos Aires, CEAL, 1994, pp. 67-81.
- , “Las afroargentinas (1750-1880)”, en F. Gil Lozano, V. S. Pita, M. G. Ini, *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 1, Buenos Aires, Taurus, 2000, pp. 67-85.

- GOLDJEL, Víctor, *Cuando lo nuevo conquistó América. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2013.
- GOMBRICH, E. H., *Meditaciones sobre un caballo de juguete*, Barcelona, Seix Barral, 1968 [1963].
- , *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*, México D.F., FCE, 2003.
- y Ernst Kris, “The principles of caricature”, *British Journal of Medical Psychology*, vol. 17, 1938, pp. 319-342.
- GÓMEZ, Juan, *La fotografía en la Argentina, su historia y evolución en el siglo XIX, 1840-1899*, Buenos Aires, Abadía, 1986.
- GONZÁLEZ, Valeria, *Fotografía en la Argentina 1840-2010*, Buenos Aires, Fundación Alfonso y Luz Castillo, 2011.
- GRUBER GARVEY, Ellen, *The Adman in the Parlor. Magazines and the Gendering of Consumer Culture, 1800s to 1910s*, Nueva York, Oxford University Press, 1996.
- GUTIÉRREZ VIÑUALES, Rodrigo, *La pintura argentina. Identidad nacional e hispanismo (1900-1930)*, Granada, Universidad de Granada, 2003.
- , “El hispanismo como factor de mestizaje estético en el arte americano (1900-1930)”, en AA.VV., *Iberoamérica mestiza. Encuentro de pueblos y culturas*, Madrid, SEACEX, 2003, pp. 167-185.
- , “El orientalismo en el imaginario urbano de Iberoamérica. Exotismo, fascinación e identidad”, en J. A. González Alcantud (ed.), *El orientalismo desde el sur*, Barcelona, Anthropos, 2006, pp. 231-259.
- GUTIÉRREZ, Leandro H. y Luis Alberto Romero, *Sectores populares, cultura y política. Buenos Aires en la entreguerra*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2007 [1995].
- GUTIÉRREZ, Ramón, “La primera exposición de historia de la fotografía en Argentina. Witcomb, 1914”, en AA.VV., *Historia de la fotografía. Memoria del 6º Congreso de Historia de la Fotografía en la Argentina (1999)*, Buenos Aires, Sociedad Iberoamericana de Historia de la Fotografía, 2001, pp. 139-141.
- GUTMAN, Margarita (ed.), *Buenos Aires 1910. Memoria del porvenir*, Buenos Aires, GCBA/FADU, UBA/Instituto Internacional de Medio Ambiente y Desarrollo, 1999.
- y Thomas Reese (ed.), *Buenos Aires 1910. El imaginario para una gran capital*, Buenos Aires, Eudeba, 1999.
- GUY, Donna, “Women, peonage and industrialization: Argentina, 1810-1914”, *Latin American Research Review*, vol. 16, nº 3, Pittsburgh, 1981, pp. 65-89.
- , *El sexo peligroso. La prostitución legal en Buenos Aires (1875-1955)*, Buenos Aires, Sudamericana, 1994.
- , *Las mujeres y la construcción del Estado de bienestar. Caridad y creación de derechos en Argentina*, Buenos Aires, Prometeo, 2011.
- HALL, James, *Dictionary of Signs and Symbols*, Londres, John Murray, 1989 [1974].
- HALL, Stuart, “The Work of Representation”, en Stuart Hall (ed.), *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*, Londres, Sage, 1997, pp. 13-74.
- HALLSTEAD, Susan, *Fashion Nation. The Politics of Dress and Gender in 19th Century Argentine Journalism (1829-1880)*, tesis de doctorado, University of Pittsburgh, 2005.
- HALPERIN DONGHI, Tulio, *El espejo de la historia. Problemas argentinos y perspectivas latinoamericanas*, Buenos Aires, Sudamericana, 1987.
- , *José Hernández y sus mundos*, Buenos Aires, Debolsillo, 2006 [1985].
- (selección de documentos), *Vida y muerte de la república verdadera (1910-1930)*, Buenos Aires, Emecé, 2007 (Biblioteca del Pensamiento Argentino, tomo 4).
- HALPERÍN, Paula, “Mi mamá me mimó. Mujeres, médicas y socialistas en *Unión y Labor*”, en Omar Acha y Paula Halperín (comp.), *Cuerpos, géneros e identidades. Estudios de historia de género en Argentina*, Buenos Aires, Ediciones del Signo, 2000, pp. 107-133.
- HAUSER, Arnold, “Revolución y arte”, *Historia social de la literatura y el arte*, tomo 2, *Desde el Rococó hasta la época del cine*, Madrid, Debate, 1998 [1951].
- HEILMANN, Ann y Margaret Beetham (ed.), *New Woman Hybridities. Femininity, Feminism and International Consumer Culture 1880-1930*, Londres, Routledge, 2004.
- HERSHFIELD, Joanne, *Imagining la chica moderna. Women, Nation, and Visual Culture in Mexico 1917-1936*, Durham y Londres, Duke University Press, 2008.
- HICKSON, Sally, “Pretty maids all in a row. Some thoughts on collections of female ‘beauties’ in the Renaissance”, en Leslie Boldt-Irons et al. (ed.), *Beauty and the Abject. Interdisciplinary Perspectives*, Nueva York, Peter Lang, 2007, pp. 117-130.

- HIGONNET, Anne, “Las mujeres y las imágenes. Apariencia, tiempo libre y subsistencia”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres en Occidente*, tomo 7, *El siglo XIX. La ruptura política y los nuevos modelos sociales*, Madrid, Taurus, 1993, pp. 271-295.
- , “Mujeres, imágenes y representaciones”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres en Occidente*, tomo 9, *Guerras, entreguerra y posguerra*, Madrid, Taurus, 1993, pp. 369-391.
- HINTZE DE MOLINARI, Gloria, “La revista *Búcaro Americano* y la presencia de la mujer en el periodismo literario”, *Revista de Literaturas Modernas*, n° 30, Mendoza, 2000, pp. 115-131.
- HUYSEN, Andreas, *After the Great Divide. Modernism, Mass Culture, Postmodernism*, Bloomington e Indianápolis, Indiana University Press, 1986.
- IGLESIA, Cristina (comp.), *El ajuar de la patria. Ensayos críticos sobre Juana Manuela Gorriti*, Buenos Aires, Feminaria, 1993.
- y Liliana Zuccotti, “El estilo democrático: último grito de la moda”, *Mora*, n° 3, Buenos Aires, agosto de 1997, pp. 64-73.
- , *La violencia del azar. Ensayo sobre literatura argentina*, Buenos Aires, FCE, 2003.
- JOBLING, Paul y David Crowley, *Graphic design. Reproduction and Representation since 1800*, Manchester, MUP, 1996.
- JOZAMI, Gladys, “Islam in Argentina”, *The Americas*, vol. 53, n° 1, Cambridge, julio de 1996.
- KACZAN, Gisela, *Representaciones de cuerpos femeninos vestidos. Códigos visuales en los mecanismos de producción de exclusión, emulación y distinción social. Mar del Plata 1900-1930*, tesis de doctorado, Universidad Nacional de Mar del Plata, 2011.
- , “Alegorías de distinción y presagios de exclusión social en imágenes de mujeres (circa 1920)”, *Estudios Feministas*, vol. 21, n° 3, Florianópolis, septiembre-diciembre de 2013.
- KELLY, Joan, “The doubled vision of feminist theory” [1979], en Judith L. Newton, Mary P. Ryan y Judith R. Walkowitz (ed.), *Sex and Class in Women’s History*, Londres, Routledge & Kegan Paul, 1983, pp. 259-270.
- , “La relación social entre los sexos: implicaciones metodológicas de la historia de las mujeres” [1983], en Marysa Navarro y Catharine R. Stimpson (comp.), *Sexualidad, género y roles sexuales*, Buenos Aires, FCE, 1999, pp. 15-36.
- KERBER, Linda, “Separate spheres, female worlds, woman’s place. The rhetoric of women’s history”, *The Journal of American History*, vol. 75, n° 1, Bloomington, junio de 1988, pp. 9-39.
- KERN, Stephen, “The nature of time”, *The Culture of Time and Space 1880-1918*, Cambridge y Londres, Harvard University Press, 2003 [1983].
- KITCH, Carolyn, *The Girl on the Magazine Cover. The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*, Chapel Hill y Londres, The University of North Carolina Press, 2001.
- KLIBANSKY, Raymond, Erwin Panofsky y Fritz Saxl, *Saturn and Melancholy. Studies in the History of Natural Philosophy, Religion and Art*, Nendeln y Liechtenstein, Kraus Reprint, 1979 [1964].
- KLICH, Ignacio y Jeffrey Lesser, “Introduction: ‘Turco’ Immigrants in Latin America”, *The Americas*, vol. 53, n° 1, Cambridge, julio de 1996.
- KNECHER, Lidia y Marta Panaia (comp.), *La mitad del país. La mujer en la sociedad argentina*, Buenos Aires, CEAL, 1994.
- KODA, Harold y Richard Harrison Martin, *Orientalism. Visions of the East in Western Dress*, Nueva York, The Metropolitan Museum of Art, 1994.
- y Andrew Bolton, “Paul Poiret (1879-1944)”, en *Heilbrunn Timeline of Art History*, Nueva York, The Metropolitan Museum of Art, 2000, online.
- KRISTEVA, Julia, “Women’s time” [1979], en Toril Moi (ed.), *The Kristeva Reader*, Nueva York, Columbia University Press, 1986, pp. 188-213.
- KUNZLE, David, *Fashion and Fetishism. Corsets, Tight-lacing, and other Forms of Body-Sculpture*, Stroud, Sutton, 2004 [1982].
- KWIATKOWSKI, Nicolás, “La Ilustración Histórica Argentina-La Ilustración Histórica”, en AA.VV., *Revistas ilustradas en la Biblioteca del Departamento de Artes Visuales Prilidiano Pueyrredón, Instituto Universitario Nacional de Arte*, Buenos Aires, IUNA, 2007, pp. 101-102.
- LAFLEUR, Héctor R., Sergio D. Provenzano y Fernando P. Alonso, *Las revistas literarias argentinas (1893-1967)*, Buenos Aires, El 8vo. loco, 2006 [1968].
- LANDES, Joan B., *Visualizing the Nation. Gender, Representation, and Revolution in Eighteenth Century France*, Ithaca, Cornell University, 2003 [2001].

- LAVIN, Maud, "The representation of women in German advertising, 1929-33", *Clean New World. Culture, Politics and Graphic Design*, Cambridge, MA, MIT Press, pp. 40-67.
- LAVRIN, Asunción, *Women, Feminism and Social Change in Argentina, Chile & Uruguay 1890-1940*, Lincoln y Londres, University of Nebraska Press, 1998 [1995].
- LE MEN, Segolène, "La question de l'illustration", en Roger Chartier (dir.), *Histoires de la lecture. Un bilan des recherches*, París, IMEC/Maison des sciences de l'homme, 1995, pp. 229-247.
- LEARS, T.J. Jackson, "From salvation to self-realization: Advertising and the therapeutic roots of the consumer culture, 1880-1930", en Richard Wightman Fox y T.J. Jackson Lears (ed.), *The Culture of Consumption: Critical Essays in American History 1880-1980*, Nueva York, Pantheon, 1983.
- LENTON, Diana, "Pueblos originarios y Estado argentino. Una incómoda relación", en Mariana Giordano et al., *Indígenas en la Argentina. Fotografías 1860-1970*, Buenos Aires, El Artenauta y Cedodal, 2012, pp. 11-14.
- LIERNUR, Jorge Francisco, "El nido de la tempestad. La formación de la casa moderna en la Argentina a través de manuales y artículos sobre economía doméstica (1870-1910)", *Entrepassados*, año 6, n° 13, Buenos Aires, fines de 1997, pp. 7-36.
- , "Casas y jardines. La construcción del dispositivo doméstico moderno", Fernando Devoto y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, tomo 2, *La Argentina plural: 1870-1930*, Buenos Aires, Taurus, 1999, pp. 99-137.
- , "La construcción del país urbano", en Mirta Lobato (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 5, *El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000, pp. 409-463.
- y Graciela Silvestri, *El umbral de la metrópolis. Transformaciones técnicas y cultura en la modernización de Buenos Aires (1870-1930)*, Buenos Aires, Sudamericana, 1993.
- LIPOVETSKY, Gilles, *El imperio de lo efímero*, Barcelona, Anagrama, 1996 [1987].
- LOBATO, Mirta Z., "Mujeres obreras, protesta y acción gremial en la Argentina: los casos de la industria frigorífica y textil en Berisso", en Dora Barrancos (comp.), *Historia y género*, Buenos Aires, CEAL, 1993, pp. 65-95.
- , "Women workers in the 'Cathedrals of Corned Beef. Structure and Subjectivity in the Argentine meatpacking industry", en John D. French y Daniel James (ed.), *The Gendered World of Latin American Women-Workers. From Household and Factory to the Union Hall and Ballot Box*, Durham/Londres, Duke University Press, 1997, pp. 53-71.
- , "Lenguaje laboral y de género en el trabajo industrial. Primera mitad del siglo XX", en F. Gil Lozano, V. S. Pita, M. G. Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 2, Buenos Aires, Taurus, 2000, pp. 94-115.
- (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 5, *El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000.
- , "Entre la protección y la exclusión. Discurso maternal y protección de la mujer obrera, Argentina, 1890-1934", en Juan Suriano (comp.), *La cuestión social en Argentina, 1870-1943*, Buenos Aires, La Colmena, 2000, pp. 245-275.
- , *La vida en las fábricas. Trabajo, protesta y política en una comunidad obrera, Berisso, 1907-1970*, Buenos Aires, Prometeo, 2004 [2001].
- (ed.), *Cuando las mujeres reinaban. Belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX*, Buenos Aires, Biblos, 2005.
- , "Las socialistas y los derechos sociales y políticos de las mujeres, Argentina 1890-1930", *Labrys. Estudios feministas*, n° 8, Brasilia, Montreal y París, agosto-diciembre de 2005.
- , *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*, Buenos Aires, Edhasa, 2007.
- , "Trabajo, cultura y poder: dilemas historiográficos y estudios de género en Argentina", *Estudios de Filosofía Práctica e Historia de las Ideas. Revista anual de la Unidad de Historiografía e Historia de las Ideas-INCIHUSA*, año 9, n° 10, Mendoza, diciembre de 2008, pp. 29-45.
- , *La prensa obrera. Buenos Aires y Montevideo 1890-1958*, Buenos Aires, Edhasa, 2009.
- , "Las rutas de las ideas: 'cuestión social', feminismos y trabajo femenino", *Revista de Indias*, vol. 73, n° 257, Madrid, 2013, pp. 131-156.
- y Juan Suriano, *La protesta social en la Argentina*, Buenos Aires, FCE, 2003.
- LORENZO ALCALÁ, May, *Norah Borges. La vanguardia enmascarada*, Buenos Aires, Eudeba, 2009.
- LOSADA, Leandro, *La alta sociedad en la Buenos Aires de la Belle Époque*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2008.

- LYONS, Martyn, “Los nuevos lectores del siglo XIX: mujeres, niños y obreros”, en Guglielmo Cavallo y Roger Chartier (dir.), *Historia de la lectura en el mundo occidental*, Madrid, Taurus, 2004 [1997], pp. 541-589.
- MACINTYRE, Iona, *Women and Print Culture in Post-Independence Buenos Aires*, Woodbridge, Tamesis, 2010.
- MAJLUF, Natalia, “Entre pasatiempo y herramienta artesanal: aspectos de la enseñanza del dibujo en el diecinueve”, *Sequilloa*, a. 2, n° 3, Lima, mayo-julio de 1993.
- , “Pattern-Book of Nations: types and costumes in Asia and Latin America, 1800-1860”, en AA.VV., *Reproducing Nations. Types and Costumes in Asia and Latin America, 1800-1860*, Nueva York, Americas Society, 2006, pp. 15-56.
- , “De cómo reemplazar a un rey: retrato, visualidad y poder en la crisis de la Independencia (1808-1830)”, *Histórica*, vol. 37, n° 1, Lima, 2013.
- MALOSSETTI COSTA, Laura, “El rapto de cautivas blancas: un aspecto erótico de la barbarie en la plástica rioplatense del siglo XIX”, en *Arte, historia e identidad en América. Visiones comparativas. Actas del XVII Coloquio Internacional de Historia del Arte*, México D.F., Instituto de Investigaciones Estéticas, UNAM, 1993, pp. 297-312.
- , “Mujeres en la frontera”, en F. Gil Lozano, V. S. Pita y M. G. Ini, *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 1, Buenos Aires, Taurus, 2000, pp. 87-109.
- , “Una historia de fantasmas. Artistas plásticas de la generación del ochenta en Buenos Aires”, en *Voces en conflicto, espacios en disputa. Actas de las VI Jornadas de historia de las mujeres/I Congreso iberoamericano de estudios de género*, Buenos Aires, 2000, Cd-rom.
- , *Los primeros modernos. Arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*, Buenos Aires, FCE, 2001.
- , “Los ‘gallegos’, el arte, y el poder de la risa”, en Yayo Aznar y Diana B. Wechsler (comp.), *La memoria compartida. España y la Argentina en la construcción de un imaginario cultural (1898-1950)*, Buenos Aires, Paidós, 2005.
- , *Collivadino*, Buenos Aires, El Ateneo, 2006.
- , “Novissima. Albo d’arti e lettere”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (ed.), *Revistas ilustradas en la Biblioteca del Departamento de Artes Visuales Prilidiano Pueyrredón, Instituto Universitario Nacional de Arte*, Buenos Aires, IUNA, 2007, pp. 110-113.
- , “¿Verdad o belleza? Pintura, fotografía, memoria, historia”, *Critica Cultural*, año 4, n° 2, Florianópolis, diciembre de 2009, pp. 111-123.
- (comp.), *La seducción fatal*, Buenos Aires, MNBA y Biblioteca Nacional, 2014.
- y Marcela Gené (ed.), *Revistas ilustradas en la Biblioteca del Departamento de Artes Visuales “Prilidiano Pueyrredón”*, Buenos Aires, IUNA, 2007.
- y Marcela Gené (comp.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2009.
- e Isabel Plante, “Imagen, cultura y anarquismo en Buenos Aires. Las primeras publicaciones ilustradas de Alberto Ghirardo: de *El Sol* a *Martín Fierro*”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Impresiones porteñas, porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2009, pp. 197-244.
- y Marcela Gené (comp.), *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*, Buenos Aires, Edhasa, 2013.
- MANZI, Ofelia, *Sociedad Estímulo de Bellas Artes. Desde su fundación hasta la nacionalización de la Academia*, Buenos Aires, mimeo, s/f.
- MARESCA, Sylvain, *La Photographie, un miroir des sciences sociales*, París, L’Harmattan, 1996.
- , “Les apparences de la vérité”, *Terrain*, n° 30, marzo de 1998.
- MARIN, Louis, *Le Portrait du roi*, París, Éditions de Minuit, 1981.
- , *Des pouvoirs de l’image. Gloses*, París, Éditions du Seuil, 1993.
- , *Opacité de la peinture. Essais sur la représentation au Quattrocento*, París, Éditions de l’École des hautes études en sciences sociales, 2006 [1989].
- , *Détruire la peinture*, Buenos Aires, Fiordo, 2015 [1977].
- MARISTANY, José, “Intoxicación literaria?: dispositivos de lectura femenina en Argentina (1890-1930)”, *Mora*, n° 14, Buenos Aires, julio de 2008, pp. 43-56.
- MARRE, Diana, *Mujeres argentinas: las chinas. Representación, territorio, género y nación*, Barcelona, Publicacions de la Universitat de Barcelona, 2003.

- MASIELLO, Francine (comp.), *La mujer y el espacio público. El periodismo femenino en la Argentina del siglo XIX*, Buenos Aires, Feminaria, 1994.
- , *Entre civilización y barbarie. Mujeres, nación y cultura literaria en la Argentina moderna*, Rosario, Beatriz Viterbo, 1997 [1992].
- MASON, Peter, *Infelicités. Representations of the Exotic*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1998.
- MASOTTA, Carlos, “Representación e iconografía de dos tipos nacionales. El caso de las postales etnográficas en Argentina 1900-1930”, en AA.VV., *Arte y antropología en la Argentina*, Buenos Aires, Fundación Espigas, 2005.
- MATTELART, Michèle, “El nivel mítico de la prensa pseudo-amorosa”, en Armand Mattelart *et al.*, *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile*, Buenos Aires, El Cid, 1976 [1970], pp. 221-287.
- MCKENZIE, Donald, *La Bibliographie et la Sociologie des textes*, París, Cercle de la Librairie, 1991.
- MEAD, Karen, “La mujer argentina’ y la política de ricos y pobres al fin del siglo XIX”, en Omar Acha y Paula Halperín (comp.), *Cuerpos, géneros e identidades. Estudios de historia de género en Argentina*, Buenos Aires, Del Signo, 2000, pp. 31-59.
- , “Beneficent maternalism: Argentine motherhood in comparative perspective 1880-1920”, *Journal of Women’s History*, vol. 12, n° 3, otoño de 2000, pp. 120-145.
- MEARS, Patricia, “Orientalism”, en Valerie Steele (ed.), *Encyclopedia of Clothing and Fashion*, Farmington Hills, Thomson Gale, 2005, vol. 3, pp. 4-7.
- MELOT, Michel, “Le texte et l’image”, en Roger Chartier y Henri-Jean Martin (ed.), *Histoire de l’édition française*, tomo 3, *Le temps des éditeurs*, París, Fayard/Promodis, 1990.
- MICHAUD, Stéphane, “Idolatrías: representaciones artísticas y literarias”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres*, tomo 7, *El siglo XIX. La ruptura política y los nuevos modelos sociales*, Madrid, Taurus, 1993, pp. 135-157.
- MÍGUEZ, Eduardo J., “Familias de clase media. La formación de un modelo”, en Fernando Devoto y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, tomo 2, *La Argentina plural: 1870-1930*, Buenos Aires, Taurus, 1999, pp. 21-45.
- MIRZOEFF, Nicholas, *The Visual Culture Reader*, Londres y Nueva York, Routledge, 1999.
- MITCHELL, W.J.T., “There are no visual media”, *Journal of Visual Culture*, vol. 4, n° 2, Londres y Stony Brook, agosto de 2005, pp. 257-266.
- , *Teoría de la imagen. Ensayos sobre representación verbal y visual*, Madrid, Akal, 2009 [1994].
- MIZRAJE, María Gabriela, *Argentinas de Rosas a Perón*, Buenos Aires, Biblos, 1999.
- MOLLOY, Sylvia, “Identidades textuales femeninas: estrategias de autofiguración”, en *Mora*, n° 12, Buenos Aires, diciembre de 2006.
- , *Poses de fin de siglo. Desbordes del género en la modernidad*, Buenos Aires, Eterna Cadencia, 2012.
- MOLYNEUX, Maxine, “Ni Dios, ni patrón, ni marido. Feminismo anarquista en la Argentina del siglo XIX” [1986], en edición facsimilar de *La Voz de la Mujer. Periódico comunista-anárquico*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, 2002 [1997], pp. 11-40.
- MOSCOVICI, Serge, “La representación social: un concepto perdido”, *El psicoanálisis, su imagen y su público*, Buenos Aires, Huemul, 1979 [1961], pp. 27-54.
- MOXEY, Keith, “Nostalgia de lo real. La problemática relación de la historia del arte con los estudios visuales” [2000], *Estudios Visuales*, n° 1, Murcia, noviembre de 2003, pp. 41-59.
- MULVEY, Laura, “El placer visual y el cine narrativo” [1975], en Karen Cordero Reiman e Ina Sáenz (comp.), *Crítica feminista en la teoría e historia del arte*, México D.F., Universidad Iberoamericana/Universidad Nacional Autónoma de México, 2007, pp. 81-93.
- MUÑOZ, Miguel, “Un campo para el arte argentino. Modernidad artística y nacionalismo en torno al Centenario”, en Diana Wechsler (comp.), *Desde la otra vereda. Momentos en el debate por un arte moderno en la Argentina (1880-1960)*, Buenos Aires, CAIA-Del Jilguero, 1998, pp. 40-82.
- , *Los Artistas del Pueblo 1920-1930*, Buenos Aires, Fundación Osde, 2008.
- MUSCHIETTI, Delfina, “Mujeres: feminismo y literatura”, en David Viñas (dir.) y Graciela Montaldo (comp.), *Literatura argentina del siglo XX*, tomo 2, *Yrigoyen entre Borges y Arlt (1916-1930)*, Buenos Aires, Paradiso/Fundación Crónica General, 2006 [1989], pp. 111-136.
- NARI, Marcela M. A., “Feminismo y diferencia sexual. Análisis de la ‘Encuesta feminista argentina’ de 1919”, *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, tercera serie, n° 12, Buenos Aires, segundo semestre de 1995, pp. 61-86.

- NARI, Marcela M. A., “La educación de la mujer (o acerca de cómo cocinar y cambiar los pañales a su bebé de manera científica)”, *Mora*, n° 1, Buenos Aires, agosto de 1995, pp. 31-45.
- , “Las prácticas anticonceptivas, la disminución de la natalidad y el debate médico”, en Mirta Z. Lobato (ed.), *Política, médicos y enfermedades. Lecturas de historia de la salud en la Argentina*, Buenos Aires, Biblos/UNMDP, 1996, pp. 153-189.
- , “El feminismo frente a la cuestión de la mujer en las primeras décadas del siglo XX”, en Juan Suriano (comp.), *La cuestión social en Argentina, 1870-1943*, Buenos Aires, La Colmena, 2000, pp. 277-299.
- , *Políticas de maternidad y maternalismo político. Buenos Aires, 1890-1940*, Buenos Aires, Biblos, 2004.
- NEWMAN, Kathleen, “The modernization of femininity: Argentina, 1916-1926”, en AA.VV., *Women, Culture and Politics in Latin America*, Berkeley, University of California Press, 1990.
- NIEDERMAIER, Alejandra, *La mujer y la fotografía. Una imagen espejada de construcción y autoconstrucción de la historia*, Buenos Aires, Leviatán, 2008.
- NOCHLIN, Linda, “Eroticism and female imagery in Nineteenth-Century art”, en Linda Nochlin y Thomas B. Hess (ed.), *Woman as Sex Object. Studies in Erotic Art 1730-1970* (Art News Annual n° 38), Nueva York, Newsweek, 1972, pp. 9-15.
- , *Women, Art and Power and Other Essays*, Nueva York, Harper & Row, 1988.
- , “The imaginary Orient”, *The Politics of Vision. Essays on Nineteenth-Century Art and Society*, Nueva York, Harper & Row, 1989, pp. 33-59.
- , *Representing Women*, Londres, Thames and Hudson, 1999.
- OHMANN, Richard, *Selling Culture: Magazines, Markets and Class at the Turn of the Century*, Londres y Nueva York, Verso, 1996.
- OLDENZIEL, Ruth, *Making Technology Masculine. Men, Women and Modern Machines in America, 1870-1945*, Ámsterdam, Amsterdam University Press, 1999.
- ORTNER, Sherry, “Is female to male as nature is to culture?”, en M. Z. Rosaldo y L. Lamphere (ed.), *Woman, Culture, and Society*, Stanford, Stanford University Press, 1974, pp. 68-87.
- OWEN, Carol, “Feminine roles and social mobility in women’s weekly magazines”, *Sociological Review*, vol. 10, n° 3, Canterbury, noviembre de 1962, pp. 283-296.
- PACHECO, Marcelo E., “Nacionalismo neocolonial y nacionalismo acriollado”, *Coleccionismo de arte en Buenos Aires 1924-1942. Modelos de lo nacional y lo cosmopolita, de lo tradicional y lo moderno*, Buenos Aires, El Ateneo, 2013, pp. 145-152.
- PALACIO, Juan Manuel, “La antesala de lo peor: la economía argentina entre 1914 y 1930”, en Ricardo Falcón (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 6, *Democracia, conflicto social y renovación de ideas (1916-1930)*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000, pp. 103-149.
- PALERMO, Silvana, “El sufragio femenino en el Congreso nacional. Ideologías de género y ciudadanía (1916-1955)”, *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, tercera serie, n° 16-17, Buenos Aires, segundo semestre de 1997-primer semestre de 1998, pp. 151-178.
- , “Género y ciudadanía política: algunos apuntes en la agenda de investigación”, *PolHis*, año 4, n° 7, Mar del Plata, primer semestre de 2011, pp. 46-54.
- (selección y estudio preliminar), *Los derechos políticos de la mujer. Los proyectos y debates parlamentarios 1916-1955*, Los Polvorines, Universidad Nacional de General Sarmiento, 2012.
- PARADA, Alejandro E., “Las mujeres y sus representaciones de la lectura y la escritura en la revista *Fray Mocho* (1912-1918)”, *Mora*, n° 17, Buenos Aires, enero-julio de 2011.
- PARKINS, Ilya, “Fashion as Methodology. Rewriting the time of women’s modernity”, *Time & Society*, vol. 19, n° 1, Melbourne, 2010, pp. 98-119.
- PARSONS, Deborah, *Streetwalking the Metropolis. Women, the City, and Modernity*, Oxford, Oxford University Press, 2000.
- PASSERINI, Luisa, “Sociedad de consumo y cultura de masas”, en Georges Duby y Michelle Perrot (dir.), *Historia de las mujeres*, tomo 9, *El siglo XX. Guerras, entreguerra y posguerra*, Madrid, Taurus, 1994, pp. 349-367.
- PAYRÓ, Julio E., *Prilidiano Pueyrredón, Joseph Dubourdien, la Pirámide de Mayo y la Catedral de Buenos Aires*, Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, 1970.
- PEISS, Kathy, *Hope in a Jar. The Making of America’s Beauty Culture*, Nueva York, Metropolitan Books, 1998.

- PENHOS, Marta, “La fotografía del siglo XIX en la construcción de una imagen pública de los indios”, en AA.VV., *El arte entre lo público y lo privado. VI Jornadas de Teoría e Historia de las Artes*, Buenos Aires, CAIA, 1995, pp. 109-125.
- , “Nativos en el Salón. Artes plásticas e identidad en la primera mitad del siglo XX”, en Marta Penhos y Diana Wechsler (coord.), *Tras los pasos de la norma. Salones nacionales de bellas artes (1911-1989)*, Buenos Aires, CAIA/Del Jilguero, 1999, pp. 111-152.
- , “Frente y perfil. Fotografía y prácticas antropológicas y criminológicas en Argentina a fines del siglo XIX y principios del XX”, en AA.VV., *Arte y antropología en la Argentina*, Buenos Aires, Fundación Espigas, 2005, pp. 17-64.
- PEREYRA, Washington L., *La prensa literaria argentina 1890-1974*, tomo 1, *Los años dorados 1890-1919*, Buenos Aires, Librería Colonial, 1993.
- , *La prensa literaria argentina 1890-1974*, tomo 2, *Los años rebeldes 1920-1929*, Buenos Aires, Librería Colonial, 1995.
- PÉREZ, Inés, “De ‘sirvientas’ y eléctricos servidores. Imágenes del servicio doméstico en las estrategias de promoción del consumo de artículos para el hogar (Argentina, 1940-1960)”, *Revista de Estudios Sociales*, n° 45, Bogotá, abril de 2013, pp. 42-53.
- PESSI, María Soledad, “La publicidad: un motor de vida para la prensa gráfica argentina de la fines del siglo XIX y principios del siglo XX”, *Question*, vol. 1, n° 25, La Plata, enero-marzo de 2010, online.
- PIERCE, Russell, *Gringo-Gacho. An Advertising Odyssey*, Ashland, Southern Cross, 1991.
- PIERINI, Margarita (coord.), *La Novela Semanal (Buenos Aires, 1917-1927). Un proyecto editorial para la ciudad moderna*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2004.
- PLATERO, Tomás A., *Piedra libre para nuestros negros. La Broma y otros periódicos de la comunidad afroargentina (1873-1882)*, Buenos Aires, Instituto Histórico de la Ciudad de Buenos Aires, 2004.
- POINTON, Marcia, *Portrayal and the Search for Identity*, Londres, Reaktion Books, 2013.
- POLLOCK, Griselda, “What’s wrong with ‘images of women?’”, *Screen Education*, n° 24, Glasgow, 1977, pp. 25-33.
- , *Visión y diferencia. Feminismo, feminidad e historias del arte*, Buenos Aires, Fiordo, 2013 [1988].
- , *Differencing the Canon: Feminist Desire and the Writing of Art’s Histories*, Londres, Routledge, 1999.
- , *Encounters in the Virtual Feminist Museum. Time, Space and the Archive*, Londres, Routledge, 2007.
- y Rozsika Parker, *Old Mistresses. Women, Art and Ideology*, Londres, Pandora Press, 1992 [1981].
- POOLE, Deborah, “Equivalent images”, *Vision, Race, and Modernity. A Visual Economy of the Andean Visual World*, Princeton, Princeton University Press, 1997, pp. 107-141.
- POWELL, Anthony, *To Keep the Ball Rolling*, Chicago, The University of Chicago Press, 1983.
- PRIAMO, Luis, “Fotografía y vida privada (1870-1930)”, en Marta Madero y Fernando Devoto (dir.), *Historia de la vida privada en Argentina*, tomo 2, *La Argentina plural: 1870-1930*, Buenos Aires, Taurus, 1999, pp. 275-299.
- , “La obra de H. G. Olds en la Argentina”, *Nuestro.cl*, 15 de marzo de 2012, online.
- PRIETO, Adolfo, *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2006 [1988].
- QUANCE, Roberta, “Norah Borges en la vanguardia: entre vírgenes y sirenas”, *Romance Studies*, vol. 27, n° 1, Swansea, enero de 2009, pp. 1-10.
- QUEIROLO, Graciela, “El trabajo femenino en la ciudad de Buenos Aires (1890-1940). Una revisión historiográfica”, *Temas de Mujeres. Revista del CEHIM*, a. 1, n° 1, Tucumán, 2004, pp. 53-84.
- , “Del Código Civil a los avisos clasificados: aproximaciones al trabajo femenino en los empleos administrativos (Buenos Aires 1926-1936)”, ponencia presentada en el seminario internacional *Fazendo Genero 7*, Florianópolis, agosto de 2006.
- , “‘Malos pasos’ y ‘promociones’. Aproximaciones al trabajo femenino asalariado desde la historia y la literatura (Buenos Aires, 1919-1939)”, ponencia presentada en las *Primeras jornadas nacionales de historia social*, Córdoba, 2007.
- , “Mujeres que venden: aproximaciones al trabajo femenino asalariado en el sector comercial (Buenos Aires, 1910-1940)”, ponencia presentada en las *II Jornadas nacionales de historia social*, Córdoba, mayo de 2009.
- , *Saberes profesionales, movilidad ocupacional e inequidad laboral: el trabajo femenino en el sector administrativo, Buenos Aires, 1910-1950*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2013.
- RAPPAPORT, Erika, *Shopping for Pleasure. Women in the Making of London’s West End*, Princeton y Oxford, Princeton University Press, 2000.

- RECCHINI DE LATTES, Zulma y Catalina Wainerman, “Empleo femenino y desarrollo económico: algunas evidencias”, *Cuadernos del CENEP*, n° 6, Buenos Aires, 1979 [1977].
- , *El trabajo femenino en el banquillo de los acusados. La medición censal en América Latina*, México D.F., The Population Council/Terra Nova, 1981.
- REGALSKY, Andrés M., “El proceso económico”, en Eduardo José Míguez (coord.), *América Latina en la historia contemporánea*, tomo 3, *Argentina. La apertura al mundo (1880-1930)*, Madrid, Taurus/Mapfre, 2011, pp. 151-206.
- REY MÁRQUEZ, Juan Ricardo, “Los indígenas europeos: la india de la libertad”, *Cuadernos de Curaduría*, Bogotá, Museo Nacional de Colombia, 2005.
- , “Nacionalismos aparte. Antecedentes republicanos de la iconografía nacional”, en AA.VV., *Las historias de un grito. Doscientos años de ser colombianos. Exposición conmemorativa del Bicentenario 2010*, Bogotá, Ministerio de Cultura, Museo Nacional de Colombia, 2010.
- REY, Ana Lía, “Apuntes para pensar el arte anarquista a través de la revista *Ideas y Figuras*”, *Entrepasados*, año 16, n° 32, Buenos Aires, 2007, pp. 89-104.
- , “Palabras y proyectos de mujeres socialistas a través de sus revistas (1900-1956)”, *Mora*, n° 17, Buenos Aires, enero-julio de 2011.
- RIVERA, Jorge B., *El escritor y la industria cultural*, Buenos Aires, Atuel, 1998 [1981].
- ROBERTS, Mary Louise, “Gender, Consumption and Commodity Culture”, *American Historical Review*, vol. 103, n° 3, Bloomington, 1998, pp. 817-844.
- ROCCHI, Fernando, “Consumir es un placer. La industria y la expansión de la demanda en Buenos Aires a la vuelta del siglo pasado”, *Desarrollo Económico*, vol. 37, n° 148, Buenos Aires, enero-marzo de 1998, pp. 533-558.
- , “Inventando la soberanía del consumidor: publicidad, privacidad y revolución del mercado en Argentina, 1860-1940”, en Fernando Devoto y Marta Madero (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina*, tomo 2, *La Argentina plural: 1870-1930*, Buenos Aires, Taurus, 1999, pp. 300-321.
- , “Concentración de capital, concentración de mujeres. Industria y trabajo femenino en Buenos Aires, 1890-1930”, en F. Gil Lozano, V. S. Pita, M. G. Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 2, Buenos Aires, Taurus, 2000, pp. 223-243.
- , “El péndulo de la riqueza: la economía argentina en el período 1880-1916”, en Mirta Z. Lobato (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 5, *El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000, pp. 17-69.
- ROCK, David, *El radicalismo argentino*, Buenos Aires, Amorrortu, 1997.
- RODRÍGUEZ MOLAS, Ricardo, *Los afroargentinos y el origen del tango*, Buenos Aires, Desmemoria, s. f.
- , *Historia social del gaucho*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1982.
- ROGERS, Geraldine, Caras y Caretas. *Cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*, La Plata, Editorial de la Universidad de La Plata, 2008.
- , (ed.), *La Galería de ladrones de la Capital, de José S. Álvarez, 1880-1887*, La Plata, Universidad Nacional de La Plata, 2009.
- ROMANO, Eduardo, *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*, Buenos Aires, Catálogos, 2004.
- ROMERO, José Luis, *Latinoamérica. Las ciudades y las ideas*, Buenos Aires, 2005 [1976].
- y Luis Alberto Romero (dir.), *Buenos Aires. Historia de cuatro siglos*, tomo 2, *Desde la ciudad burguesa (1880-1930) hasta la ciudad de masas (1930-2000)*, Buenos Aires, Altamira, 2000.
- ROOT, Regina, *Vestir la nación. Moda y política en la Argentina poscolonial*, Buenos Aires, Edhasa, 2014.
- ROSE, Jacqueline, *Sexuality in the Field of Vision*, Londres y Nueva York, Verso, 2005 [1986].
- ROSENBLAT, Ángel, *La población indígena y el mestizaje en América*, Buenos Aires, Nova, 1954.
- RUBENSTEIN, Anne, “La guerra contra las pelonas”, en Gabriela Cano, Mary Kay Vaughn y Jocelyn Olcott (comp.), *Género, poder y política en el México posrevolucionario*, México D.F., FCE, 2009, pp. 91-126.
- SAID, Edward, *Orientalismo*, Barcelona, Debolsillo, 2008 [1978].
- SAÍTTA, Sylvia, *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2013 [1998].
- , “El periodismo popular en los años veinte”, en Ricardo Falcón (dir. de tomo), *Nueva historia argentina*, tomo 6, *Democracia, conflicto social y renovación de ideas (1916-1930)*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000, pp. 437-469.
- SALOMONE, Alicia N., *Alfonsina Storni. Mujeres, modernidad y literatura*, Buenos Aires, Corregidor, 2006.

- SALVATORE, Ricardo, "Yankee advertising in Buenos Aires. Reflections on Americanization", *Interventions*, vol. 7, n° 2, Londres, 2005, pp. 216-235.
- SARLO, Beatriz, *El imperio de los sentimientos. Narraciones de circulación periódica en la Argentina (1917-1927)*, Buenos Aires, Norma, 2000 [1985].
- , *Una modernidad periférica. Buenos Aires 1920 y 1930*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2003 [1988].
- , *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2004 [1992].
- , *La máquina cultural. Maestras, traductores y vanguardistas*, Buenos Aires, Ariel, 1998.
- SAZATORNIL RUIZ, Luis, "Andalucismo y arquitectura en las Exposiciones Universales 1867-1900", *Andalucía: una imagen en Europa (1830-1929)*, Sevilla, Fundación Centro de Estudios Andaluces, 2008.
- SCANLON, Jennifer, *Inarticulate Longings. The Ladie's Home Journal, Gender, and the Promises of Consumer Culture*, Londres y Nueva York, Routledge, 1995.
- (ed.), *The Gender and Consumer Culture Reader*, Londres y Nueva York, New York University Press, 2000.
- SCARZANELLA, Eugenia, *Ni gringos ni indios. Inmigración, criminalidad y racismo en la Argentina 1890-1940*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, 2003.
- SCHMUTZLER, Robert, *Art Nouveau*, Nueva York, Harry N. Abrams, 1962.
- SCHNEIROV, Matthew, *The Dream of a New Social Order. Popular Magazines in America 1893-1914*, Nueva York, Columbia University Press, 1994.
- SCHWARTZ COWAN, Ruth, *More Work for Mother. The Ironies of Household Technologies from the Open Hearth to the Microwave*, Nueva York, Basic Books, 1983.
- SCOBIE, James R., *Buenos Aires. Del centro a los barrios, 1870-1910*, Buenos Aires, Solar-Hachette, 1977.
- SCOCCO, Graciela, "Un espacio permitido: educación artística y participación activa de la mujer en las artes decorativas y aplicadas", en María Inés Saavedra (dir.), *Buenos Aires: artes plásticas, artistas y espacio público*, Buenos Aires, Vestales, 2008, pp. 209-247.
- SCOTT, Joan W., *Gender and the Politics of History*, Nueva York, Columbia University Press, 1999 [1988].
- , *Las mujeres y los derechos del hombre. Feminismo y sufragio en Francia, 1789-1944*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2012 [1996].
- SHEPPARD, Alice, *Cartooning for Suffrage*, Albuquerque, University of New Mexico Press, 1994.
- SIMONS, Patricia, "Women in frames: the gaze, the eye, the profile in Renaissance portraiture", *History Workshop Journal*, n° 25, Oxford, primavera de 1988, pp. 4-30.
- SINNEMA, Peter W., *Dynamics of the Pictured Page. Representing the Nation in the Illustrated London News*, Aldershot, Ashgate, 1998.
- SLATTA, Richard, *Los gauchos y el ocaso de la frontera*, Buenos Aires, Sudamericana, 1985.
- SMITH ROSENBERG, Carroll, *Disorderly Conduct. Visions of Gender in Victorian America*, Oxford, Oxford University Press, 1986.
- SOLOMON-GODEAU, Abigail, "The other side of Venus: the visual economy of feminine display", en Victoria De Grazia y Ellen Furlough (ed.), *The Sex of Things. Gender and Consumption in Historical Perspective*, Berkeley, Los Ángeles y Londres, University of California Press, 1996, pp. 113-150.
- SOSA DE NEWTON, Lily, *Las argentinas de ayer a hoy*, Buenos Aires, Zanetti, 1967.
- , *Diccionario biográfico de mujeres argentinas*, Buenos Aires, Plus Ultra, 1980.
- , *Las argentinas y su historia*, Buenos Aires, Feminaria, 2007.
- SOSNOWSKI, Saúl et al., *La cultura de un siglo. América Latina en sus revistas*, Buenos Aires, Alianza, 1999.
- STEELE, Valerie, *The Corset. A Cultural History*, New Haven y Londres, Yale University Press, 2001.
- (ed.), *Encyclopedia of Clothing and Fashion*, Farmington Hills, Thomson Gale, 2005, 3 vols.
- STEIN, Sally, "The graphic ordering of desire. Modernization of a middle-class women's magazine 1914-1939", *Heresies*, n° 18, 1985, pp. 7-16.
- STEPAN, Nancy Leys, *The Hour of Eugenics. Race, Gender and Nation in Latin America*, Ithaca, Cornell University Press, 1991.
- SURIANO, Juan (comp.), *La cuestión social en Argentina, 1870-1943*, Buenos Aires, La Colmena, 2000.
- , *Anarquistas. Cultura y política libertaria en Buenos Aires, 1890-1910*, Buenos Aires, Manantial, 2001.
- SZIR, Sandra, *Infancia y cultura visual. Los periódicos ilustrados para niños (1880-1910)*, Buenos Aires, Miño y Dávila, 2007.
- , "De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el siglo XIX. Colección Biblioteca Nacional", en Marcelo Garabedian, Miranda

- Lida y Sandra Szir, *Prensa argentina siglo XIX. Imágenes, textos y contextos*, Buenos Aires, Teseo-Biblioteca Nacional, 2009.
- SZIR, Sandra, *El semanario popular ilustrado Caras y Caretas y las transformaciones del paisaje cultural de la modernidad. Buenos Aires 1898-1908*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2011.
- , “Imágenes para la infancia. Entre el discurso pedagógico y la cultura del consumo en Argentina. La escuela y el periódico ilustrado *Caras y Caretas* (1880-1910)”, en Elena Jackson y Susana Sosenski (ed.), *Nuevas miradas a la historia de la infancia en América Latina: entre prácticas y representaciones*, México D.F., Instituto de Investigaciones Históricas, UNAM, 2012.
- , “Reporte documental, régimen visual y fotoperiodismo. La ilustración de noticias en la prensa periódica en Buenos Aires (1850-1910)”, *Caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte*, n° 3, Buenos Aires, diciembre de 2013.
- , “Arte e industria en la cultura gráfica porteña. La revista *Éxito Gráfico* (1905-1915)”, en Laura Malosetti Costa y Marcela Gené (comp.), *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*, Buenos Aires, Edhasa, 2013, pp. 165-195.
- (coord.), *Ilustrar e imprimir. Una historia de la cultura gráfica en Buenos Aires, 1830-1920*, Buenos Aires, Ampersand, 2016.
- SZURMUK, Mónica, *Mujeres en viaje*, Buenos Aires, Alfaguara, 2000.
- TAGG, John, *The Burden of Representation. Essays on Photographies and Histories*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1988.
- TARLUCCI, Mónica y Dafne Rifkin, “Fragmentos de historia del feminismo en Argentina”, en Sandra Chaher y Sonia Santoro (comp.), *Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género*, Buenos Aires, Artemisa Comunicación, 2010, pp. 17-39.
- TAYLOR, Rabun, *The Moral Mirror of Roman Art*, Cambridge, Cambridge University Press, 2008.
- TELL, Verónica, *La fotografía en la construcción de relatos de la modernización argentina (1871-1898)*, tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires, 2009.
- , “Reproducción fotográfica e impresión fotomecánica: materialidad y apropiación de imágenes a fines del siglo XIX”, en L. Malosetti Costa y M. Gené (comp.), *Impresiones porteñas. Imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*, Buenos Aires, Edhasa, 2009, pp. 141-164.
- , “Los gauchos de Francisco Ayerza: migraciones por las páginas de las revistas ilustradas de fines de la década de 1890”, ponencia presentada en el *54 International Congress of Americanists*, 2012.
- TERÁN, Oscar, “El pensamiento finisecular (1880-1916)”, en Mirta Z. Lobato (dir. de tomo.), *Nueva historia argentina*, tomo 5, *El progreso, la modernización y sus límites*, Buenos Aires, Sudamericana, 2000, pp. 329-363.
- THE MODERN GIRL AROUND THE WORLD RESEARCH GROUP (ed.), *The Modern Girl around the World. Consumption, Modernity and Globalization*, Durham y Londres, Duke University Press, 2008.
- THOMPSON, E.P., *Customs in Common*, Londres y Nueva York, Penguin, 1993 [1991].
- TICKNER, Lisa, *The Spectacle of Woman. Imagery of the Suffrage Campaign 1907-14*, Chicago, Chicago University Press, 1988.
- TOSSOUNIAN, Cecilia, “Elvira López: entre la igualdad y la diferencia. Ciudadanía, cultura política e identidad femenina en Argentina”, en *Actas de las II Jornadas de historia de las izquierdas*, Buenos Aires, Cedinci, 2002, pp. 17-34.
- , *The Body Beautiful and the Beauty of Nation: Representing Gender and Modernity (Buenos Aires 1918-1939)*, tesis de doctorado, European University Institute, 2010.
- , María Fernanda Lorenzo y Ana Lía Rey, “Imágenes de mujeres virtuosas: moralidad, género y poder en la Argentina de entreguerras”, en Mirta Z. Lobato (ed.), *Cuando las mujeres reinaban. Belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX*, Buenos Aires, Biblos, 2005, pp. 19-43.
- TRAVERSA, Oscar, *Cuerpos de papel. Figuras del cuerpo en la prensa 1918-1940*, Barcelona, Gedisa, 1997.
- TURNER, Bryan S., “Introduction to the third edition. Virtue and the body: the debate over nature and nurture”, *The Body and Society. Explorations in Social Theory*, Londres, Sage, 2008 [1984], pp. 1-16.
- TWYMAN, Michael, *The British Library Guide to Printing. History and Techniques*, Toronto, University of Toronto Press, 1999.
- ULANOVSKY, Carlos, *Parentes rotativos. Diarios, revistas y periodistas (1920-1969)*, Buenos Aires, Emecé, 2005 [1997].

- VALOBRA, Adriana, “Feminismo, sufragismo y mujeres en los partidos políticos en la Argentina de la primera mitad del siglo XX”, *Annis. Revue de civilisation contemporaine Europe/Amériques*, n° 8, 2008, online.
- , “Claves de la ciudadanía política femenina en la primera mitad del siglo XX en Argentina”, *Revista Estudios*, n° 24, San José de Costa Rica, 2011.
- VASSALLO, Alejandra, “Entre el conflicto y la negociación. Los feminismos argentinos en los inicios del Consejo Nacional de Mujeres 1900-1910”, en F. Gil Lozano, V. S. Pita, M. G. Ini (dir.), *Historia de las mujeres en la Argentina*, tomo 2, Buenos Aires, Taurus, 2000, pp. 185-186.
- VICINUS, Martha (ed.), *A Widening Sphere. Changing Roles of Victorian Women*, Bloomington/Londres, Indiana University Press, 1977.
- VIGARELLO, Georges, *Corregir el cuerpo. Historia de un poder pedagógico*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2005 [2001].
- VIÑAS, David, “Ocantos y *Quilito* (1892): chinas, niños, militarotes y mercado”, *Indios, ejército y frontera*, Buenos Aires, Santiago Arcos, 2003 [1982].
- WAINERMAN Catalina y Marysa Navarro, “El trabajo de la mujer en la Argentina: un análisis preliminar de las ideas dominantes en la primera mitad del siglo XX”, *Cuadernos del CENEP*, n° 7, 1979.
- y Rebeca Barck de Raijman, *Sexismo en los libros de lectura de la escuela primaria*, Buenos Aires, IDES, 1987.
- WARBURG, Aby, “El *Nacimiento de Venus* y la *Primavera* de Sandro Botticelli. Una investigación sobre las representaciones de la Antigüedad en el primer Renacimiento italiano” [1893], en *El renacimiento del paganismo. Aportaciones a la historia cultural del Renacimiento europeo*, edición de Felipe Pereda, Madrid, Alianza, 2005.
- WARNER, Marina, *Monuments & Maidens. The Allegory of the Female Form*, Nueva York, Atheneum, 1985.
- WECHSLER, Diana, *Papeles en conflicto. Arte y crítica entre la vanguardia y la tradición. Buenos Aires (1920-30)*, Buenos Aires, Instituto de Teoría e Historia del Arte “Julio E. Payró”, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2003.
- y Yayo Aznar (comp.), *La memoria compartida. España y la Argentina en la construcción de un imaginario cultural (1898-1950)*, Buenos Aires, Paidós, 2005.
- WEINBAUM, Alys Eve, “Racial masquerade. Consumption and contestation of American modernity”, en AA.VV., *The Modern Girl Around the World. Consumption, Modernity and Globalization*, Durham y Londres, Duke University Press, 2008, pp. 120-146.
- WILLIAMS, Raymond, *Culture and Society. 1780-1950*, Nueva York, Anchor Books, 1960 [1958].
- , *The Long Revolution*, Londres, Pelican, 1965 [1961].
- , *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2003 [1976].
- , *Marxismo y literatura*, Barcelona, Península, 2000 [1977].
- WILSON, Elizabeth, “Fashion and popular culture”, *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity*, Londres y Nueva York, I.B. Tauris, 2003 [1985].
- WITTKOWER, Rudolf y Margot, *Nati sotto Saturno. La figura dell'artista dall'Antichità alla Rivoluzione Francese*, Turín, Einaudi, 1996 [1963].
- WOLF, Naomi, *The Beauty Myth*, Nueva York, Harper Collins, 2002 [1991].
- WOLFF, Janet, *Feminine Sentences. Essays on Women and Culture*, Berkeley y Los Ángeles, University of California Press, 1990.
- WOOLF, Virginia, *A Room of One's Own*, Londres, Penguin, 2004 [1928].
- YEAZELL, Ruth B., *Harems of the Mind. Passages of Western Art and Literature*, New Haven y Londres, Yale University Press, 2000.
- YUJNOVSKY, Inés, “Fotografías de un viaje en el tiempo a Tierra del Fuego”, en AA.VV., *El tiempo expandido*, Madrid, PhotoEspaña, 2010, pp. 277-283.
- YUVAL-DAVIS, Nira, *Gender & Nation*, Londres, Sage, 2000 [1997].
- ZAVALA, Adriana, *Becoming Modern, Becoming Tradition*, University Park, Pennsylvania State University Press, 2010.
- ZUNINO SINGH, Dhan, “Experiencias y representaciones de las mujeres en el transporte público de Buenos Aires en la primera mitad del siglo XX”, ponencia presentada en las *XII Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres*, Neuquén, marzo de 2015.

Archivos y repositorios consultados

Academia Nacional de la Historia
Academia Argentina de Letras
Archivo General de la Nación
Biblioteca del Colegio Nacional de Buenos Aires
Biblioteca del Congreso de la Nación Argentina
Biblioteca del Instituto Universitario Nacional de Arte
Biblioteca del Museo de la Ciudad de Buenos Aires
Biblioteca del Museo Nacional de Bellas Artes
Biblioteca Nacional de Maestros
Biblioteca Nacional Mariano Moreno
Biblioteca Obrera Juan B. Justo
Biblioteca Tornquist del Banco Central de la República Argentina
Cedinci (Centro de documentación e investigación de la cultura de izquierdas en la Argentina)
Fundación Espigas
Fundación Gutenberg
Fundación Pan Klub-Museo Xul Solar

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
DEPARTAMENTO DE POSGRADO

Tesis de doctorado

*Imagen impresa e historia de las mujeres. Representaciones femeninas en la
prensa periódica ilustrada de Buenos Aires a comienzos del siglo XX (1910-1930)*

Doctoranda: Lic. Julia Ariza

Directora: Dra. Laura Malosetti Costa

Co-directora: Dra. Mirta Z. Lobato

TOMO II

Buenos Aires, 2017

Apéndice 1

Imágenes mencionadas en el texto

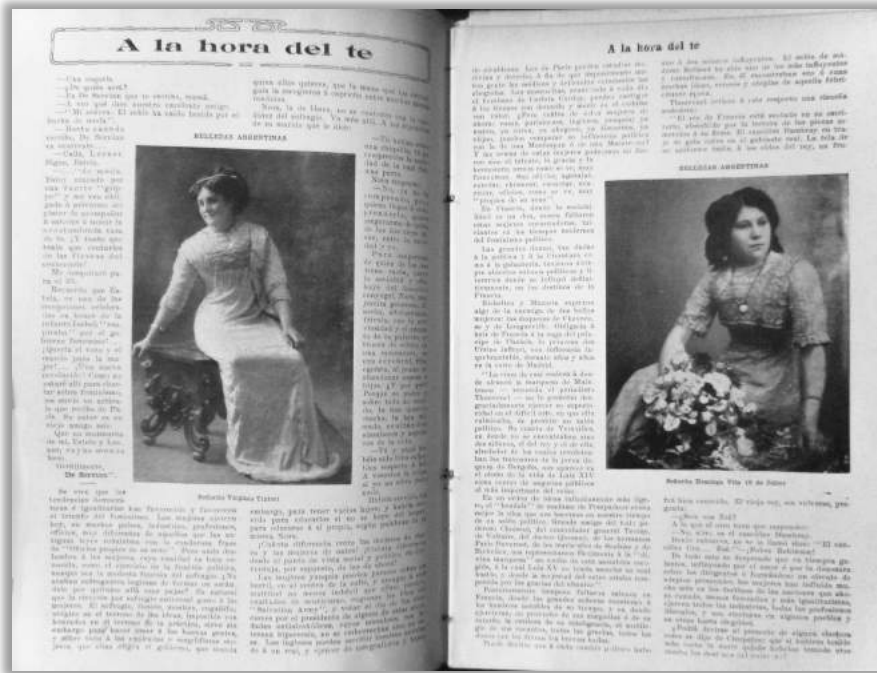


Fig. 1

“A la hora del té”, *El Hogar*, año 7, n° 154, 15 de junio de 1910



Fig. 2. La silueta de los años diez

“Crónica de la moda”, *El Hogar*, año 7, n° 146, 15 de febrero de 1910



Fig. 3. La silueta de los años veinte

“La silueta alta y delgada es la característica del vestido de moda”, *Vogue*, vol. 11, n° 66, junio de 1926



Fig. 4. La distancia del modelo dominante

“Notas de Mar del Plata”, *Para Ti*, año 2, n° 36, 16 de enero de 1923



Fig. 5a. Distintas revistas comparten el mismo canon

Publicidad de cigarrillos 43, *Tit-Bits*, año 4, n° 208, 28 de junio de 1913



Fig. 5b. Distintas revistas comparten el mismo canon

Publicidad de cigarrillos 43, *Mundial*, año 2, n° 24, abril de 1913



Fig. 6. La sintaxis corporal

“Buena y mala manera de traer un traje”, suplemento de moda de *La Ilustración Sud-Americana*, [1910]



Fig. 7a. Cuerpos fuera del canon

“Página amena”, *Femenil*, año 1, n° 53, 13 de septiembre de 1926



Fig. 7b. Cuerpos fuera del canon

“Hay que saber anunciar. Mujer joven y bonita se ofrece para mucama”, *Tit-Bits*, año 4, n° 204, 3 de mayo de 1913



Fig. 8. Cuerpos fuera del canon

“Por los presos”, *Bandera Proletaria. Órgano de la Unión Sindical Argentina*, año 4, [número ilegible], 1925



Fig. 9. Cuerpos fuera del canon

“Proletarios”, *El Carpintero y Aserrador*, noviembre de 1922



Fig. 10

“Coquetteos”, *La Protesta*, 10 de abril de 1922



Fig. 12. La moda y la silueta femenina satirizadas

“Las fantasías de la moda”, *El Hogar*, año 7, n° 151, 30 de abril de 1910



Fig. 11. Contradicciones entre la postura, la moda y el movimiento. Doble página y detalle

Publicidad de tienda Artola y Sánchez y artículo “Las trabadas”, *PBT*, año 7, n° 291, 25 de junio de 1910



Fig. 13. Mercedes de Alvear retratada en Palermo

“La educación de la mujer”, *Myriam*, año 1, n° 1, junio de 1915



Fig. 15. Los cambios en la silueta y las nuevas exigencias

“Siluetas de mujer moderna”, *Femenil*, año 2, n° 19, 18 de enero de 1926 (doble página y detalle)

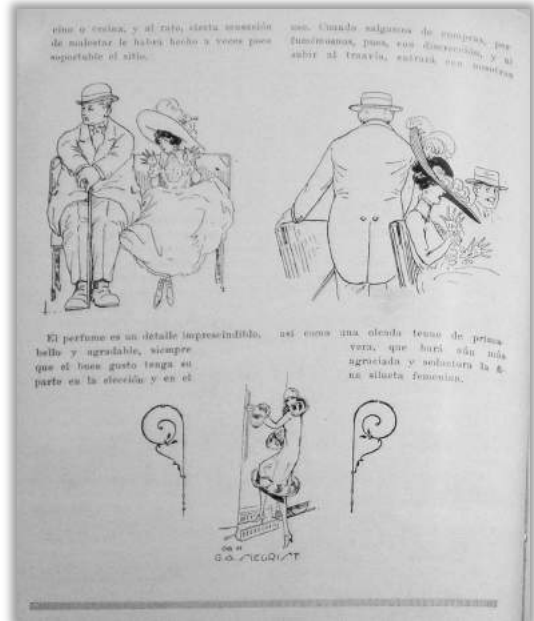


Fig. 14. La nueva moda y la mayor libertad de movimiento

“El tranvía y la moda”, *El Riel Porteño*, año 1, n° 2, septiembre de 1925





Fig. 16. El tipo blanco europeo como norma de feminidad
 “La mujer en la Exposición de París”, *Caras y Caretas*,
 año 3, nº 106, 13 de octubre de 1900



Fig. 18. Las extremidades alargadas como índice de distinción “natural”

Publicidad de Heno de Pravia,
La Nación Magazine, año 1,
 nº 4, 28 de julio de 1929



Fig. 17. El tipo blanco europeo como norma de feminidad

“Visage de nacre et masque d'ébène”,
Vogue, vol. 11, nº 66, junio de 1926



Fig. 19a. Pervivencia del *pathosformel* de la ninfa en los avisos de productos para el pelo

Aviso de Réve Rose, *El cuento ilustrado*, año 1, n° 1, 12 de abril de 1918



Fig. 19b

Aviso de Petróleo Gal, *Mundial*, año 3, n° 28, agosto de 1913



Fig. 19c

Aviso de Tricófero de Barry, *Elegancias*, año 3, n° 39, enero de 1914



Fig. 19d

Aviso de Específico Boliviano Benguria, *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 12, 31 de diciembre de 1924



Fig. 20. El modelo de la pintura neoclásica

“Miss Bloxam, por Thomas Laurence”, *Para Ti*, año 8, n° 390, 29 de octubre de 1929



Fig. 21a. Matilde y Susana Frías Ayerza recreando el *Autorretrato con su hija*, de E. Vigée-Lebrun

Femenil, n° 174, 21 de enero de 1929



Fig. 21b. Marta Rodríguez Alcorta recreando el *Autorretrato*, de E. Vigée-Lebrun

Femenil, n° 176, 3 de febrero de 1929



Fig. 21c. Una doble página en la que se contraponen la *dark* y la *white lady*. Publicidad de colonia Tosca y retrato de Marta Bosch Alvear recreando *La lechera*, de Greuze

Femenil, año 4, n° 177, 11 de febrero de 1929



Fig. 22. *La dark lady*

“La dama de negro”, *Vida Porteña*, año 5, n° 183, 15 de mayo de 1917

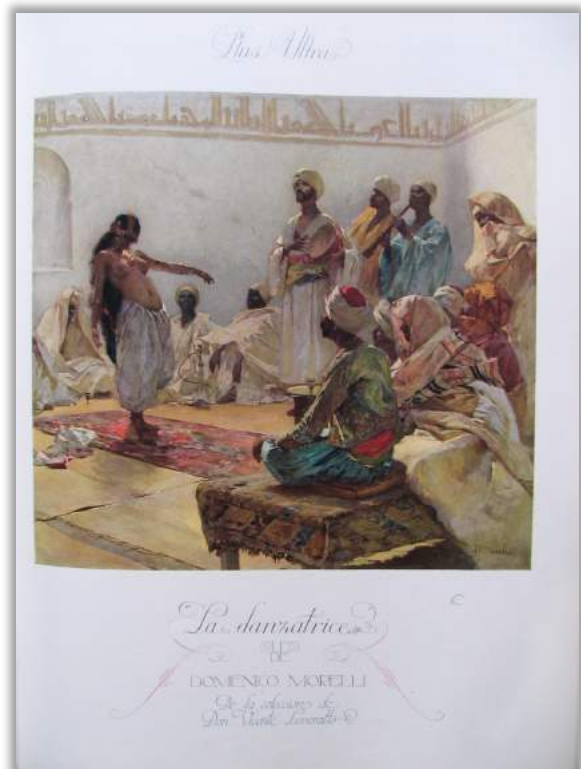


Fig. 23. *La dark lady*

“La danzatrice. Óleo de Domenico Morelli”, *Plus Ultra*, año 15, n° 167, marzo de 1930



Fig. 24a. El motivo de la mujer ante el espejo

Publicidad de Polvos Leichner,
Fray Mocho, año 9, n° 407, 10 de febrero de 1920



Fig. 24b. El motivo de la mujer ante el espejo

“Ofrenda galante”, *La Vida Moderna*, año 6, n° 251,
31 de enero de 1912

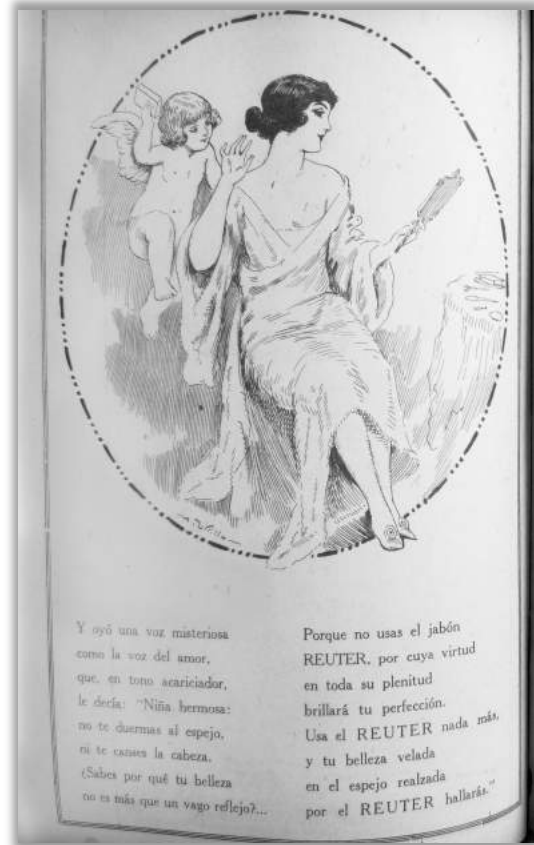


Fig. 24c. El motivo de la mujer ante el espejo

Publicidad de Jabón Reuter, *El Suplemento*, año 7,
n° 148, 7 de abril de 1926



Fig. 25a. La mirada

“Luces de cinelandia”, *Atlántida*, año 12, n° 592, 15 de agosto de 1929



Fig. 25b. La mirada

“Flor de ceibo”, *La Nación Magazine*, año 1, n° 21, 24 de noviembre de 1929



Fig. 26. La mirada femenina utilizada en la publicidad

Publicidad de Surtido Selecto Bagley, *La Novela Semanal*, año 13, n° 610, 22 de julio de 1929

POR FIN SE ACABÓ EL MISTERIO
basta de vello superfluo

Medio positivo para quitar definitivamente y para siempre **EL PELO SUPÉRFUO**
SIN ESTROPEAR LA PIEL
Cupón gratis para los lectores de LA ILUSTRACION SUD-AMERICANA

En adelante, las señoras que hasta ahora han debido sufrir las impertinencias del bigote ó tan solo de algún pelo que les haya afectado el semblante, la garganta, brazos ó busto, van á verse libres de tal mortificación. Para aliviarlas en su malestar, se han hecho nuevas combinaciones que permitirán reparar entre las lecturas de este periódico que se hallen desfiguradas por el vello, mil ejemplares del folleto que describe completamente el medio de quitarse el pelo superfluo.

En dicho folleto, se dice cómo las mujeres de la antigua Roma se conservaban la piel fresca y limpia y evitaban las pelos superfluos, y cómo una parisienne descubrió tal secreto.

Vais á quedar sorprendidas y contentísimas de haber enviado el cupón que va al pie al **ROMAN SOLVING LABORATORY**, División 107, rue Talbot, 44, París; pero enviadlo inmediatamente, pues el número de folletos es limitado.

No importa que el vello sea ligero ó pesado, poco ó mucho; desde ahora se le puede hacer desaparecer sin dolor, definitivamente, en algunos minutos, de la cara, del cuello, de los brazos, del pecho, de cualquier parte en que se halle en el cuerpo de la mujer. Y no es ello un alivio temporal solamente, pues se destruirán las raíces del pelo, el cual no podrá reaparecer jamás.

La baronesa de L..., de París, dice: «Estoy maravillada porque había ensayado multitud de cosas en vano. Su desdoblamiento es el solo medio para la desaparición definitiva del vello superfluo, con lo cual se puede estar seguro del éxito.»

La Sra. D.^{ca} Julia Rivar, de Raincy, dice: «Ahora ya no tengo vello inútil y antes tenía mucho, lo había probado todo y vanamente, demostrando que no creía posible enviar un medio para quitar tan completamente y para siempre pelo y vello.» No hacer más que llenar el siguiente cupón y enviarlo hoy bajo pliego franquado con franco: 0,35.

DESCONFIAR DE LAS FALSIFICACIONES

CUPÓN GRATIS PARA EL PELO SUPÉRFUO
ROSE PARA TODOS LOS LECTORES DE «LA ILUSTRACION SUD-AMERICANA»
Cortar este cupón hoy y revuelo con vuestro nombre y sede al «Roman Solving Laboratory», División 107, rue Talbot, 44, París y remitirlo á vuelta de correo toda clase de tarifas en sobre lacrado sin envolver, indicando los medios de quitarse definitivamente el pelo superfluo.
Escribir nombre y edad aquí:

dirección: población estado

Fig. 27. "Por fin se acabó el misterio. Basta de vello superfluo"

Aviso de producto contra el vello, Suplemento de moda de *La Ilustración Sud-Americana* [1910]



LAVOL Hace Desaparecer Las Enfermedades de la Piel

No cometa el error de rehusar una prueba del más grande descubrimiento médico, LAVOL—
La picazón, el dolor y el ardor de las quemaduras se quitan en 10 segundos.
Las terribles escoriaciones casposidades y desagradables erupciones se curan en una semana.
LAVOL es el más poderoso extirpador de las enfermedades cutáneas jamás descubierto.

En Venta en Todas Las Droguerías y Farmacias.

Unicos concesionarios:
MENDEL & CIA.
Bolívar 879 Buenos Aires

Fig. 28

Publicidad de Lavol, *Fray Mocho*, año 9, n° 408, 17 de febrero de 1920

Las Preparaciones "GANESH"
DE
M^{me} E. ADAIR

PATROCINADA POR LA CORTE REAL DE INGLATERRA
RECOMENDADA POR EL CUERPO MEDICO

5, Rue Cambon, PARIS
92, New Bond Street, LONDON W.
NEW-YORK, 557, Fifth Avenue

Son las más puras, las más higiénicas, las más benéficas.

Su **Acete Oriental Ganesh** es un regenerador entráxico de los tejidos, que borra las arrugas y la *patte d'oie* (líneas divergentes que parten del ángulo exterior del ojo). = 7, 14, 20 y 39 frs.

Su **Tónico Diablo Ganesh** estrecha y limpia los poros, depura y blanquea la piel, y hace desaparecer las hinchazones de los párpados. = 7 y 10 frs.

Su **Mentonnière (Babera) Ganesh** (patentada) mantiene la boca cerrada durante el sueño, corrige la depresión de los carrillos, e impide la barbilla. Su empleo cura la mala costumbre de roncar. = 27, 32 y 35 frs.

Sus **Cofrecitos Engomados Japoneses** contienen una variedad de sus más preciosas preparaciones, con nota explicativa para seguir en casa, propia un tratamiento completo. = 120 y 170 frs.

Envío franco, sobre pedido, de su libro:
Modo de conservar la Belleza juvenil de las formas y del semblante
(ediciones francesa ó inglesa).

Exigir sobre la etiqueta de cada producto la marca arriba indicada. Desconfiar de las imitaciones.

Fig. 29. "Son las más puras, las más higiénicas, las más benéficas"

Publicidad de mentonera, *Elegancias*, año 3, n° 31, mayo de 1913

Vous serez belle éternellement et toujours jeune... Madame,
en portant une demi-heure par jour les

APPAREILS DE BEAUTÉ
du **DOCTEUR MONTEIL**
PHARMACIEN-SPECIALISTE
de la Faculté de Paris
8, 10, Passage Choiseul, PARIS (Opéra)

En **Caoutchouc Radio-actif**.
Ils préviennent ou suppriment radicalement les rides, bajoues, pautes d'oe, double menton, taches, rougeurs, etc.

15 ANNÉES DE SUCCÈS

| | | | |
|------------------------|--------|--------------------|--------|
| Masque idéal | 35 fr. | Pavillon | 25 fr. |
| Mentonnière avec cou | 25 fr. | Front | 15 fr. |
| Mentonnière sans cou | 20 fr. | Loup | 20 fr. |

La Ceinture "LA DÉESSE"
entièrement en caoutchouc radio-actif
s'applique directement sur la peau
et fait maigrir rapidement les hanches et le ventre, sans médication ni régime. Tonifie, affine et harmonise le corps.

Toutes tailles: 250 fr.
Soutien-gorge assorti 200 fr.

Bandes - Chevilles en caoutchouc radio-actif, spéciales pour amincir les chevilles. La paire: 40 fr.

CATALOGUE de SPECIALITES DE BEAUTÉ
franco sur demande

Ceinture "LA DÉESSE"
entièrement en caoutchouc.
MESURES A DONNER:
Largeur de la taille et des hanches.

Affine nuque 35 fr.

Fig. 30. "Será eternamente bella y siempre joven..."

Publicidad de aparatos de caucho radioactivo, *Vogue*, vol. 11, n° 62, febrero de 1926

Para quitar las arrugas,

Wrinkles and all the impurities of the skin, no matter how deep or how long they have been, are destroyed by the action of the high frequency and ultra-violet rays. This is the method used in the greatest institutes of beauty in Europe. Apparatuses of this kind permit now this treatment to be done in every home. These apparatuses are simple and safe. They are used in all the greatest hospitals and sanatoriums. Special cases are cured with safety rheumatism, weakness of the nerves, diseases of the stomach, anemia, etc. Treat a child and to his family with safety. Rays and you will be surprised how they disappear wrinkles, nervousness, the complexion, how they increase beauty, vigor, and health. Reproduce the same. Recovers its energy, is completely safe. Give TODAY a demonstration GRATIS in my office or in your home (in the Capital). Send me leaflet GRATIS.

Rodolfo Walther
Representante
25 DE MAYO, 140, Escritorio 19 — U. T. 1740, Av. — BUENOS AIRES

“RADIOSTAT”

aparato de alta frecuencia con rayos ultravioletas para todas corrientes, con 5 electrodos diferentes:

- 1 electrodos para trat. general y masaje facial.
- 1 “ “ “ “ curar los cabellos (caspa, calvicie).
- 1 “ “ “ “ quitar callus, verrugas, etc.
- 1 “ “ “ “ hemorroides y sifera; de soñeras.
- 1 “ “ “ “ reforzar los nervios.

El aparato completo, con un año de garantía, por solamente \$ 65.-

ELECTRODOS ESPECIALES PARA LA REGENERACION DE TODOS LOS ORGANOS, A PRECIOS BARATOS.

Fig. 31. Dispositivo eléctrico contra las arrugas

Publicidad de Radiostat, *El Suplemento*, año 7, n° 144, 10 de marzo de 1926

ZELLO PUNKT

ANTES DESPUES

¿Su nariz está bien formada? Usted puede fácilmente corregir cualquier defecto de la nariz dando a la misma una forma perfecta, sin molestias y sin dolor, en su propia casa, sin interrumpir sus ocupaciones diarias, usando el **Conformador Universal ZELLO-PUNKT**

Folleto descriptivo con certificados de eminentes médicos, enviamos gratis a quien lo solicite.

Concesionarios Exclusivos: **BUSH & Cia. MAIPU, 231** Buenos Aires

Higiene de la boca

Odol

El mejor dentífico del mundo

El ODOL es el primero y el más moderno que garantiza con absoluta seguridad las causas de la caries dental. Esta acción positiva que está probada científicamente, consiste en la propiedad peculiar del Odol de penetrar en los dientes sucios y en las hendiduras de las caries, que embellece e impregna hasta cierta punto. Como resultado la importancia especial de esta nueva y peculiar acción. Muestra que todos los dientes sucios, así como que limpiar la boca y la dentadura solo obtiene durante un pocos momentos que se emplean en esta operación, en las muchas pequeñas sus depósitos antisepticos cuya acción dura horas enteras. Así se logra una acción antiseptica continua, que limpiará seguramente la dentadura de todo género, refrenando hasta en las más pequeñas hendiduras. Claro está, por lo tanto, que la higiene de la boca garantiza la salud.

Fig. 33. La estética medicalizada en la publicidad

Publicidad de Odol, *El Hogar*, año 7, n° 152, 15 de mayo de 1910

Fig. 32. Dispositivo modelador de la nariz

Publicidad de Zello-Punkt, *El Hogar*, año 24, n° 998, 30 de noviembre de 1928

De Tratamiento d'Elizabeth Arden
Photographie: J. Paris, par Boris Dikoff

ELIZABETH ARDEN vous dit :
"Un seul de mes Traitements rafraichira et tonifiera merveilleusement votre peau"

Une série de plusieurs Traitements suivis sans interruption donnera très vite à votre peau un grain d'une finesse exquise, la rendra souple, douce et transparente.

Basés sur trois principes fondamentaux qui sont: l'élimination complète des impuretés de la peau au moyen d'une crème très pure telle que la **Cleansing Cream** - sa tonification avec l'**Arden's Skin Tint** ou le **Special Antiseptic** qui resserre et raffermir l'épiderme - et sa nutrition par l'**Orange Skin Food** ou la délicate **Vaseline Cream** - les traitements d'Elizabeth Arden conviennent à toutes les formes de peau.

Vous obtiendrez des résultats merveilleux en appliquant les méthodes d'Elizabeth Arden deux fois par semaine du matin et du soir. Si vous ne pouvez vous limiter aux salons d'Elizabeth Arden consultez ces indications les particularités et les défauts de votre peau.

Elizabeth Arden vous recommande pour le soin de votre peau, le peigneteau **Arden's**.

Vous pouvez essayer le **Arden's Skin Tint**, la **Crème à la Rose** ou le **Arden's Skin Food** - les meilleurs produits de beauté.

Vous avez Orange Skin Food. Une crème nourrissante et rafraichissante. Les soins, conservez la fraîcheur de votre peau, ainsi que les rides de la peau.

Vous avez Vaseline Cream. Une crème délicate pour les peaux sensibles. Recommandée aussi pour les lèvres sèches, dont elle assure la pureté et la douceur.

Vous avez Special Antiseptic. Pour les maladies de la peau et de la peau. Rafraichit les tissus, nettoie la peau.

Vous avez Peel Cream. Cette préparation agit profondément sur la peau, lui rendant sa fraîcheur.

Vous avez l'Arden's. Peindre, appliquez, sec, puis laissez. Le tout Arden de votre peau, en quelques heures. Utilisez ensuite le **Arden's Skin Food**.

Faites vous envoyer le **Arden's Skin Tint**, la **Crème à la Rose**, ou le **Arden's Skin Food** - les meilleurs produits de beauté.

Les Préparations d'Elizabeth Arden sont en vente dans toutes les Maisons de premier ordre du monde

ELIZABETH ARDEN
2, RUE DE LA PAIX, PARIS
NEW YORK 673 Fifth Avenue
LONDON 25, Old Bond Street
MONTREAL 110, rue de la Paix, Québec
TORONTO 110, rue de la Paix, Québec

Fig. 34. La estética medicalizada en la representación de los tratamientos de belleza

Publicidad de Elizabeth Arden, *Vogue*, vol. 11, n° 62, febrero de 1926



Fig. 35. La estética medicalizada en la representación de dispositivos modeladores

“La lucha de la mujer contra la vejez”, *Plus Ultra*, año 15, n° 168, abril de 1930



Fig. 36a. Visibilidad creciente de las piernas

“El ómnibus tiene sus ventajas”, *Lux*, año 3, n° 33, 20 de diciembre de 1924

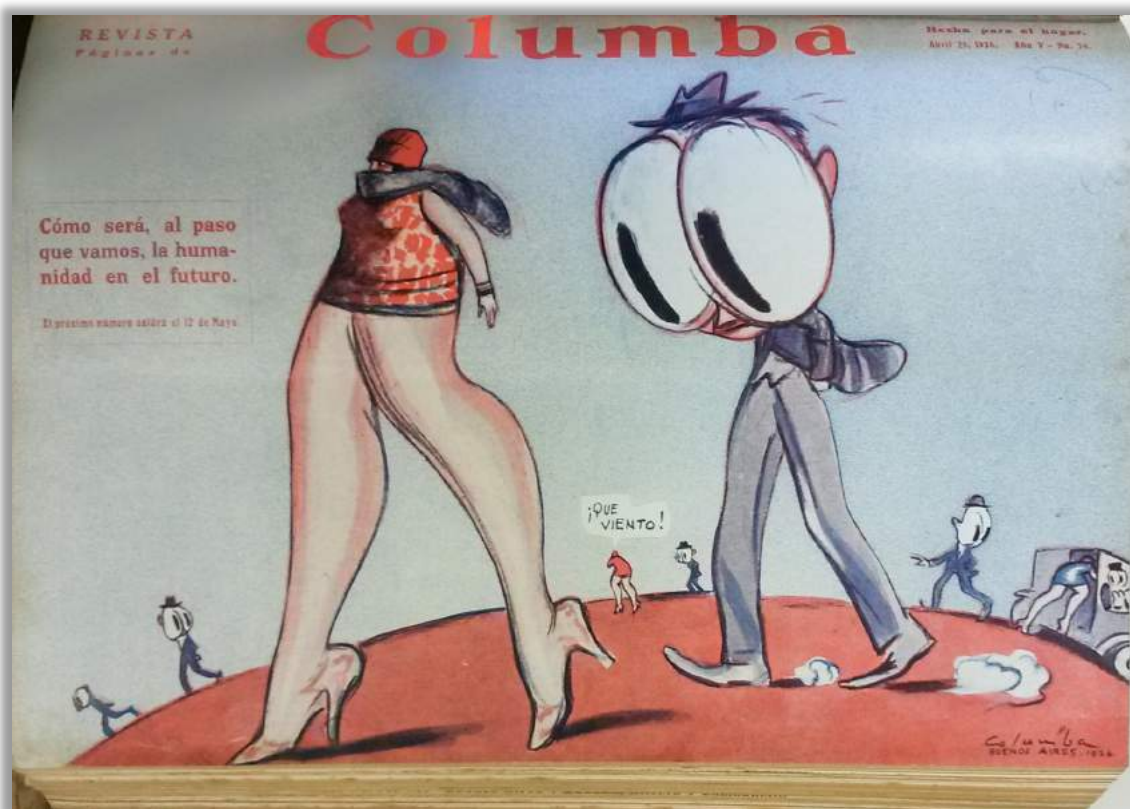


Fig. 36b. Visibilidad creciente de las piernas

“Cómo será, al paso que vamos, la humanidad en el futuro”, *Páginas de Columba*, año 5, n° 54, 28 de abril de 1926

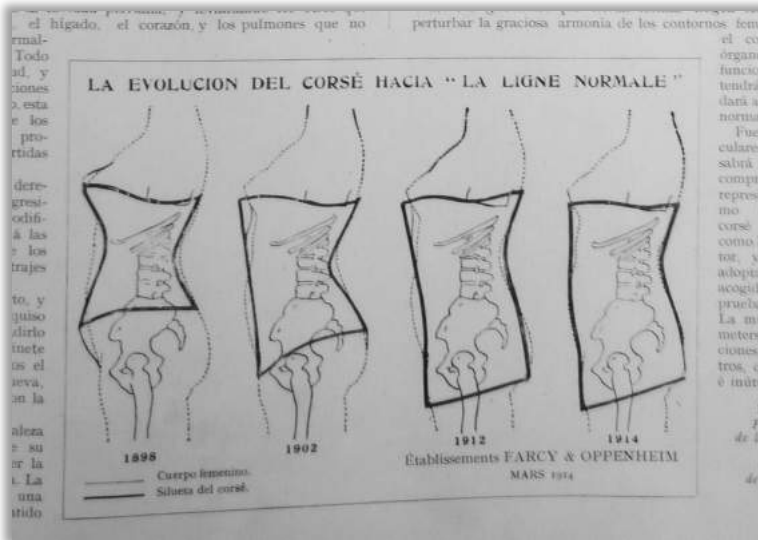


Fig. 37. "La evolución del corsé hacia la 'ligne normale'"

Publicidad de corsés Farcy & Oppenheim, *Elegancias*, año 3, n° 32, junio de 1913



Fig. 38. La flexibilización del movimiento en la publicidad de fajas y corsés

Publicidad de fajas Roussel, *Vogue*, vol. 11, n° 66, junio de 1926



Fig. 39. La pseudomedicina asiste a la naturaleza

Publicidad de producto para desarrollar el pecho, *La Vida Moderna*, año 9, n° 195, 17 de enero de 1912 (página completa y detalle)





Fig. 40a. “Con los calores y la ropa liviana, la silueta femenina se luce con mayor frecuencia. DE AHÍ EL DEBER DE TODA MUJER de cuidar y mejorar su belleza corpórea”

Aviso de Lotion Étoile, *Vogue*, vol. 11, n.º 61, enero de 1926



Fig. 40b. “Senos de una belleza y rigidez perfecta se consiguen fácilmente con el incomparable producto Lotion Étoile”

Aviso de Lotion Étoile, *Atlántida*, año 7, n.º 351, 1 de enero de 1925

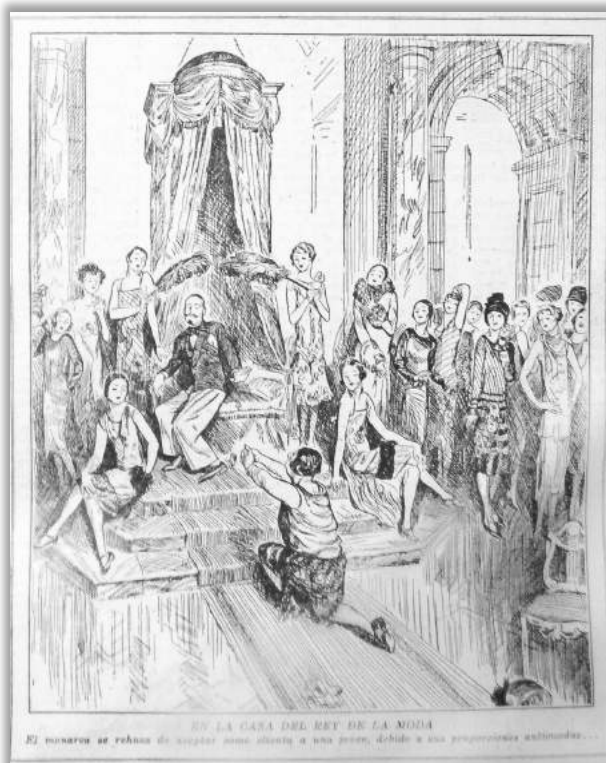


Fig. 41. “El monarca se rehúsa de aceptar como clienta a una joven, debido a sus proporciones anticuadas...”

“En la casa del rey de la moda”, *El Hogar*, año 21, n.º 819, 26 de junio de 1925



Fig. 42. El deporte como dispositivo de embellecimiento

“Bellas cultoras del sport”, *Sport Ilustrado*, año 1, n.º 16, 10 de noviembre de 1922



Fig. 43. El embellecimiento como práctica no racional

“Martirios voluntarios. En casa del modisto”, *Plus Ultra*, año 3, n° 21, enero de 1918



Fig. 44a. Las mujeres como naturaleza peligrosa

Portada, *El Suplemento*, año 3, n° 25, marzo de 1922



Fig. 44b. Las mujeres como naturaleza peligrosa

“Lid graciosa”, *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 4, 5 de noviembre de 1924



Fig. 45. “¿Se siente Ud. débil y agotada? ¿Sufre Ud. de los nervios? ¿Nota Ud. falta de fuerza vital? ¿Duerme Ud. mal, se contraría con facilidad y siente la vida como pesada carga?”

Publicidad de tónico reconstituyente Souberain, *Myriam*, año 3, n° 26, octubre de 1918



Fig. 46. “Están ustedes débiles, anémicas, sin apetito...”

Publicidad de reconstituyente de la sangre Hierro Quina, *Atlántida*, año 7, n° 353, 15 de enero de 1925

Fig. 48. “Acosada por constantes dolores (...). No permita que la mala salud la aniquile. Empiece su tratamiento—hoy mismo”

Publicidad de Píldoras de Witt para los riñones, *El Suplemento*, año 10, n° 318, 10 de julio de 1929 (publicidad completa y detalle)



Fig. 47. La debilidad como naturaleza de las mujeres

“La consulta, de Hubert-Denis Etcheverry”, *Plus Ultra*, año 2, n° 13, mayo de 1917



Fig. 49

Rembrandt, *Cristo y los enfermos*, ca. 1648, punta seca sobre papel (detalle)





Fig. 50a. “A los 32 años, casada y madre de dos niños, estaba cansada de la vida y perdió el amor a su hogar”

Publicidad de Hormotone, *Vida Porteña*, año 5, n° 198, 28 de agosto de 1917



Fig. 50b. Melancolía y debilidad de las mujeres

Detalle de aviso de Malta Bieckert, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928



Fig. 50c. La melancolía asociada al período menstrual

Publicidad de Agomensina, *El Hogar*, año 21, n° 819, 26 de junio de 1925



Fig. 50d. La melancolía asociada al período menstrual

Publicidad de Gardán, *El Hogar*, año 21, n° 815, 29 de mayo de 1925



Fig. 51. “Pesares de las mujeres”

Publicidad de Píldoras de Foster e ilustración del relato “El sacrificio de Estela”, *El Hogar*, año 7, n° 145, 30 de enero de 1910

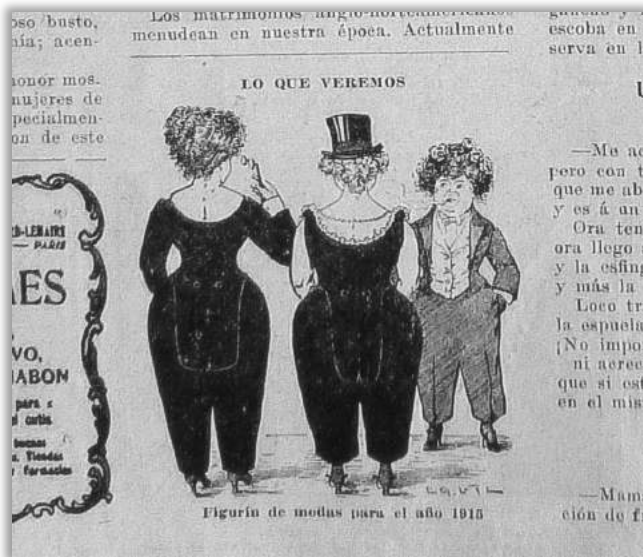


Fig. 52. La desnaturalización a través de la moda

“Lo que veremos. Figurín de moda para el año 1913”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 58, 14 de febrero de 1912

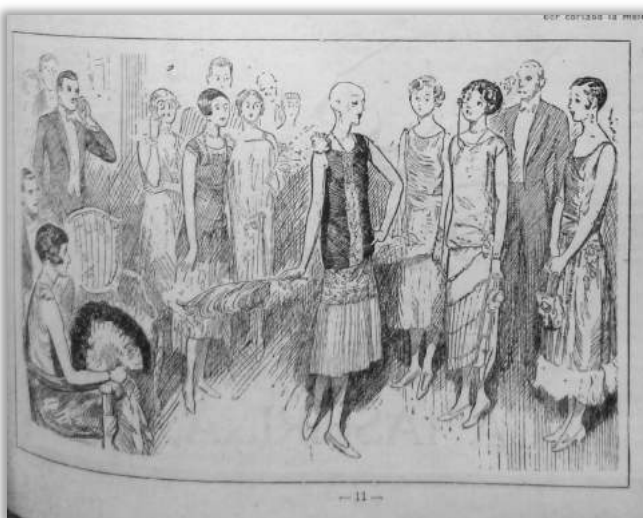


Fig. 53. “A lo que llegaremos si nuestras chicas siguen imitando el modelo masculino” y “La fuerza de la costumbre. El peluquero distraído, después de haber cortado la melena a una dama”

Dos viñetas de la “Página amena”, *Atlántida*, año 7, n° 356, 5 de febrero de 1925

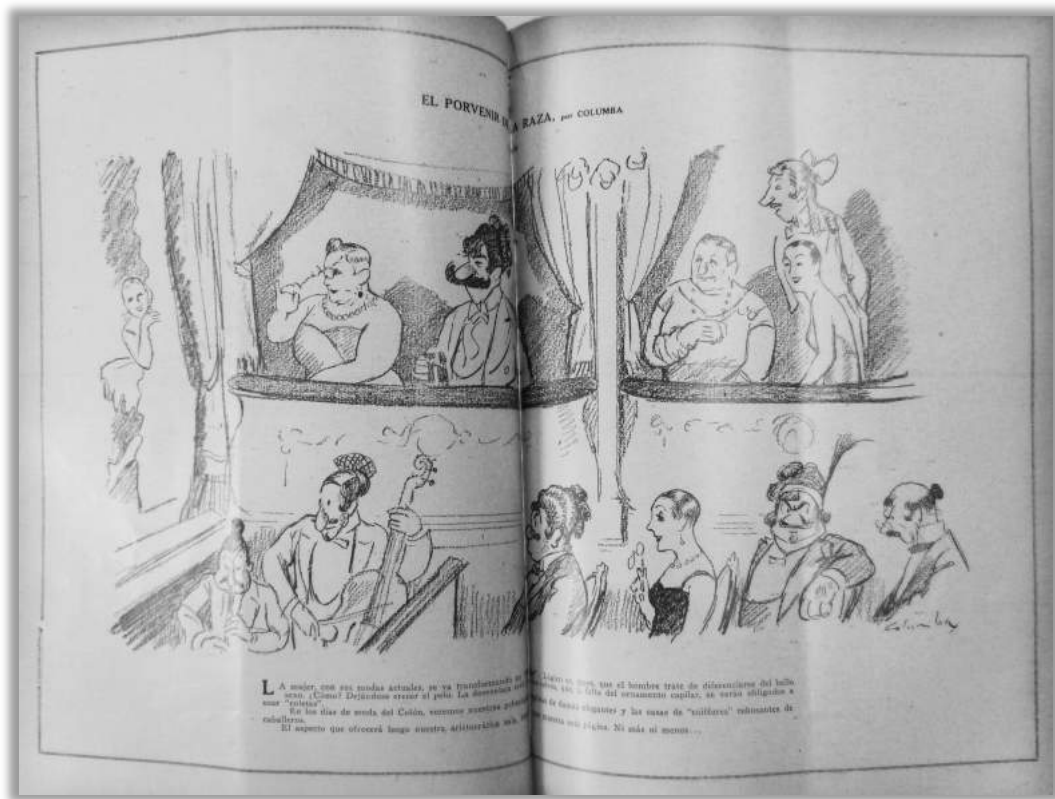


Fig. 54. La desnaturalización de las mujeres y la inversión de los roles de género

“El porvenir de la raza”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 22, 23 de abril de 1924



Fig. 55. La melena y la implicación de autonomía de las prácticas femeninas

Publicidad de hojas de afeitar, *Páginas de Columba*, año 2, n° 25, 25 de junio de 1924



Fig. 56. El consumo de alcohol como práctica femenina moderna

Publicidad de Quilmes Cristal, *Aconagua*, año 1, n° 1, enero de 1930



Fig. 57. “Niñas que fuman, que beben, que juegan, y son tanto o más procaces que los hombres...”

“Las niñas a la moda”, *Iris*, año 1, n° 51, 18 de febrero de 1921

Máquina Automática para hacer medias y calcetines sin costura y otros trabajos de punto.

5 a 6 \$
DE GANANZA DIARIA
POR ESTA MAQUINITA

Deposito permanente de hilos de lana, algodón, seda, etc. para hacer con las máquinas automáticas.

Con esta simple Máquina Automática, pueden hacerse medias, calcetines, camisetas, calzoncillos, trajecitos, etc., de lana, lino, algodón, seda, etc. — Una persona, por poco inteligente que sea, puede ganarse con esta maquinita de 5 a 6 pesos diarios, trabajando en su propia casa. — La misma casa vendedora de las máquinas compra las medias, asegurando una vez más los beneficios a los compradores de la Automática. — Manejo fácil y sencillo al alcance de todos, hasta para los niños. — Precio de la máquina, completa, con accesorios y encajonada, \$ 183 m/n.; la misma, reforzada, \$ 190 m/n. — Visiten la casa.

Pidan Catálogos explicativos, gratis, "C", al único concesionario:

J. PASCUAL NIGRI
CALLE CANGALLO, 1180 BUENOS AIRES

Fig. 58. “Una persona, por poco inteligente que sea, puede ganarse con esta maquinita de 5 a 6 pesos diarios, trabajando en su propia casa”

Publicidad de máquina para confeccionar medias, *Caras y Caretas*, año 16, n° 796, 3 de enero de 1914

Fuente: Biblioteca Nacional de España

MAQUINA INGLESA DE TEJER MEDIAS

Sabe Vd. quiénes hacen uso de ellas?

Las familias - Mujeres, hombres y niños - Los Colegios y Asilos - Las Cárceles y Fábricas de todo el mundo.

Si Vd. aún no la posee no vacile en adquirirla; cuanto más pronto mejores utilidades tendrá. Hace 15 años que vendemos estas máquinas en Sud América, en cuyo tiempo 5000 personas ya la poseen y trabajan satisfechos. Haga Vd. lo mismo.

Únicos y exclusivos introductores en toda Sud América:

J. PASCUAL NIGRI e HIJOS,
CANGALLO, 1180, Buenos Aires - Republica Argentina

Belleza
Nada más hermoso que poseer este estilo de trabajo.

Honradéz
pues es un trabajo decoroso para toda persona de cualquier edad y condición

Satisfacción
Muy grande en trabajar cómodamente sentado, sin fatiga y en su propia casa.

Bienestar
Es lo que proporciona el producto de su trabajo, por las ganancias que se obtienen.

UTILIDADES SEGURAS
Compramos todas la medias que Vd. haga con "LA AUTOMÁTICA", proporcionándole también los hilos para hacerlas. En el Catálogo "C 2" que remitimos gratis a quien lo solicita, encontrará todos los precios que pagamos por la hechura de cada par de medias y las utilidades que usted puede obtener en esta forma.

EN CUANTO A Vd. CONOZCA EL MANEJO, QUE SE AFIERE DE FACIL EMPEZAR A SU GANANZA.

PRECIO: MAQUINA completa \$ 360 m/n, con todos los accesorios

Pida hoy el Catálogo "C 2" a los únicos y exclusivos introductores en toda Sud América.

Fig. 59. “Belleza-Honradéz-Satisfacción-Bienestar. (...). No es necesario saber mucho (...). Sea dueño de Ud. mismo (...). Utilidades seguras”

Publicidad de máquina para confeccionar medias, *Caras y Caretas*, año 25, n° 1264, 23 de diciembre de 1922

Fuente: Biblioteca Nacional de España



Fig. 60. Contradicciones entre el discurso textual y visual sobre la desnaturalización por el trabajo

“La ‘fabriquera’”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 23, 14 de mayo de 1924



Fig. 61. Contradicciones entre el discurso textual y visual sobre la desnaturalización por el trabajo

“Nuestro grabado”, *Nuestra Causa*, año 1, n° 21, enero-febrero-marzo de 1921



Fig. 62. Contradicciones entre el discurso textual y visual sobre la desnaturalización por el trabajo

Publicidad de máquina de escribir Gundka, *El Suplemento*, año 7, n° 150, 21 de abril de 1926



Fig. 63a. La mirada patronal sobre el trabajo femenino

Trabajadoras de una imprenta,
La Ilustración Sud-Americana, año 21,
nº 503, 15 de diciembre de 1913

Fig. 63b. La mirada patronal sobre el trabajo femenino

Trabajadoras
de la industria tabacalera,
Almanaque Penser, 1913





Fig. 64 a y b. El feminismo como desnaturalización de las mujeres

“El ideal del feminismo”, *Tit-Bits*, año 4, n° 207, 21 de junio de 1913 y “Feminismo”, *Atlántida*, año 5, n° 202, 15 de febrero de 1922



Fig. 65. El feminismo como sinónimo de locura

“Sara, la sufragista inglesa”, *Tit-Bits*, año 5, n° 223, 4 de octubre de 1913



Fig. 66. El feminismo como sinónimo de fealdad

“El sindicato de las mujeres feas”, *Caras y Caretas*, año 15, n° 739, 30 de noviembre de 1912



Fig. 67. Una representación alternativa del feminismo como complemento de la feminidad moderna

“Club feminista”, *El Plata. Revista ilustrada de letras y actualidades*, año 3, n° 43, 15 de noviembre de 1910



Fig. 68. El feminismo en el ámbito local:
Julieta Lanteri

“Las elecciones del 23”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 21, 2 de abril de 1924



Fig. 1a

“Las patricias argentinas”, *Plus Ultra*, año 11, n° 122, junio de 1926

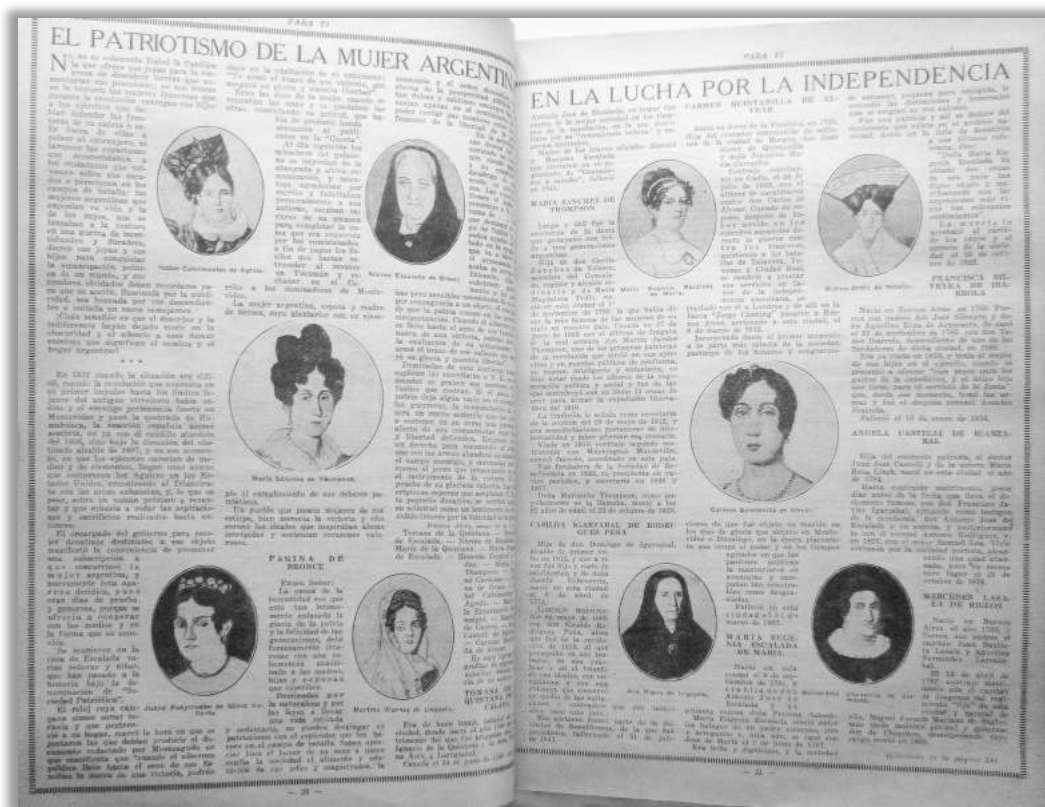


Fig. 1b

“El patriotismo de la mujer argentina en la lucha por la independencia”, *Para Ti*, año 8, n° 374, 9 de julio de 1929



Fig. 2

“Srta. de Wan Braun”, *Lux*, año 3, n° 43, 11 de julio de 1925



Fig. 3

“Galería de damas argentinas”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 148, 9 de febrero de 1910



Fig. 4

“Nuestra ‘élite’ en Europa”, *Columbia*, año 1, n° 1, 5 de mayo de 1925



Fig. 5

“Señorita Leonor Anchorena Uriburu”, *Femenil*, año 2, n° 48, 9 de agosto de 1926



Fig. 6

“Bellezas argentinas. Srta. Magdalena Castro”,
Plus Ultra, año 1, n° 4, 1916



Fig. 7a

“Señora María Julia Martínez de Hoz. Marquessa de Salamanca”, *Myriam*, año 1, n° 3, agosto de 1915



Fig. 7b

“Señora Enriqueta S. de Estrugamou”, *Plus Ultra*,
año 10, n° 105, enero de 1925



Fig. 8a

“Señora Josefina Pacheco de Riglos Álzaga”,
Myriam, año 2, n° 9, octubre de 1916



Fig. 8b

“Señorita María Adela Chaves Gowland”,
Myriam, año 2, n° 3, abril de 1917



Fig. 8c

“Nota social. Srta. Otilia
Casado Justo”, *Atlántida*, año 5,
n° 205, 9 de marzo de 1922



Fig. 8d

“Srta. María Teresa Santamarina”,
Myriam, año 4, n° 31, 1919



Fig. 8e

“Señorita María Rosa
Christophersen”, *Plus Ultra*,
año 6, n° 68, diciembre de 1921



Fig. 9a

“Galería social. Sra. Josefina Larreta Anchorena de Zuberbühler”, *La Mujer y la Casa*, año 5, n° 60, 15 de septiembre de 1924



Fig. 9b

“Siluetas femeninas. Señorita Rita Gutiérrez”, *Caras y Caretas*, año 24, n° 1176, 16 de abril de 1921



Fig. 9c

“Señorita Carmen Rodríguez Larreta”, *Plus Ultra*, año 5, n° 56, diciembre de 1920



Fig. 9d

“Señorita Carmen Lynch”, *Plus Ultra*, año 8, n° 85, mayo de 1923



Fig. 10a

“Luces de cinelandia”, *Atlántida*,
año 12, n° 591, 8 de agosto de 1929



Fig. 10b

“Señorita Nedda Francy. Estrella cinematográfica
argentina”, *Plus Ultra*, año 13, n° 149, septiembre de 1928



Fig. 11a

Les Modes, n° 135, marzo de 1912

Fuente: Gallica



Fig. 11b

Les Modes, n° 160, 1914

Fuente: Gallica



Fig. 12. La cultura del retoque fotográfico

Publicidad de Witcomb, *El Mosquito*, 1886

Fuente: Archivo General de la Nación

Fig. 13. Una sátira sobre el retoque fotográfico

“Los alegres Goblins”, *Tit-Bits*, año 4, n° 201, 10 de mayo de 1913 (página completa y detalle)

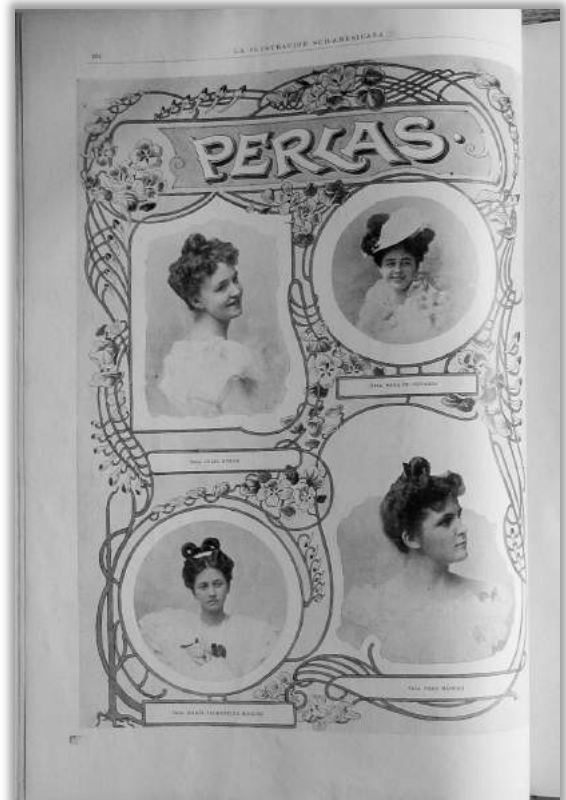


Fig. 14. Las primeras secciones de retratos femeninos

“Perlas”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 8, n° 185, 15 de septiembre de 1900



Fig. 15a. El modelo de los retratos de bellezas argentinas en las fotos de los concursos de belleza

“Nuestro concurso de belleza”, *La Semana Universal*, año 1, n° 10, 7 de marzo de 1912



Fig. 15b. El modelo de los retratos de bellezas argentinas en las fotos de los concursos de belleza

“Segundo concurso femenino de belleza”, *Vida Porteña*, año 5, n° 190, 3 de julio de 1917

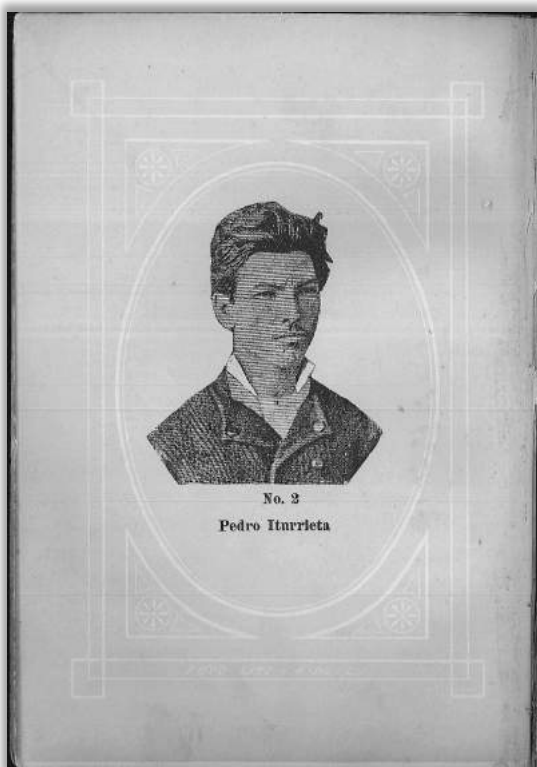


Fig. 16a. Coincidencias formales

Galería de ladrones de la Capital 1880-1887, Buenos Aires, Imprenta del Departamento de Policía de la Capital, 1887



Fig. 16b. Coincidencias formales

“Sra. Susana Cabral Hunter de Naón”, *Plus Ultra*, año 5, n° 46, febrero de 1920

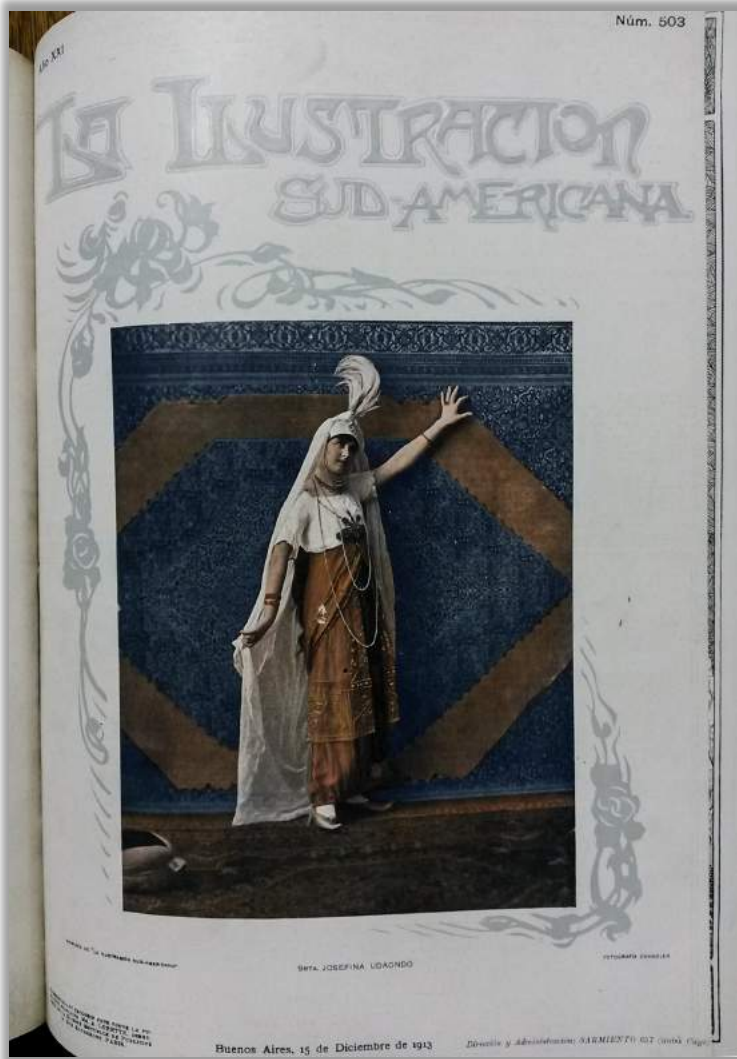


Fig. 17. El orientalismo en los retratos de bellezas argentinas

“Srta. Josefina Udaondo”,
La Ilustración Sud-Americana,
año 21, n° 503, 15 de diciembre de 1913



Fig. 18. La moda orientalista como costumbre escandalosa

“Charla femenina”,
Iris, año 2, n° 54,
11 de marzo de 1921
(página completa y detalle)



Fig. 19a. El orientalismo en el espectáculo

“Sara Hilden, graciosa artista coreográfica que se exhibe en nuestros escenarios de ‘varieté’”, *Iris*, año 1, n° 52, 25 de febrero de 1921



Fig. 19b. El orientalismo en el espectáculo

“Carmen de Lerma, aplaudida cantante que actúa con éxito en el Teatro Mayo”, *Vida Porteña*, año 5, n° 209, 13 de noviembre de 1917



Fig. 19c. El orientalismo en el espectáculo

“...celebrada artista de la compañía Chéfalopalermo, de magia moderna...”, *Vida Porteña*, año 5, n° 183, 15 de mayo de 1917



Fig. 20. El orientalismo en la publicidad

Publicidad de Jugo de Rosas, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928

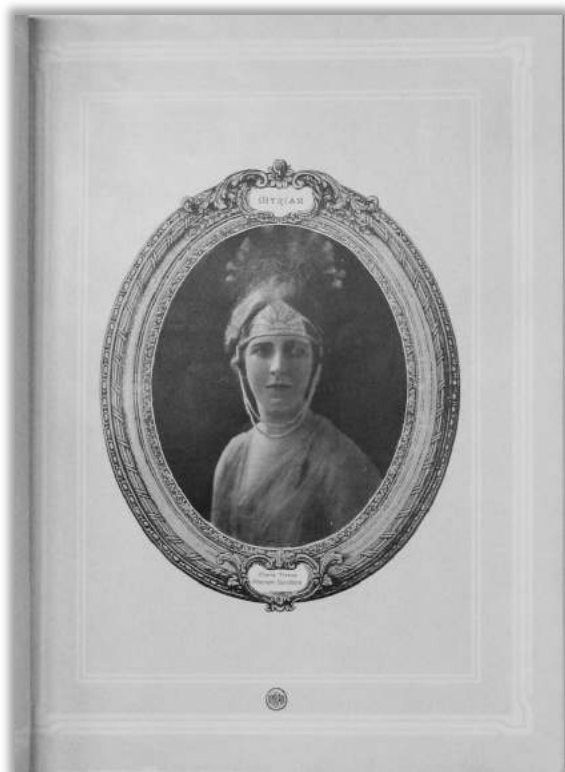


Fig. 21a. Accesorios orientalistas en los retratos de bellezas argentinas: los tocados de perlas y plumas

“María Teresa Pearson Quintana”, *Myriam*, año 1, n° 6, diciembre de 1915-enero de 1916



Fig. 21b. Accesorios orientalistas en los retratos de bellezas argentinas: los tocados de perlas

“Señorita Josefina Díaz Vélez Escalada”, *Plus Ultra*, año 7, n° 75, 7 de julio de 1922



Fig. 21c. Accesorios orientalistas en los retratos de bellezas argentinas: los tocados de perlas

“Nuestro gran mundo”, *El Hogar*, año 15, n° 432, 11 de enero de 1918



Fig. 21d. Accesorios orientalistas en los retratos de bellezas argentinas: los tocados de perlas

“Señorita Mercedes de Alvear”, *Myriam*, año 2, n° 8, junio de 1916



Fig. 22. Accesorios orientalistas en los retratos de bellezas argentinas: el medallón

“Señorita Elvira Láinez”, *Para Ti*, año 5, n° 228, 21 de septiembre de 1926



Fig. 23a. La recreación del harén

“Cuadro oriental formado por la señora Elena Pech de Raynaud y por las señoritas Fany y Teresa Pouchan”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 485, 15 de marzo de 1913



Fig. 23b. La recreación del harén

“Señoritas Hortensia Figueroa y Marga Peña”, *Myriam*, año 2, n° 1, febrero de 1917



Fig. 24a. Otra expresión de orientalismo: las andaluzas

Obra de Hermen Anglada Camarasa, *Mundial*, año 3, n° 28, agosto de 1913



Fig. 24b. Otra expresión de orientalismo: las andaluzas

“Bailaores”, *Atlántida*, año 12, n° 598, 26 de septiembre de 1929



Fig. 25. Lo español como exótico

“La perla del Colmao” (ilustraciones de Alejandro Sirio), *Caras y Caretas*, año 15, n° 730, 28 de septiembre de 1912



Fig. 26. Reproducción de pinturas españolas en la prensa

“Gitana. Óleo de H. Anglada Camarasa”, *Plus Ultra*, año 3, n° 23, marzo de 1918

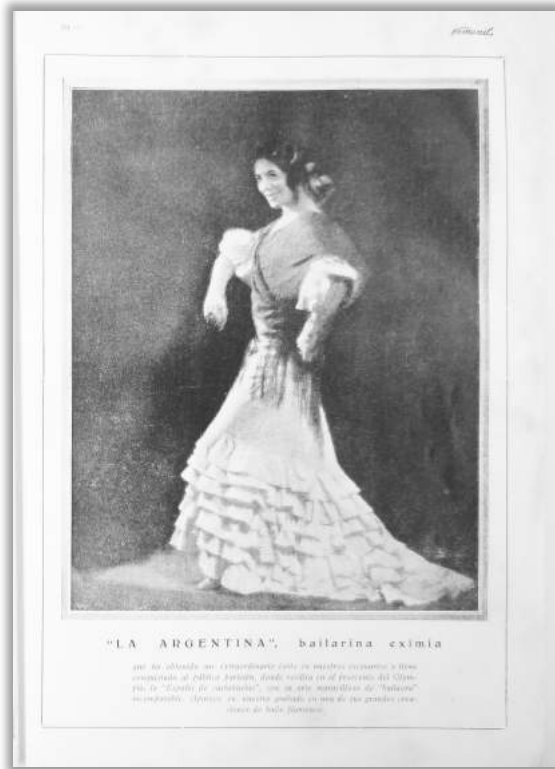


Fig. 27. Lo andaluz en el espectáculo

"LA ARGENTINA, bailarina eximia", *Femenil*,
año 2, n° 31, 12 de abril de 1926



Fig. 28. Lo andaluz en las fiestas españolas

"Una fiesta española en el Cervantes", *El Hogar*,
año 25, n° 1001, 21 de diciembre de 1928



Fig. 29. Lo español como tradición
valorable

"En el gran mundo porteño-
Ecos gráficos de la gran fiesta dada la
pasada quincena por los Sres. de Alvear",
La Ilustración Sud-Americana, año 18,
n° 431, 15 de diciembre de 1910



Fig. 30a. Elementos de la tradición española en los retratos de señoritas distinguidas

“Señorita Adela de la Torre”, “Señorita Isabel Pearson Quintana de Anchorena”, “Señorita Esther Olivera Canal”, *El Suplemento*, año 7, n° 151, 28 de abril de 1926



Fig. 30b. Elementos de la tradición española en los retratos de señoritas distinguidas

“Señorita Juana Isabel Salas”, *Plus Ultra*, año 14, n° 155, 31 de marzo de 1929



Fig. 31. Lo español en las ilustraciones del pasado colonial

“Antaño”, *Myriam*, año 2, n° 9, octubre de 1916



Fig. 32. El poder de seducción de la identidad española

“El mantón de Manila”, *La Nación Magazine*, año 1, n° 23, 8 de diciembre de 1929



Fig. 33b. La representación de los afroporteños como vestigios del pasado

“Las industrias del pasado”, *Caras y Caretas*, año 20, n° 1003, 22 de diciembre de 1917

Fig. 33a. La representación de los afroporteños como vestigios del pasado

“Muerte de la tía Rosa a los 133 años de edad”, *Caras y Caretas*, año 5, n° 209, 4 de octubre de 1902



Fig. 34. Las afroporteñas como polo opuesto de la modernidad

“Melenas”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 31, 29 de octubre de 1924



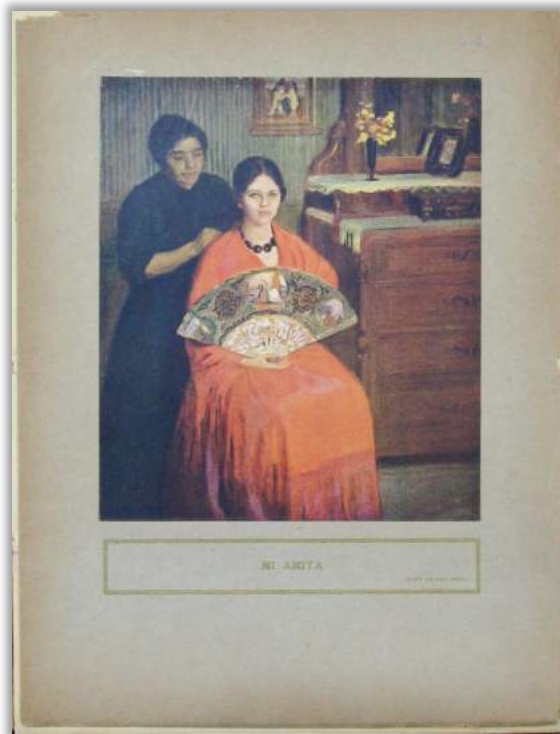


Fig. 35a. Las afroporteñas como grupo subalterno
“Mi amita”, *Myriam*, año 2, n° 7, noviembre de 1917



Fig. 35b. Las afroporteñas como grupo subalterno
“La amita”, *Plus Ultra*, año 3, n° 28, agosto de 1918



Fig. 36. Los afroporteños como grupo subalterno
Aviso de Maison Adhémar, *Myriam*, año 2, n° 11, diciembre de 1916



Fig. 37. Los afroporteños como grupo subalterno
Publicidad de Los Dos Chinos, *El Hogar*, año 24, n° 990, 5 de octubre de 1928



Fig. 38a. La representación de la sirvienta negra como alusión al pasado

“La porteña de ayer en la calle”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928

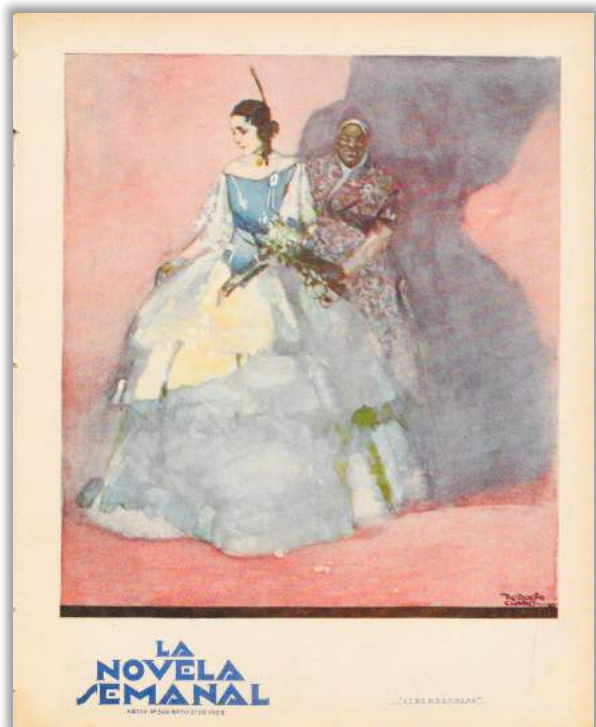


Fig. 38b. La representación de la sirvienta negra como alusión al pasado

“Remembranzas”, *La Novela Semanal*, año 12, n° 549, 21 de mayo de 1928

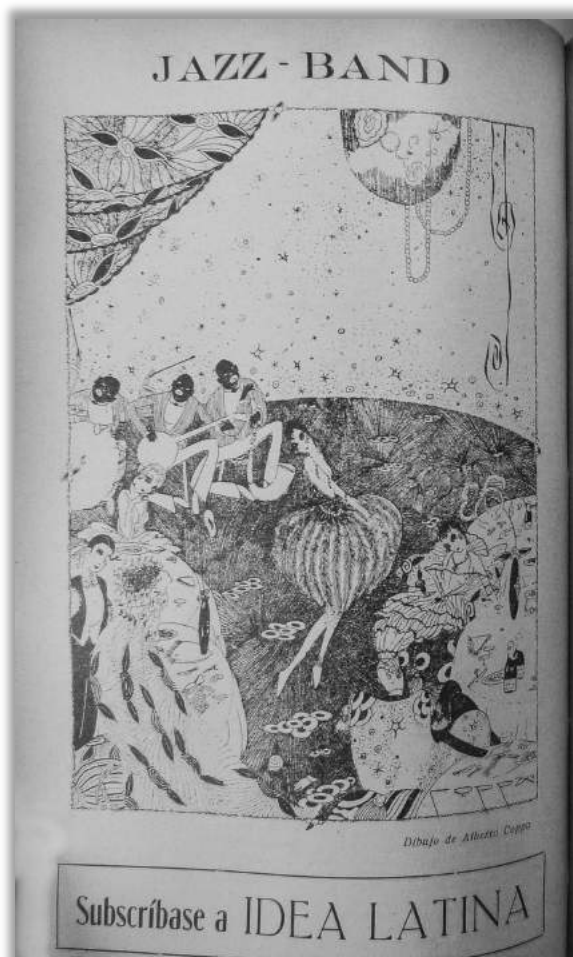


Fig. 39. La música negra como consumo cultural de la joven moderna

“Jazz-band”, *Idea Latina*, año 1, n° 8, 1 de abril de 1924



Fig. 40. La sugerencia de laxitud moral en la representación de las mujeres de campo

“Escenas en la campaña de la Provincia de Buenos Aires- Originales de J. L. Pallière 1866”, *Ilustración Histórica Argentina*, año 2, n° 9, 1 de agosto de 1909 (página completa y detalle)



Fig. 41a. La inmutabilidad en la representación de la china

Nativa, año 1, n° 1, enero de 1924

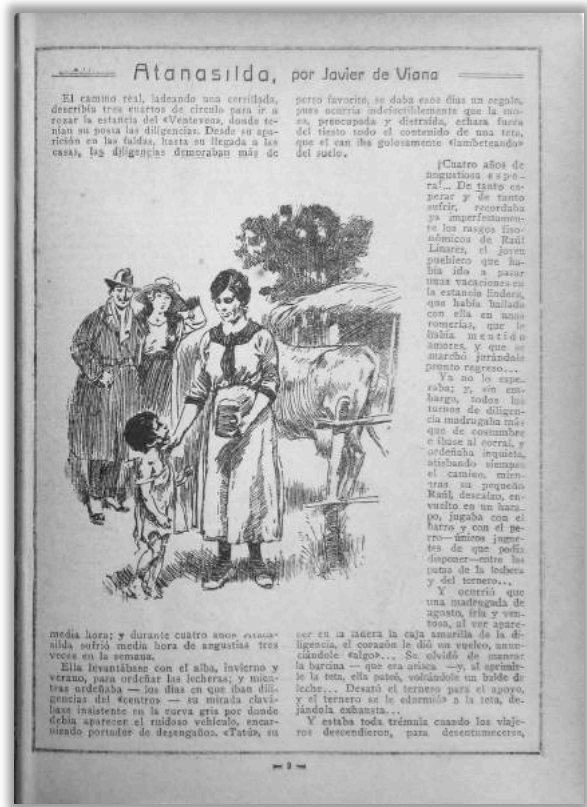


Fig. 41b. La inmutabilidad en la representación de la china

“Atanasilda, por Javier de Viana”, *Gran Guñol*, año 1, n° 34, 20 de abril de 1923



Fig. 41c. La inmutabilidad en la representación de la china

“Ven, mi gallarda morocha...”, *La Semana Universal*, año 1, n° 22, 30 de mayo de 1912



Fig. 41d. La inmutabilidad en la representación de la china

El Cuento Ilustrado, año 1, n° 3, 26 de abril de 1918



Fig. 41e. La inmutabilidad en la representación de la china

Mundo Argentino, año 16, n° 824, 3 de noviembre de 1926



Fig. 42. La china en contraposición a la joven moderna

“La patroncita rubia”, *El Hogar*, año 25, n° 1001, 21 de diciembre de 1928 (página completa y detalle)



Fig. 43. La preferencia por el traje de gaucho para representar la identidad nacional

“María Esther Podestá de Pomar (...) vistiendo el traje que encarna el alma nativa”, *Vida Porteña*, año 5, n° 184, 22 de mayo de 1917



Fig. 44. La belleza autóctona en el cuerpo desnudo de rasgos indígenas

“Sol mendocino. Decoración de Miñones de la Serna”, *Columbia*, año 1, n° 8, 11 de agosto de 1925



Fig. 45. La belleza autóctona en el cuerpo desnudo de rasgos indígenas

Emilio Centurión, *Venus criolla*, 1934
Óleo sobre tela, 18,5 x 13 cm

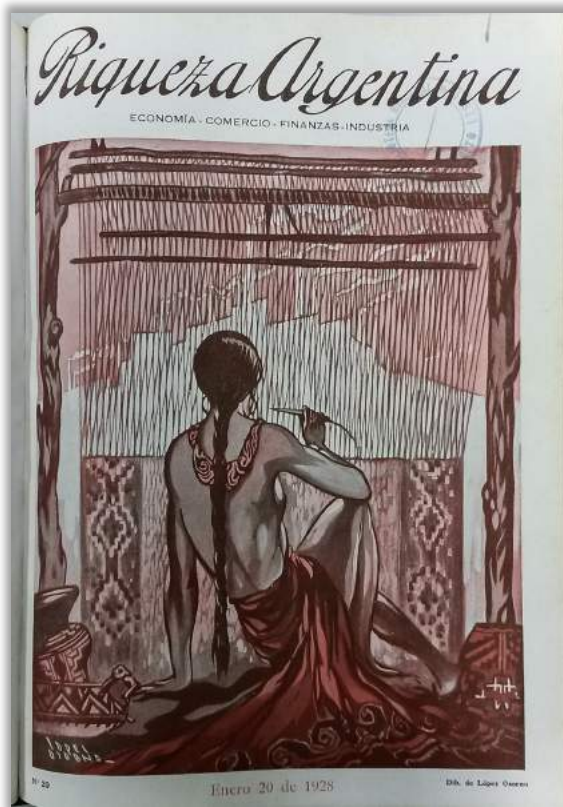


Fig. 46. La belleza autóctona en el cuerpo desnudo de rasgos indígenas

Riqueza Argentina, año 1, n° 20, 20 de enero de 1928



Fig. 47. La representación de los indígenas asimilados

“La selva y el indio”, *Plus Ultra*, año 8, n° 91, noviembre de 1923

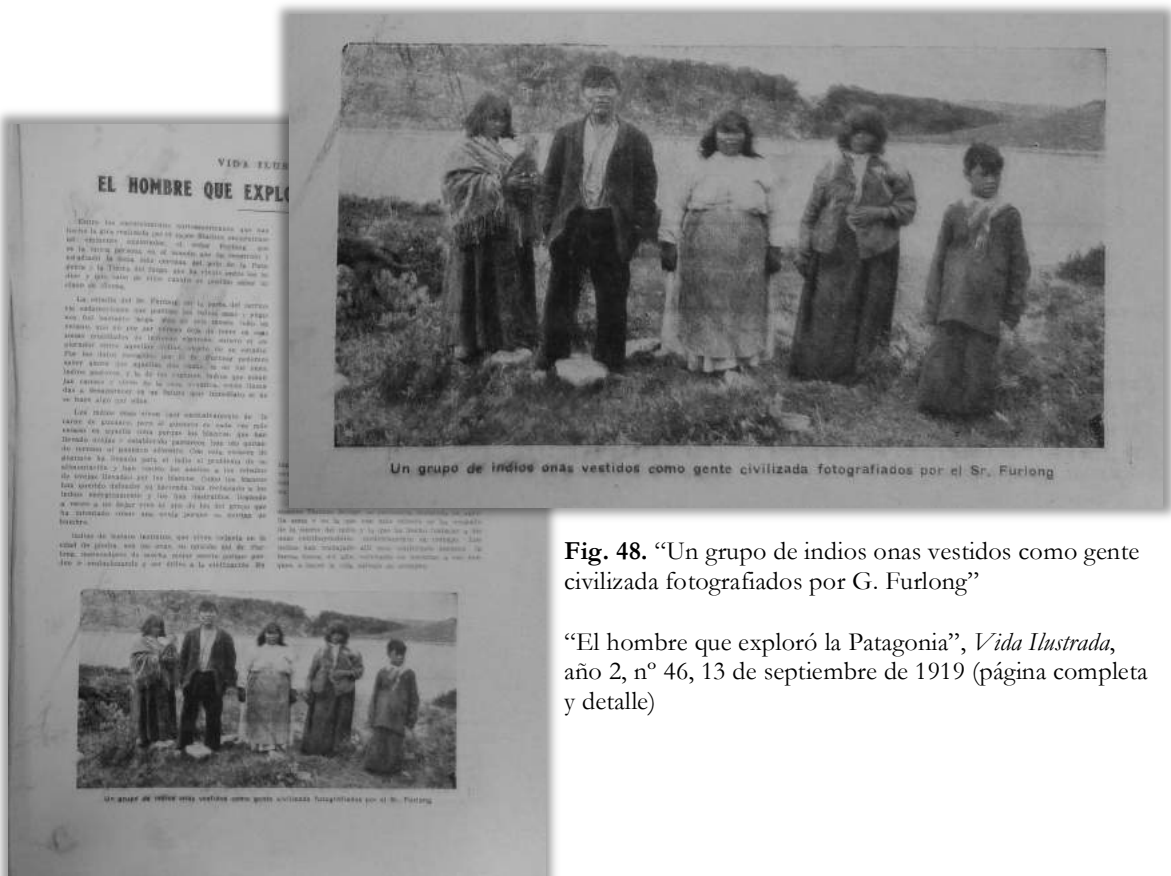


Fig. 48. “Un grupo de indios onas vestidos como gente civilizada fotografiados por G. Furlong”

“El hombre que exploró la Patagonia”, *Vida Ilustrada*, año 2, n° 46, 13 de septiembre de 1919 (página completa y detalle)

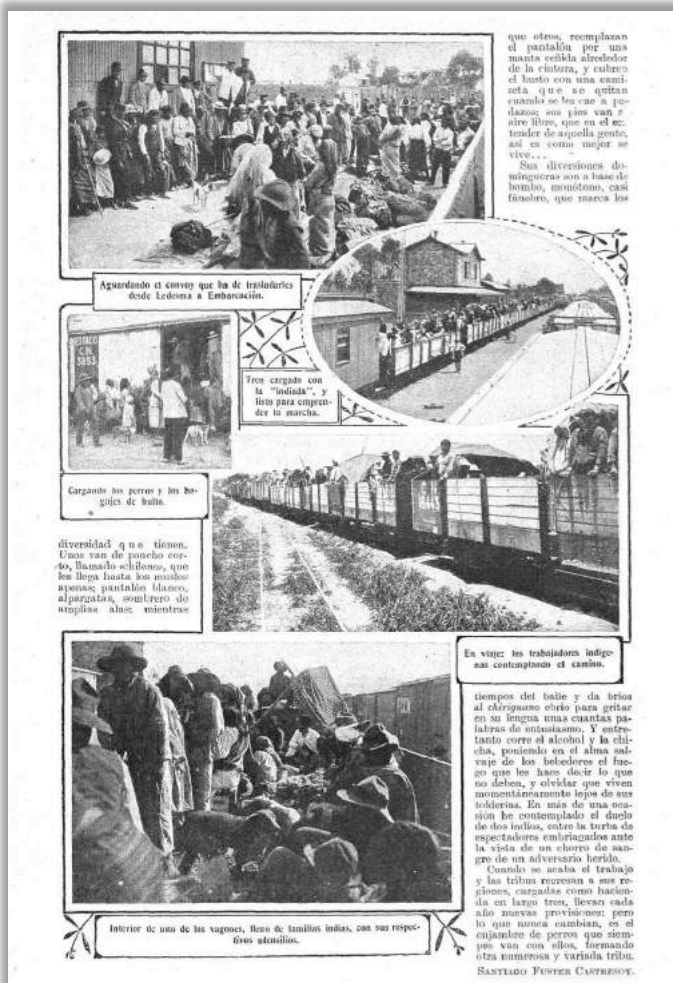


Fig. 49. Los indígenas explotados como mano de obra en los ingenios

“Los trabajadores indígenas del norte”, *Caras y Caretas*, año 17, n° 825, 25 de julio de 1914



Fig. 50. “Tipo de belleza chiriguana, evidenciándose en su indumentaria el trasunto de la civilización”

“Ambiente de toldería”, *Caras y Caretas*, año 22, n° 1106, 13 de diciembre de 1919



Fig. 51a. Pervivencia de los modos de representación de las mujeres indígenas
“Santiagoñas tejiendo”, *Ilustración Histórica*, año 1, n° 2, mayo de 1911

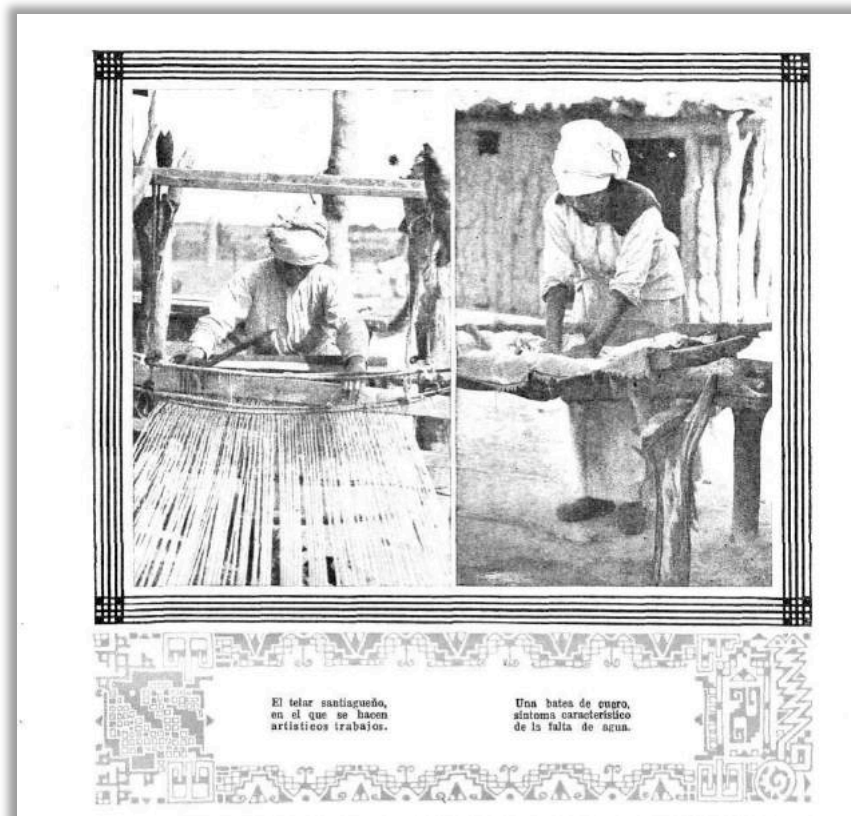


Fig. 51b. Pervivencia de los modos de representación de las mujeres indígenas
“De tierra adentro”, *Caras y Caretas*, año 24, n° 1182, 28 de mayo de 1921

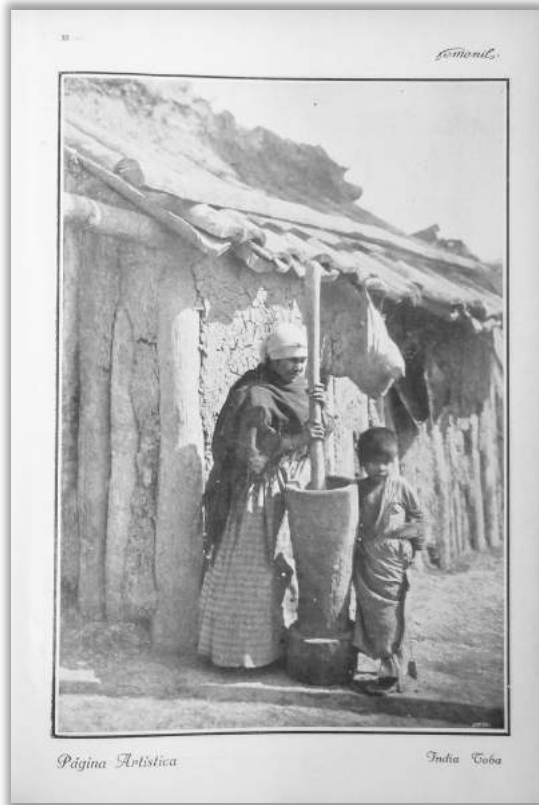


Fig. 52. Reutilización de fotografías antiguas

“Página artística. India toba”, *Femenil*, año 2, n° 18, 11 de enero de 1926



Fig. 53. Reiteración de motivos iconográficos

“Los indios del Chaco. Su vida y costumbres”, *Plus Ultra*, año 15, n° 170, junio de 1930



Fig. 54a. Utilización de los mismos esquemas para representar a distintos pueblos indígenas

“El doctor Lobos en Jujuy”, *Caras y Caretas*, año 14, n° 668, 22 de julio de 1911



Fig. 54b. Utilización de los mismos esquemas para representar a distintos pueblos indígenas

Una comitiva de indios osagos con el presidente Coolidge, *Atlántida*, año 7, n° 359, 26 de febrero de 1925



Fig. 55a. La República Argentina como una joven esbelta, de piel blanca

El Hogar, año 13, n° 294, 21 de mayo de 1915



Fig. 55b. La República Argentina como una joven esbelta, de piel blanca

Mundo Argentino, año 16, n° 807, 7 de julio de 1926



Fig. 56. Con la corona de laureles y la bandera

La Semana Universal, año 1, n° 27, 4 de julio de 1912



Fig. 57. Como figura maternal y protectora

Atlántida, año 5, n° 205, 9 de marzo de 1922



Fig. 58. Como protectora del comercio

Aviso de cigarrillos Centenario, PBT, año 7, n° 288, 4 de junio de 1910



Fig. 59. Como anfitriona de los inmigrantes

Iris, año 2, n° 64, 20 de mayo de 1921



Fig. 60. El modelo formal de los retratos de señoritas distinguidas para la representación de la República

“Srta. Lola Lacroze”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 18, n° 430, 30 de noviembre de 1910



Fig. 61. La República como una joven moderna, vinculada al futuro



Fig. 62. La República como joven moderna y activa
La Vida Moderna, año 4, n° 163, 25 de mayo de 1910



Fig. 63. La República como joven a la moda
“La ‘toilette’ de la República”, *PBT*, año 7, n° 285, 7 de mayo de 1910



Fig. 64. La maquette de La Argentina del escultor francés Coutau y la relación con *La France contemporaine*, de Gustave Michel
“La Argentina”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 18, n° 430, 30 de abril de 1910



Fig. 65a. La alegoría de la República Argentina, por Ana Weiss

Ilustración Histórica Argentina, año 1, n° 1, 1 de diciembre de 1908



Fig. 65b. La alegoría de la República Argentina, por Ana Weiss

Ilustración Histórica Argentina, año 2, n° 7, 25 de mayo de 1909



Fig. 66. Las patricias argentinas vinculadas a la representación alegórica de la República

La Ilustración Sud-Americana, año 8, n° 178, 28 de mayo de 1900



Fig. 67. La alegoría de la República asociada a otros episodios de la historia argentina

“La revolución argentina de 1890”, *América Hispánica*, año 1, n° 1, julio de 1920

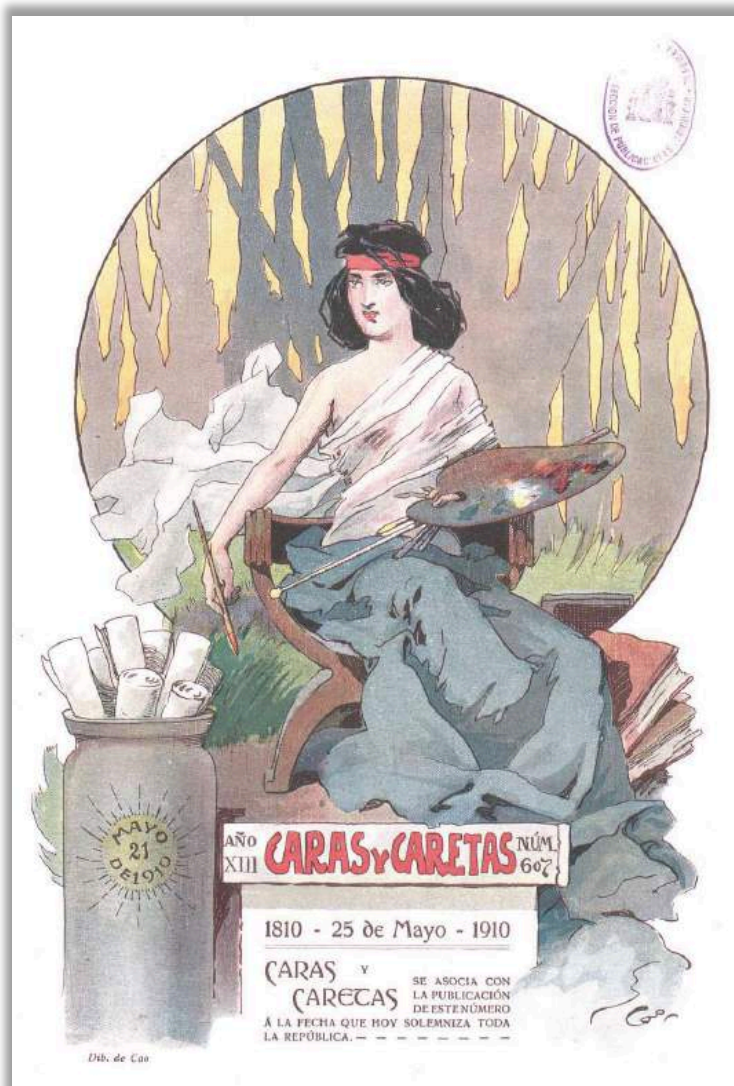


Fig. 68. Una representación alternativa de la República

Caras y Caretas, año 13, n° 607, 25 de mayo de 1910

Fuente: Biblioteca Nacional de España



Fig. 1a. El paso del tiempo a través de las representaciones de mujeres

“El chic femenino de ayer y hoy”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928

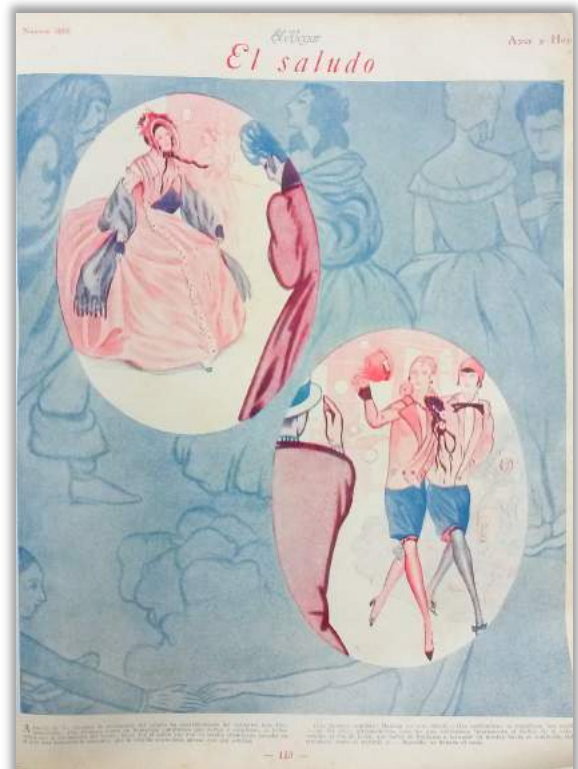


Fig. 1b. El paso del tiempo a través de las representaciones de mujeres

“El saludo”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928

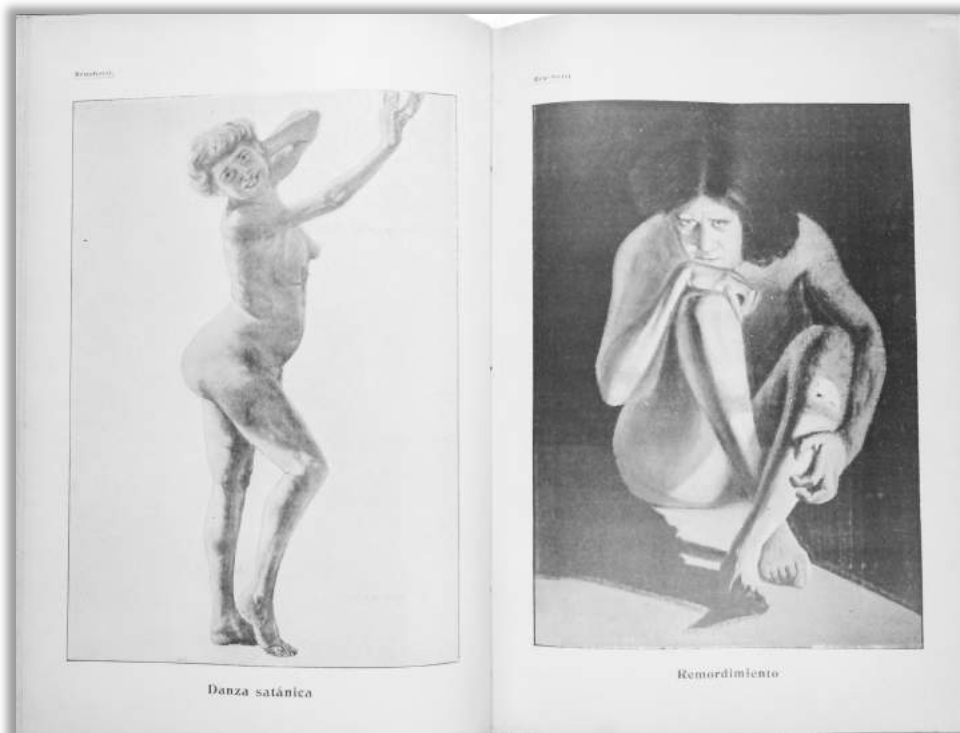


Fig. 2a. El cuerpo femenino usado como contenido atractivo en todo tipo de revistas

“Danza satánica” y “Remordimiento”, obras de Faustino Brughetti, *Ideas y Figuras*, año 1, n° 6, 29 de junio de 1909



Fig. 2b. El cuerpo femenino usado como contenido atractivo en todo tipo de revistas

“Apuntes por Mateo Alonso-Angustia”, *Ideas y Figuras*, año 2, nº 24, 26 de enero de 1910



Fig. 2c. El cuerpo femenino usado como contenido atractivo en todo tipo de revistas

“Mujeres... Gibson”, *Ideas y Figuras*, año 1, nº 11, 20 de agosto de 1909



Fig. 3a y b. El cuerpo femenino usado como contenido atractivo en todo tipo de revistas

Los Pensadores, año 4, nº 108, 24 de marzo de 1925 y

“Bellas artes. Eva”, *Los Pensadores*, año 3, nº 101, 16 de diciembre de 1924

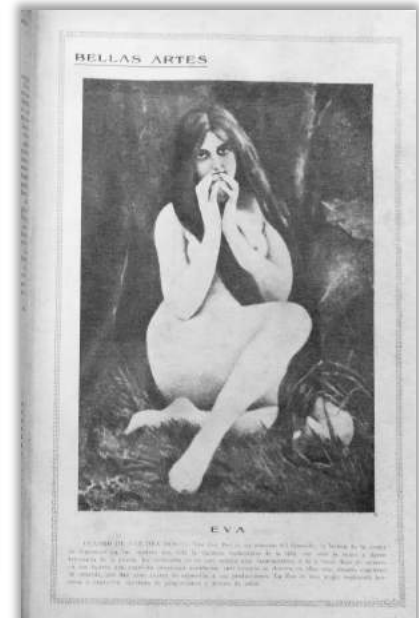




Fig. 4a. El cuerpo femenino usado como contenido atractivo en todo tipo de revistas

“Lirios y rosas”, *El Plata. Revista ilustrada*, año 3, n° 48, 15 de abril de 1911



Fig. 4b. El cuerpo femenino usado como contenido atractivo en todo tipo de revistas

“Galería de damas argentinas”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 148, 9 de febrero de 1910



Fig. 5. La distancia entre generaciones a través de la relación de las mujeres con la lectura y el consumo

“Ayer y hoy”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928



Fig. 6a. Las lectoras en las revistas:
 —Hace una hora, Gabriela, que el niño llora y usted sigue leyendo a Oyhanarte.
 —Es que no me estorbaba, señora”

“De la vida intensa”, *Fray Mocho*, año 9, n° 408, 17 de febrero de 1920



Fig. 6b. Las lectoras en las revistas: “contra el tedio”

Publicidad de la novela *Marimar*, *La Semana Universal*, año 1, n° 16, 18 de abril de 1912



Fig. 6c. Las lectoras en las revistas: la bella transeúnta [sic] que lee

“Musas de Florida”, *Páginas de Columba*, año 1, n° 14, 7 de noviembre de 1923

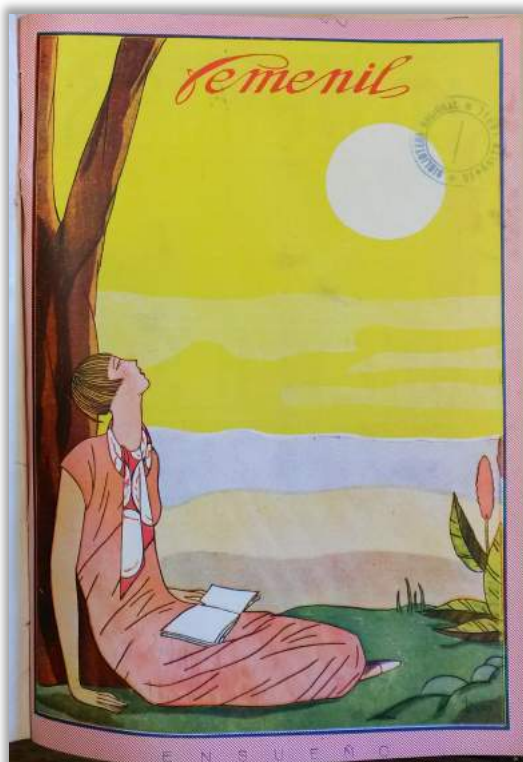


Fig. 6d. Las lectoras en las revistas

“Ensueño”, *Femenil*, año 1, n° 53, 13 de septiembre de 1926



Fig. 6e. Las lectoras en las revistas

“La lectora romántica”, *El Hogar*, año 26, n° 1068, 4 de abril de 1930



Fig. 8a. El incremento en el número de lectoras tematizado en la prensa

“Crónica semanal”, *La Semana Universal*, año 1, n° 22, 30 de mayo de 1912



Fig. 8b. El incremento en el número de lectoras tematizado en la prensa

“La curiosidad es el umbral de la cultura”, aviso de suscripción en *Aconcaqua*, año 1, n° 1, enero de 1930



Fig. 9. Contraposición de mujeres antiguas y modernas

“1899-Mar del Plata-1928”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928 (doble página y detalle)



Fig. 10. Contraposición de mujeres antiguas y modernas

Aviso de máquinas de coser Naumann, *El Hogar*, año 21, n° 816, 24 de abril de 1925



Fig. 11. Contraposición de mujeres antiguas y modernas

“Una pintora argentina. María Elena Bertrand” (izquierda) y “El acontecimiento social” (derecha), *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 11, 24 de diciembre de 1924



Fig. 12. Contraposición de mujeres antiguas y modernas

“Una centenaria”, *PBT*, año 7, n° 291, 25 de junio de 1910



Fig. 13a. Temporalidades dentro de una misma revista

“El sábado en el Club Belgrano”, *LUX*, año 3, n° 36, 14 de febrero de 1925



Fig. 13b. Temporalidades dentro de una misma revista

“Salida de misa”, *LUX*, año 3, n° 36, 14 de febrero de 1925

Fig. 14a. La solidaridad de la publicidad y las secciones de moda para promover una noción moderna y espectacular de la feminidad

“Notas femeninas” y aviso de tienda La Imperial, *Fray Mocho*, año 3, n° 117, 24 de julio de 1914



Fig. 14b. La solidaridad de distintas secciones para promover una noción moderna y espectacular de la feminidad

“Baile en el Club Social de Belgrano” y suplemento femenino, *Olympia*, año 3, n° 34, 20 de febrero de 1929



Fig. 15a. Riqueza material de las publicaciones más costosas

Mundial, año 3, n° 35, marzo de 1914

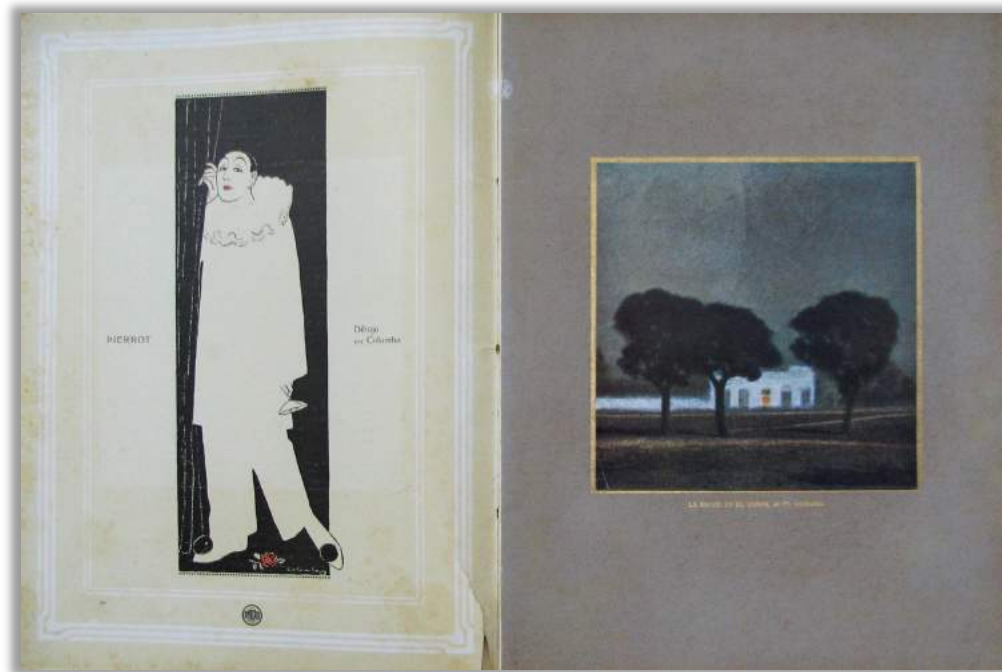


Fig. 15b. Riqueza material de las publicaciones más costosas

Myriam, año 2, n° 2, marzo de 1917



Fig. 15c. Riqueza material de las publicaciones más costosas

Plus Ultra, año 11, n° 118, 28 de febrero de 1926

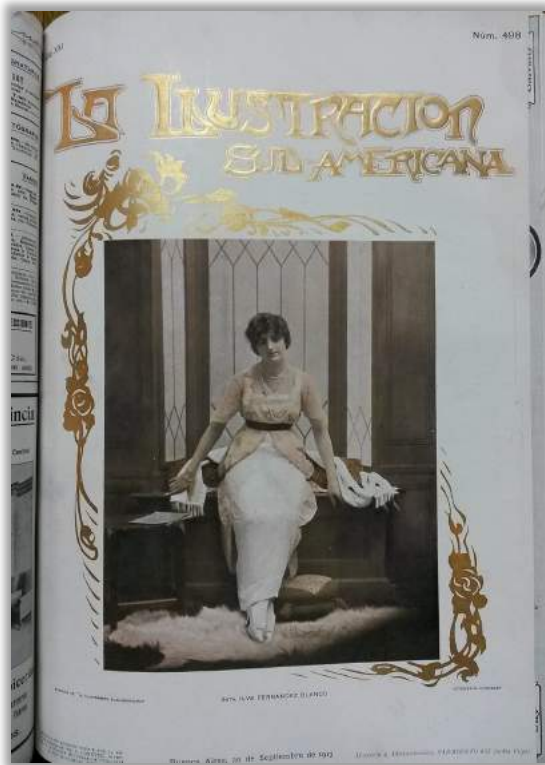


Fig. 15d. Riqueza material de las publicaciones más costosas

La Ilustración Sud-Americana, año 21, n° 498, 30 de septiembre de 1913

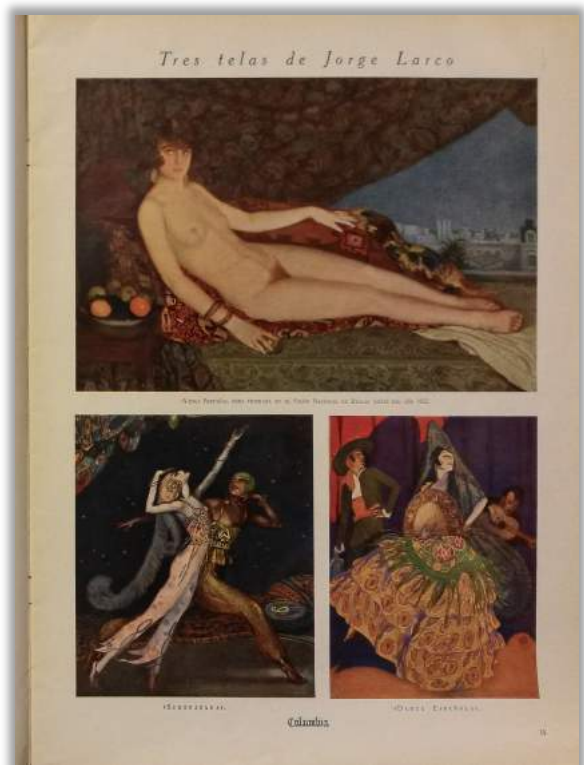


Fig. 15e. Riqueza material de las publicaciones más costosas

Columbia, año 1, n° 8, 11 de agosto de 1925



Fig. 16a. Uso del estilo moderno para modernizar las publicaciones más baratas

Tit-Bits, año 2, n° 29, 22 de enero de 1910



Fig. 16b. Uso del estilo moderno para modernizar las publicaciones más baratas

Vida Porteña, año 5, n° 199, 4 de septiembre de 1917



Fig. 16c. Uso del estilo moderno para modernizar las publicaciones más baratas

PBT, año 7, n° 267, 1 de enero de 1910

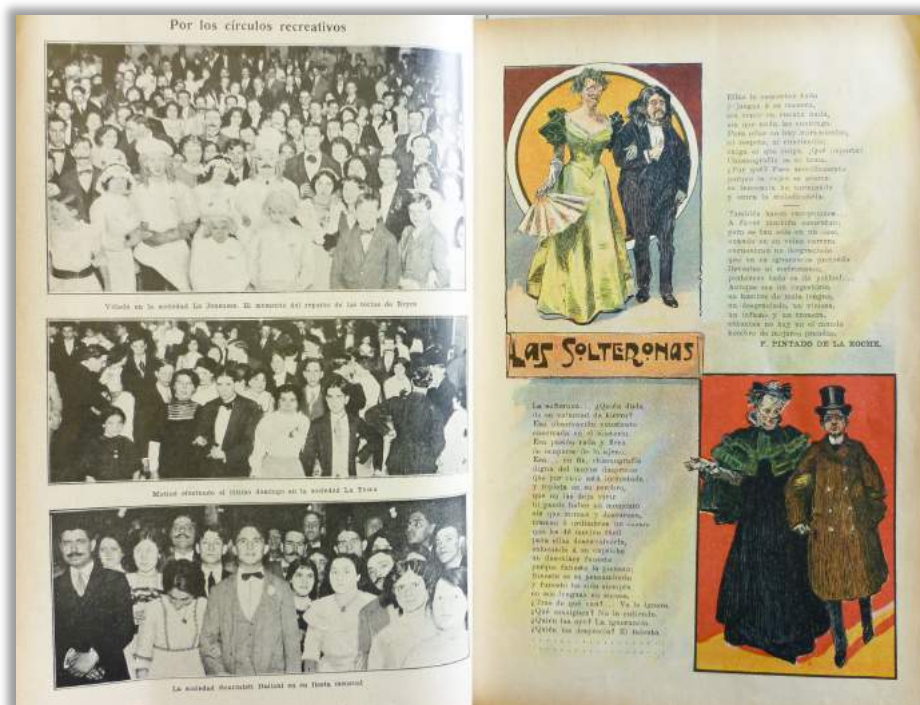


Fig. 17. Las estrategias materiales de las publicaciones baratas para atraer la mirada

La Vida Moderna, año 9, n° 195, 17 de enero de 1912

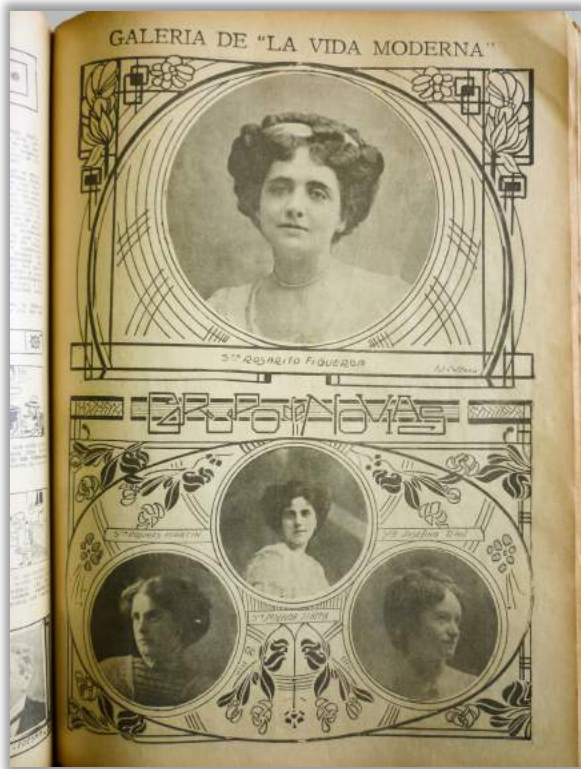


Fig. 18

“Galería de *La Vida Moderna*”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 151, 2 de marzo de 1910



Fig. 19. El collage como técnica modernizante

Vida Porteña, año 5, n° 182, 8 de mayo de 1917



Fig. 20. El collage como técnica modernizante

“Arte fotográfico”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 18, n° 414, 30 de marzo de 1910



Fig. 21a. La adopción de los estilos de vanguardia en los años veinte

Vogue, vol. 12, n° 67, julio de 1926



Fig. 21b. La adopción de los estilos de vanguardia en los años veinte

Olympia, año 3, n° 35, 6 de marzo de 1929

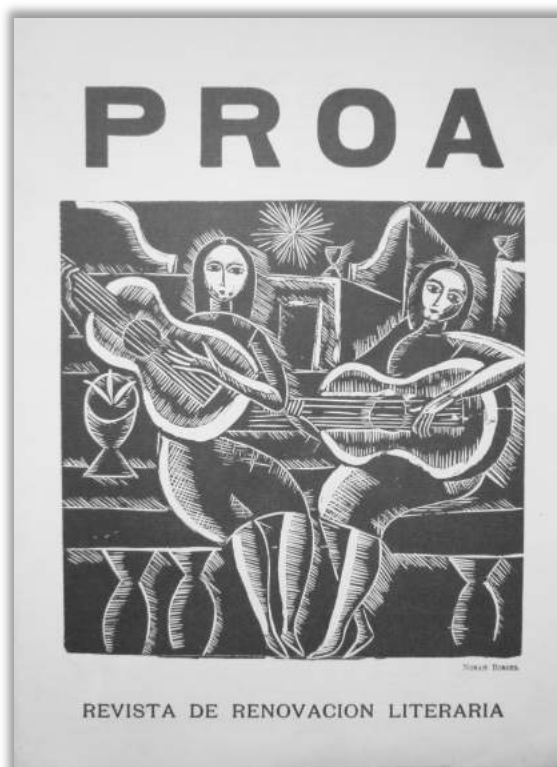


Fig. 22. Recursos plásticos modernos en las revistas de vanguardia

Ilustración de Norah Borges para *Proa*, año 1, n° 3, julio de 1923



Fig. 23. Recursos plásticos modernos en las publicaciones comerciales

“¡Qué groseros son los hombres!”, *Olympia*, año 3, n° 37, 10 de abril de 1929



Fig. 24. La publicidad como sitio de introducción de lo moderno

Publicidad de medias Kayser, *La Nación Magazine*, año 1, n° 1, 7 de julio de 1929



Fig. 26. La ilustración publicitaria moderna acompaña el discurso tradicional sobre la feminidad

Publicidad de Ocacia, *Olympia*, año 13, n° 592, 15 de agosto de 1929



Fig. 25. La ilustración publicitaria moderna acompaña el discurso tradicional sobre la feminidad

Publicidad de productos Calber, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928



Fig. 27a. El atractivo visual creciente de las secciones de moda

La Mujer y la Casa, año 5, n° 62, 15 de noviembre de 1924



Fig. 27b. El atractivo visual creciente de las secciones de moda

Femenil, año 2, n° 20, 25 de enero de 1926

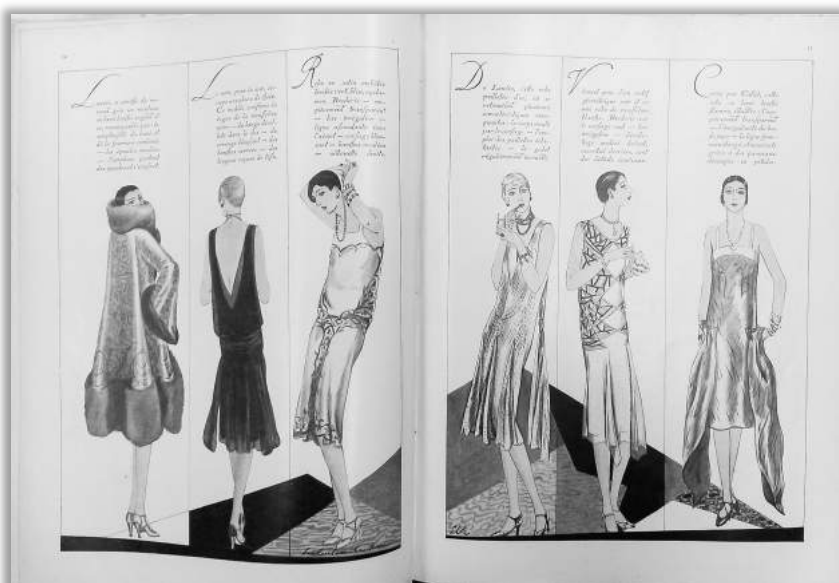


Fig. 27c. El atractivo visual creciente de las secciones de moda

Vogue, vol. 11, n° 63, marzo de 1926



Fig. 28a. La moda como reguladora del tiempo de las mujeres

Sección de moda, *Femenil*, año 2, n° 34, 3 de mayo de 1926

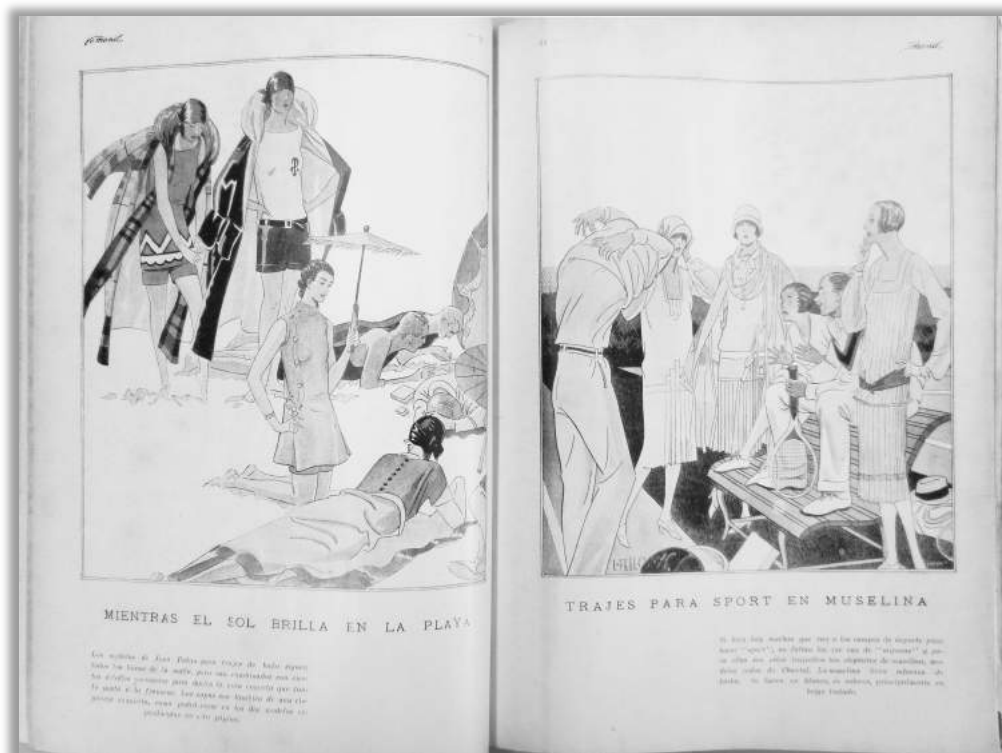


Fig. 28b. La moda como reguladora del tiempo de las mujeres

Sección de moda, *Femenil*, año 2, n° 24, 22 de febrero de 1926

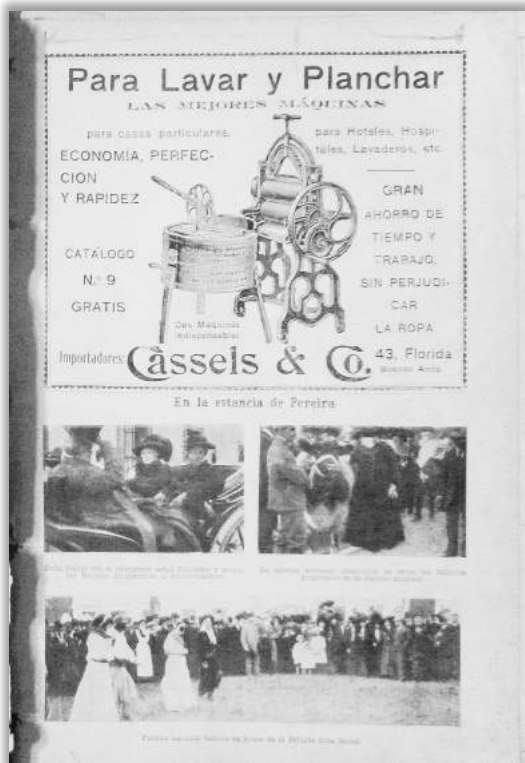


Fig. 29a. Los electrodomésticos publicitados en las revistas

Aviso de máquina de lavar y planchar, *El Hogar*, año 7, n° 153, 1 de junio de 1910



Fig. 29b. Los electrodomésticos publicitados en las revistas

Aviso de General Electric, *Almanaque de la Mujer*, año 1, n° 1, 1929




Fig. 30a. Asociación creciente de las mujeres con el uso de electrodomésticos

Aviso de Bazar Inglés, *La Semana Universal*, año 1, n° 20, 16 de mayo de 1912

Octubre 12 de 1923

De Vd. el lavado a la Máquina VICTORIA de fácil empleo, que nunca fatiga, bien lava la ropa y no la fatiga.



Trabaja a vapor mediante hervidor, hornalla y tambor

Su breve hora de manejo liviano, evita el día de fastidioso fregar, acaba el lavado bien y temprano, y ganas y tiempo da de pasear.


De 15, 25, 35 y 50 camisas \$ 80.-, \$ 95.-, \$ 125.-, \$ 230.

Exprimidor de Ropa con rodillos de goma, del anchor libre de

| | |
|--------|---------|
| 30 cm. | \$ 24.- |
| 35 " " | 30.- |
| 40 " " | 35.- |

Quita más agua del lavado que pueden las manos solas y hace secar la ropa más pronto y menos expuesto a tomar polvo cuando se cuelga al aire para solear.

Vd. ahorra mucho tiempo y hace trabajo más parejo con esta **Máquina de Planchar** para repasar en frío las toallas, servilletas, pañuelos, delantales, sábanas, frazadas, carpetas, etc.



Con Píe. Ralios de 50 cm. \$ 180. De 70 cm. \$ 190. Sin Píe, para mesa, ralios de 54 cm. \$ 65.

Cassels & Co.
MAIPU 271

Fig. 30b. Asociación creciente de las mujeres con el uso de electrodomésticos

Aviso de Cassels. & Co., *El Hogar*, año 24, n° 991, 12 de octubre de 1928

61

¿Vive usted en un rancho?
¿No?

¿Por qué, entonces, emplea combustibles que sólo son comprensibles y tolerables en viviendas primitivas?

Usar carbón y leña en vivienda moderna — donde no sopla el viento y, por lo tanto, no se disipan los tufos malsanos de una combustión sucia — no sólo es envenenarse poco a poco, sino quebrantarse la salud con multiplicación de labores y

REGALAR AÑOS A LA MUERTE

Decídase, pues, por llevar la dicha a su casa, así como lo han hecho millares de sabias personas que hoy gustosamente atestiguan que

el gas en la morada es un hábito de hada.



Albino 1169 - U. T. 37, Rivadavia 4760 - Santa Fe 2871 - U. T. 44, Juncal 2651 - Rivadavia 3666 - U. T. 62, Mitre 2504 - Cabildo 2137 - U. T. 42, Belgrano 3391 - Rivadavia 6727 - U. T. 65, Flores 3342 - Montas de Cua 1116 - U. T. 24, Barracas 1631 - Avenida San Martín 3900 - U. T. 50, Villa Devoto 122

Fig. 31. “¿Vive usted en un rancho? ¿No? ¿Por qué, entonces, emplea combustibles que solo son comprensibles y tolerables en viviendas primitivas?”

Aviso de Compañía Primitiva de Gas, *Olympia*, año 3, n° 32, 16 de enero de 1929



Fig. 32a. El uso de electrodomésticos como actividad femenina moderna y burguesa

Aviso de aspiradoras Electrolux, *Plus Ultra*, año 9, n° 96, abril de 1924



Fig. 32b. El uso de electrodomésticos como actividad femenina moderna y burguesa

Aviso de General Electric, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928



Fig. 33. La tecnología como generadora de nuevos estándares en el cuidado de la casa

Publicidad de Compañía Hispanoamericana de Electricidad, *Plus Ultra*, año 11, n° 124, agosto de 1926



Fig. 34. Una representación alternativa de la relación de las mujeres con la tecnología doméstica

Publicidad de Compañía Hispanoamericana de Electricidad, *Aconcagua*, año 1, n° 8, agosto de 1930



Fig. 35. El envejecimiento como incompatible con la noción de feminidad

“La primera cana”, *Iris*, año 2, n° 83, 7 de octubre de 1921



Fig. 36. Los límites temporales de la noción de feminidad

Publicidad de Crème Activa, *Elegancias*, año 3, n° 40, febrero de 1914 (página completa y detalle)

de Ciencias francesa — y allí ha sido más que un descubrimiento los trabajos actuales acerca de los resultados sorprendentes a todas partes. Es un hecho, el que la acción de la epidermis constituye una de las que debemos a la ciencia en esta época. Bajo la influencia de las proteínas que forman nuestra piel



Fig. 37. Los límites temporales de la noción de feminidad

“Apuntes de primavera”, *Páginas de Columba*,
año 1, n° 15, 28 de noviembre de 1923

¿Por Qué Las Mujeres Envejecen Más Pronto Que Los Hombres?

Un Mayor Porcentaje de Anemia (Falta de Hierro en la Sangre) entre las Mujeres las Hace Perder Mucho de su Juventud, Belleza y Encanto, Haciéndolas Coléricas, Nerviosas y Decadidas.

Lo que la Mujer Necesita no son Cosméticos ni Medicinas Estimulantes sino Mucha Sangre Roja y Pura, Rica en Hierro.

Un médico explica de qué manera el Hierro orgánico, Hierro Nuxado, enriquece la sangre, sostiene los nervios y reconstituye el poder físico, haciendo que las mujeres débiles, pálidas y apesadumbradas porfiran y en realidad se conviertan en más jóvenes.

Si usted observa a una mujer que parece más joven que un hombre de la misma edad, encontrará usted la explicación de la gran superioridad que la anemia (falta de hierro en la sangre) la otorga en belleza y encanto gradualmente su salud, su vigor y su vida, a las que toda mujer tiene derecho por mucho tiempo. En la mayoría de los casos los hombres conservan su salud mejor que las mujeres porque consumen alimentos más ligeros, y estando más tiempo fuera del hogar llevan una vida más activa, con ejercicio por consecuencia en su sangre mayor riqueza en hierro y su cuerpo.

A los 20 Años

A los 30 Años

A los 40 Años

Esto es reconocido de que existen miles de mujeres en tal estado y que sencillamente con tomar Hierro Nuxado pueden fácilmente restaurar sus gloriosos rubros, aumentar su energía física y entrar en un estado que les permita preservarse de los millones de germos de las enfermedades que cada día matan a millones de mujeres. De la misma manera que muchos otros médicos, de hecho, el Hierro Nuxado en sus momentos ocasionales y de visita siempre, que proporciona fuerza y energía aumentando el poder y la resistencia, proporcionando los nervios y mejorando el estado general. Por esto considere al Hierro Nuxado como el mejor de los remedios (medicinas) que se han tomado que sean.

Uno de sus médicos a quienes se ha pedido su opinión es el Dr. George L. Baber, antiguo médico y cirujano del Metropolitan Memorial Hospital, de New Jersey, quien dice: “Lo que las mujeres necesitan para poder conservar sus bellezas y la pureza de la vida, es su sangre.”

Fig. 38. “¿Por qué las mujeres envejecen más pronto que los hombres?”

Publicidad de Hierro Nuxado, *Fray Mocho*,
año 9, n° 417, 20 de abril de 1920

La doctora Moreau nos ha demostrado prácticamente en el desempeño de su misión, la elevación invariable de sus propósitos.

sa en sus modestas páginas sus gratas emociones.

UNION FEMINISTA NACIONAL

Que absurdo! Este barajón alcoholista es según la ley administrador del hogar

Mientras su esposa, que con su trabajo lo mantiene no puede legalmente despedir a la que gana

La mujer argentina reclama la modificación del Código Civil.

Cliche facilitado por la “Unión Feminista”

Fig. 39. Las tareas domésticas representadas como trabajo en la prensa feminista

Aviso de la Unión Feminista Nacional, *Nuestra Causa*, año 1, n° 8, 10 de diciembre de 1919

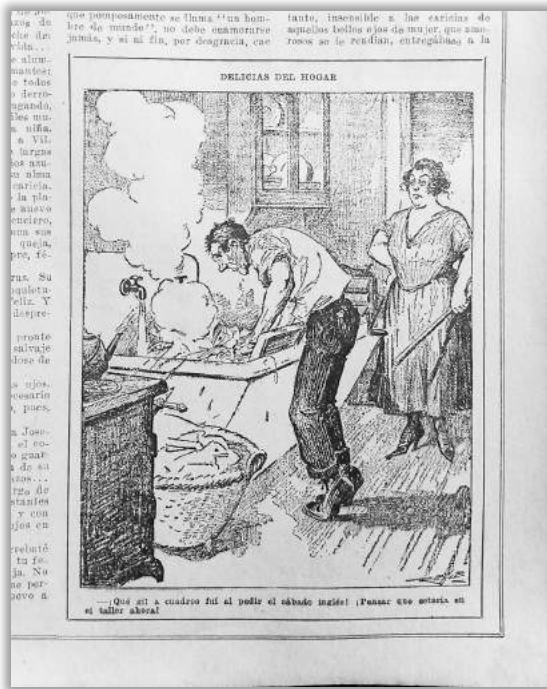


Fig. 40. La pesadez de las tareas domésticas: “Delicias del hogar. ¡Qué gil a cuadros fui al pedir el sábado inglés!”

Fray Mocho, año 9, n° 412, 16 de marzo de 1920



Fig. 41. El uso improductivo del tiempo: una representación de todas las mujeres

El Plata, año 2, n° 42, 15 de octubre de 1910



Fig. 42

“En la playa de moda. El día de una mundana”, *Iris*, año 2, n° 61, 29 de abril de 1921



Fig. 43. El uso improductivo del tiempo: una representación de todas las mujeres

“Las porteñitas se levantan por ‘categoría’”, *Iris*, año 2, n° 73, 29 de julio de 1921



Fig. 44a. El consumo como uso femenino del tiempo

“Una mujer ‘económica’... sabe aprovechar las liquidaciones”, *Iris*, año 2, nº 76, 19 de agosto de 1921

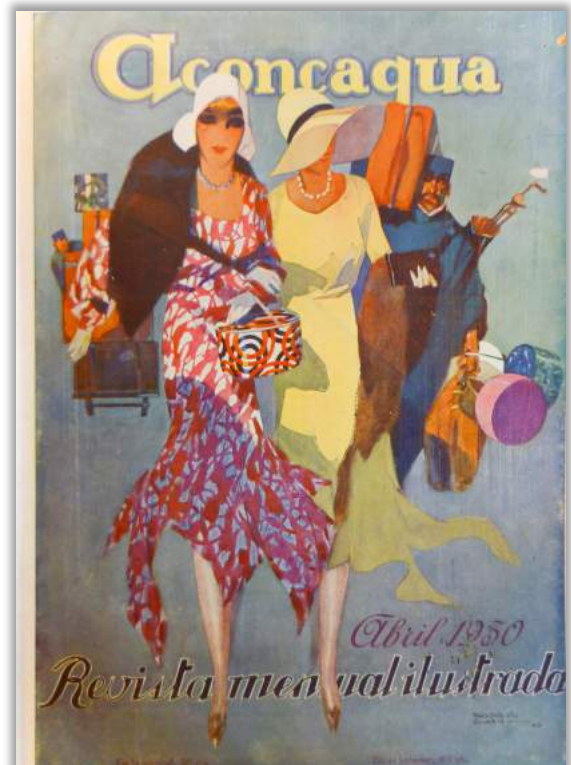


Fig. 44b. El consumo como uso femenino del tiempo

Aconcagua, año 1, nº 4, abril de 1930

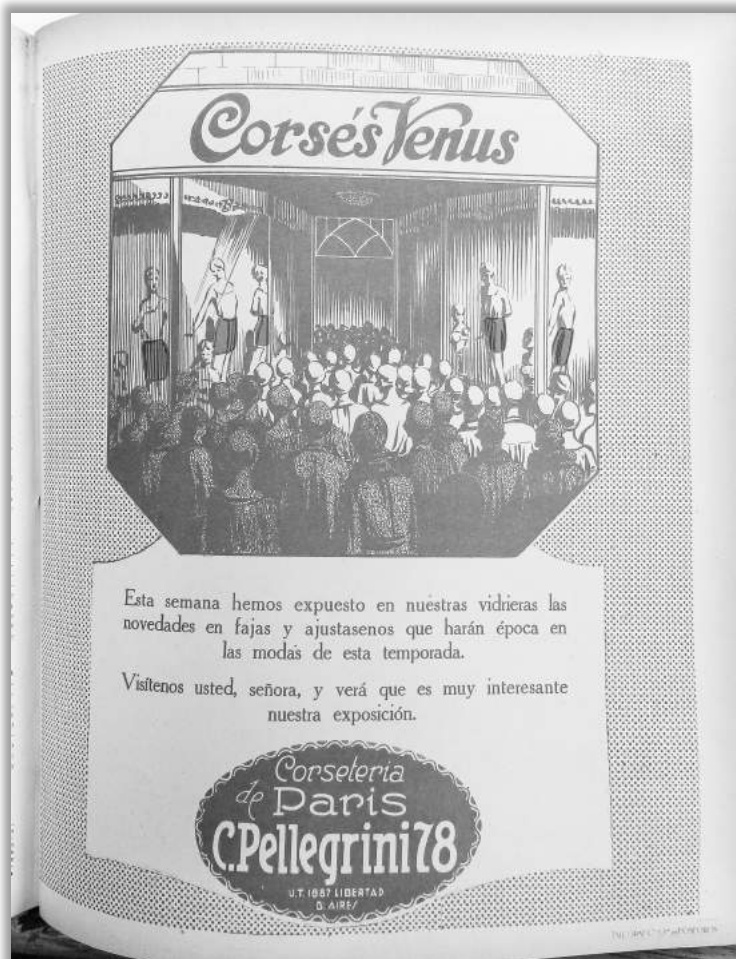


Fig. 45. Las mujeres y las vidrieras

Publicidad de Corsetería París,
La Novela Semanal, año 13, nº 619,
23 de septiembre de 1929

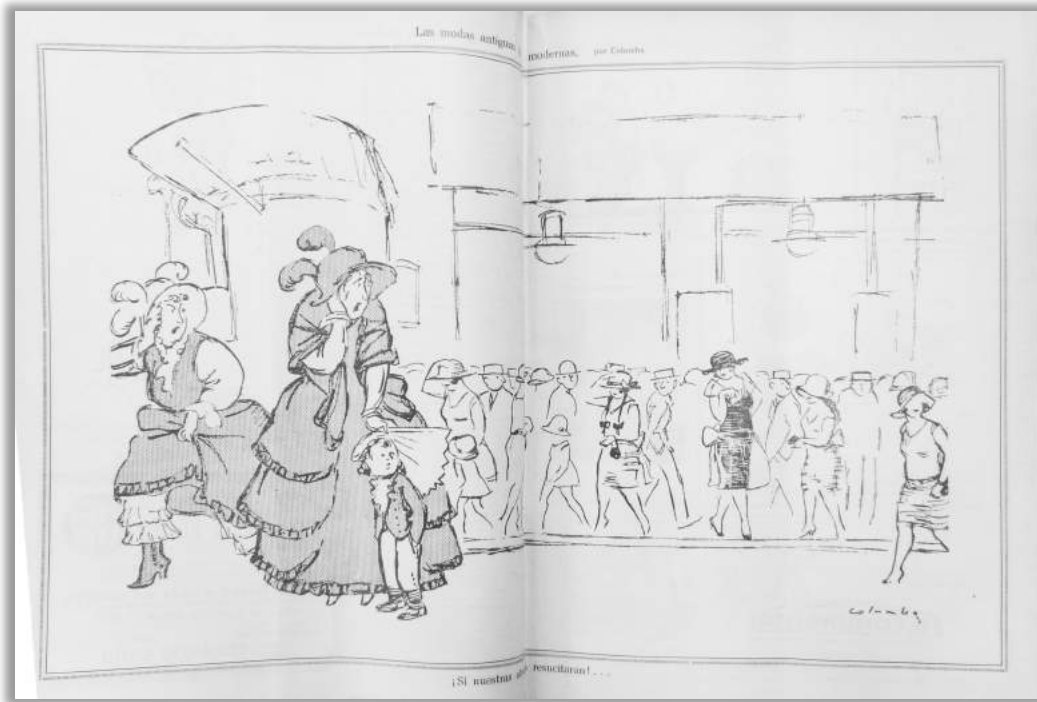


Fig. 46. Los cambios en la moda como fractura generacional

“Las modas antiguas y modernas”, *Páginas de Columba*, año 1, nº 18, 30 de enero de 1924



Fig. 47. La diferencia de clase en la representación del uso femenino del tiempo

Nuestra Tribuna, año 3, nº 32, 1 de julio de 1924

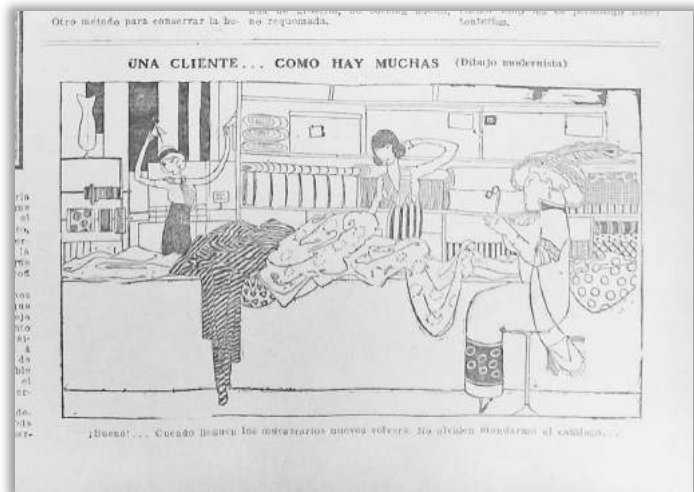


Fig. 48. La diferencia de clase en la representación del uso femenino del tiempo

“Una cliente... como hay muchas (dibujo modernista)”, *Tit-Bits*, año 4, nº 210, 12 de julio de 1913



Fig. 49. El futuro en el imaginario anarquista

Nuestra Tribuna, año 2, n° 18, 1 de mayo de 1923



Fig. 50. La forma de representación de las mujeres profesionales en el espacio gráfico de las revistas

“Escuela S. Comercial de Mujeres de la Nación. Nuevas peritos mercantiles”, *Mundial. La revista para todos*, año 2, n° 20, 25 de febrero de 1925



Fig. 51. La tecnología como promesa de emancipación

“Antes horas, hoy... minutos!”,
publicidad de Longvie, *Aconcagua*, año 1, n° 11,
diciembre de 1930



Fig. 52. La tecnología como medio de realización de los deseos de las mujeres

“La mujer del futuro tendrá el marido que guste”,
El Hogar, año 24, n° 997, 23 de noviembre de 1928

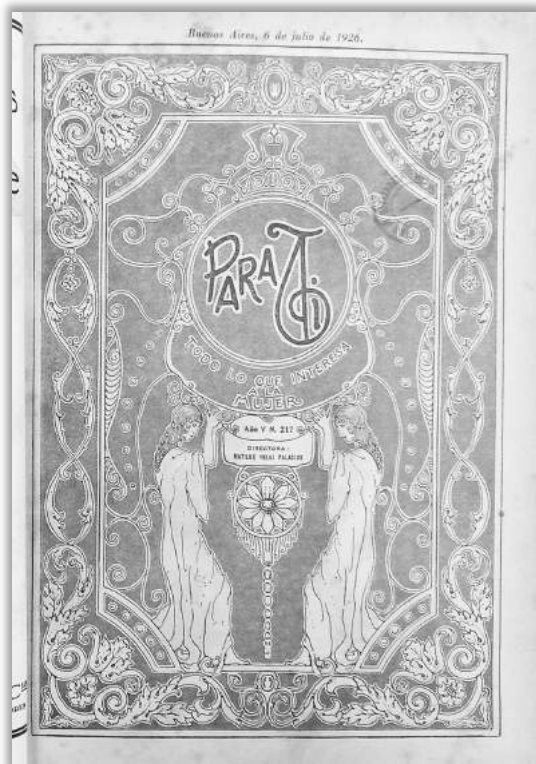


Fig. 1. "Todo lo que interesa a la mujer"

Para Ti, año 5, n.º 217, 6 de julio de 1926



Fig. 2. La moda mezclada con otros contenidos

La Ilustración Sud-Americana, año 8, n.º 184, 28 de agosto de 1900



Fig. 3. La autonomización progresiva de las secciones para mujeres

Suplemento de moda de La Ilustración Sud-Americana, 1910



Fig. 4. La definición del espacio social femenino a través de las nuevas secciones para mujeres

“A la hora del té”, *El Hogar*, año 7, n° 158, 30 de agosto de 1910

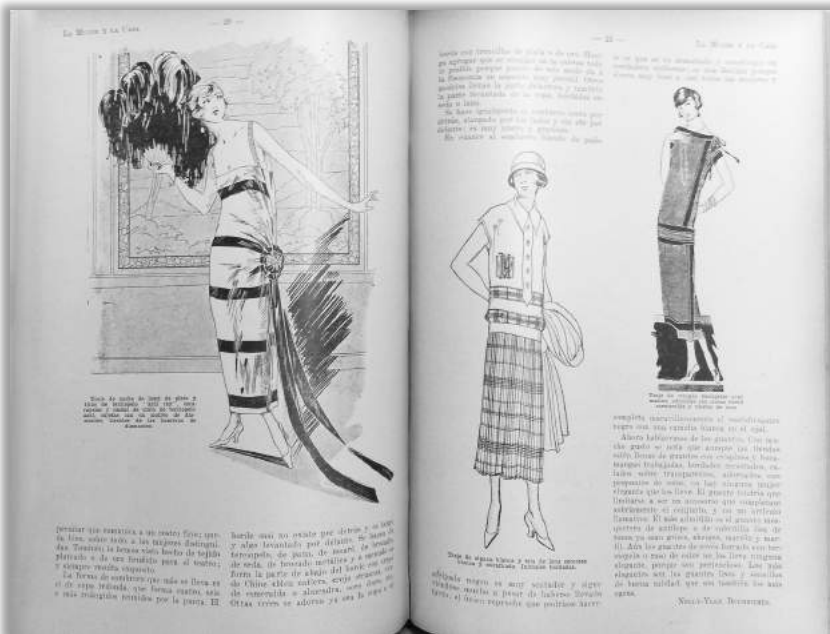


Fig. 5a. Las secciones de moda ganan páginas y envergadura material

La Mujer y la Casa, año 5, n° 59, 15 de agosto de 1924

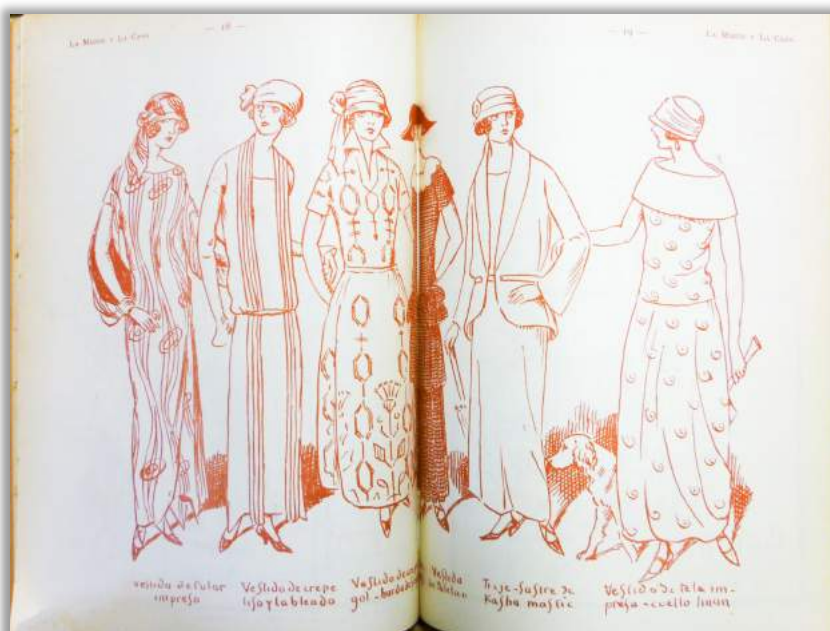


Fig. 5b. Las secciones de moda ganan páginas y envergadura material

La Mujer y la Casa, año 5, n° 54, marzo de 1924



Fig. 6a. Las secciones de moda ganan páginas y envergadura material

“Caprichos, modas y hábitos femeninos”, *Femenil*, año 1, nº 16, 28 de diciembre de 1925



Fig. 6b. Las secciones de moda ganan páginas y envergadura material

“Modelos de *Femenil*”, *Femenil*, año 2, nº 18, 11 de enero de 1926



Fig. 7a. El espacio social femenino desplegado en *Vogue*

Vogue, vol. 2, nº 12, diciembre de 1921



Fig. 7b. El espacio social femenino desplegado en *Vogue*

“Devant l’arbitre-Lui plairai-je ainsi?-Entre deux danses-Aimez-vous ma robe?”,
Vogue, vol. 3, nº 13, enero de 1922



Fig. 8. La habilidad “natural” de las mujeres para la autoexhibición

“Charla femenina”, *Iris*, año 1, n° 45, 14 de enero de 1921 (página completa y detalle)



Fig. 9a. El espacio social femenino entre lo público y lo privado: la vida social

“Para tomar con el té” y portada, *Para Ti*, año 3, n° 114, 15 de julio de 1924



Fig. 9b. “Cuando las damas se reúnen...”

Publicidad de Bagley, *La Novela Semanal*, año 13, n° 611, 29 de julio de 1929



Fig. 10a. “El placer de toda mujer...”

Publicidad de Bagley, *Olympia*, año 3, n° 37, 10 de abril de 1929



Fig. 10b. La actividad social, espacio de la feminidad

Publicidad de Los Dos Chinos, *Plus Ultra*, año 12, n° 136, agosto de 1927



Fig. 11. “(...) la plaza Flores conviértese en lugar obligado de ‘concentración’ del elemento más ‘florido’ del pintoresco barrio (...)”

Iris, año 2, n° 102, 17 de febrero de 1922



Fig. 12. Las mujeres como entretenimiento y decoración

“Aspectos pintorescos de Buenos Aires. Café-música-comida barata”, *Gran Guñol*, año 1, n° 28, 9 de marzo de 1923



Fig. 13. Las artes decorativas como actividad natural de las mujeres

Aviso de Mercería Suiza, *El Suplemento*, año 7, n° 145, 17 de marzo de 1926



Fig. 14. Las artes decorativas como actividad natural de las mujeres

“Manos femeninas. El arte del repujado”, *Mundial*.

La revista para todos, año 1, n° 3, 29 de octubre de 1924



Fig. 15. Las artes decorativas como actividad natural de las mujeres

“Arte cerámica en la Escuela del Divino Rostro”, *Columbia*, año 1, n° 1, 5 de mayo de 1925



Fig. 16. “Es un arte para su hogar, es una profesión lucrativa”

Publicidad del Instituto de Artes Aplicadas para el Hogar e Industrias, *Aconcagua*, año 1, n° 4, abril de 1930

Fig. 17b. Correspondencia entre el espacio social femenino y el espacio doméstico

Aviso de Ocacia, *Atlántida*, año 12, n° 589, 25 de julio de 1929



Fig. 17a. Correspondencia entre el espacio social femenino y el espacio doméstico

“Dicha suprema”, *El Hogar*, año 7, n° 144, 15 de enero de 1910



Fig. 17c. Correspondencia entre el espacio social femenino y el espacio doméstico

“Intimidad, óleo de Pío Collivadino”, *Myriam*, año 1, n° 4, septiembre de 1915





Fig. 18. Correspondencia entre el espacio social femenino y el espacio doméstico

Aviso de Los gobelinos, *Columbia*, año 1, n° 4, 16 de junio de 1925



Fig. 19. Correspondencia entre el espacio social femenino y el espacio doméstico

“Los sublimes milagros de la mujer”,
Fray Mocho, año 9, n° 420,
11 de mayo de 1920

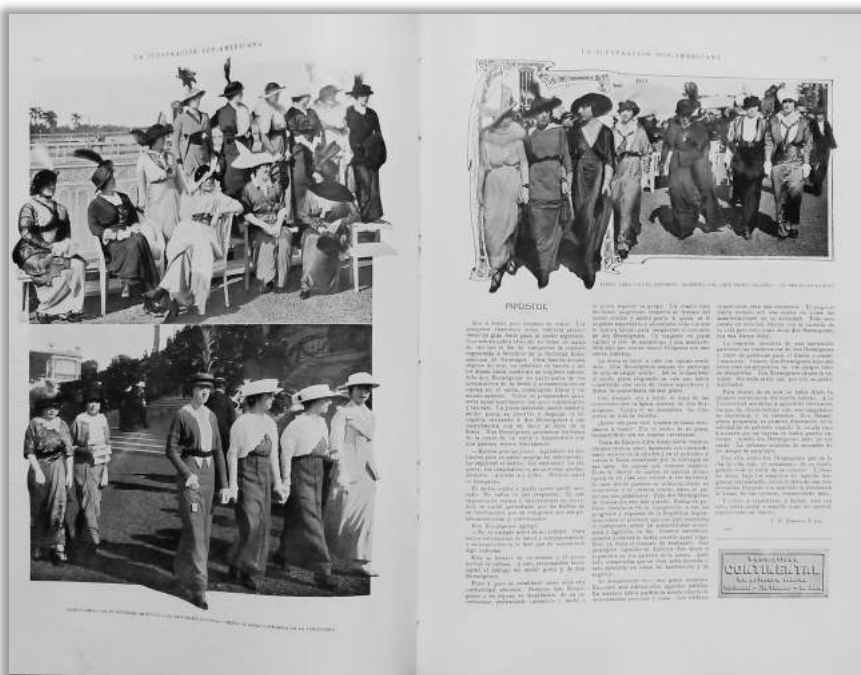


Fig. 20a. Las mujeres en el espacio público: los paseos urbanos

“En el Hipódromo Argentino”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 500, 30 de octubre de 1913



Fig. 20b. Las mujeres en el espacio público: los paseos urbanos

“Siluetas de verano”, *Iris*, año 1, n° 47, 21 de enero de 1921



Fig. 20c. Las mujeres en el espacio público: los paseos urbanos

“El encanto de nuestras calles”, *Gran Guñol*, año 1, n° 32, 6 de abril de 1923



Fig. 21a. Las mujeres en el espacio público como motivo en la publicidad

“La más bella deportista”, aviso de Polvo Brissac, *Atlántida*, año 3, n° 138, 18 de noviembre de 1920



Fig. 21b. Las mujeres en el espacio público como motivo en la publicidad

“Frente al Jockey Club. El automóvil Ford, complemento de la vida social”, *Plus Ultra*, año 3, n° 20, diciembre de 1917



Fig. 22. El vínculo entre la nueva feminidad y la idea de libre circulación en el espacio público

“Sobre la extensa avenida y en la amplitud del río”, aviso de Shepherd, Bell & Cia., *El Hogar*, año 25, nº 1000, 14 de diciembre de 1928



Fig. 23. El vínculo entre la nueva feminidad y la idea de libre circulación en el espacio público

“Conversaciones típicas”, aviso de Ford, *Columbia*, año 1, nº 8, 11 de agosto de 1925



Fig. 24. Redefinición de la feminidad, nuevas prácticas y ocupación de nuevos espacios físicos

“Al ‘Salón del automóvil’”, *El Hogar*, año 24, nº 998, 30 de noviembre de 1928

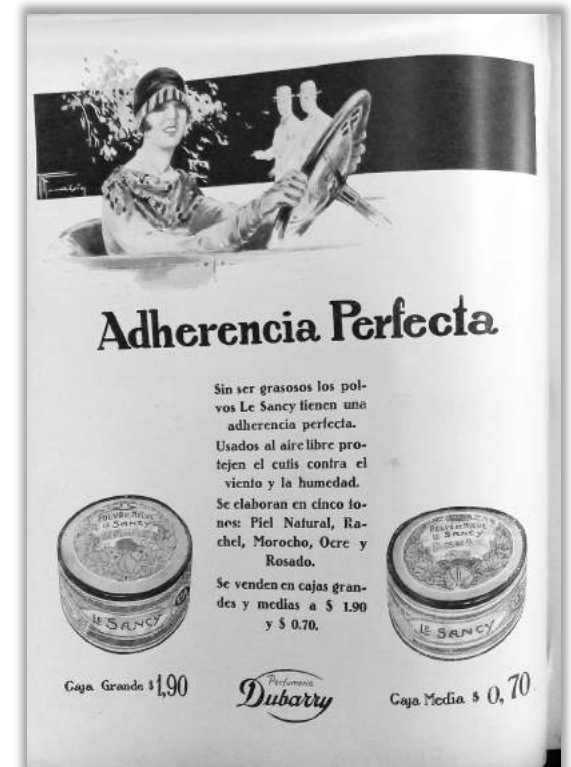


Fig. 25. Redefinición de la feminidad, nuevas prácticas y ocupación de nuevos espacios físicos

“Adherencia perfecta”, aviso de Polvos Dubarry, *La Novela Semanal*, año 13, nº 611, 29 de julio de 1929



Fig. 26. La relación de la moda con la ocupación de nuevos espacios físicos

“La influencia deportiva se hace sentir en la nueva moda”, *Femenil*, año 2, n° 27, 15 de marzo de 1926



Fig. 27. La relación de la moda con la ocupación de nuevos espacios físicos

“Élégances automobilistes”, *Athéna*, año 1, n° 3, 1928



Fig. 28. La relación de la moda con la ocupación de nuevos espacios físicos

“Damas y niñas de nuestro gran mundo cultoras del volante”, *El Hogar*, año 24, n° 998, 30 de noviembre de 1928



Fig. 29. La relación de la moda con la ocupación de nuevos espacios físicos

“Modelos de trajes para automovilistas”, *Sport Ilustrado*, año 1, n° 8, 14 de julio de 1922



Fig. 30. La relación de la moda con la ocupación de nuevos espacios físicos

“Diversos aspectos de la gracia femenina”, *Atlántida*, año 12, n° 587, 11 de julio de 1929



Fig. 31

“Ruedas que giran”, *Fray Mocho*, año 9, n° 411, 9 de marzo de 1920

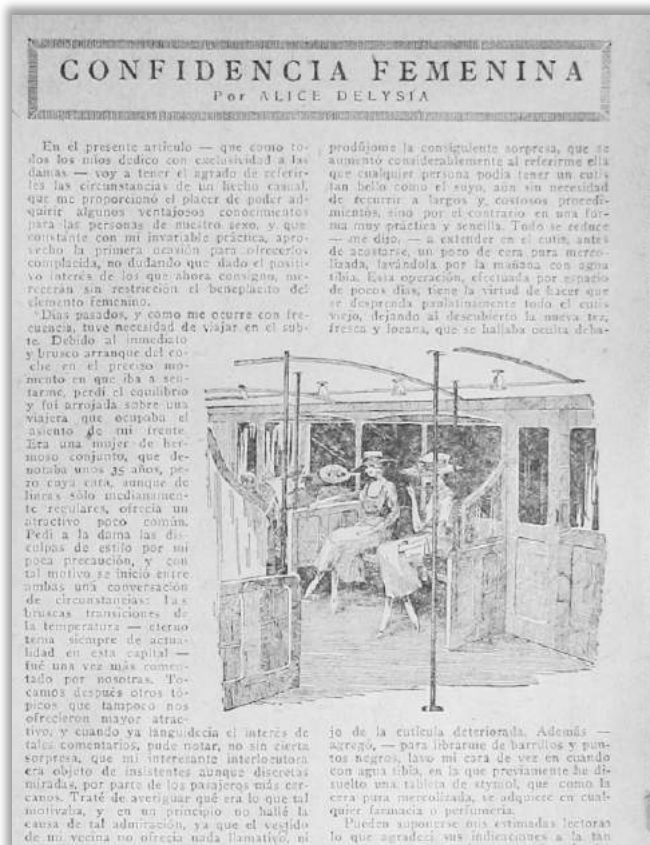


Fig. 32a. Las mujeres en el transporte público

“Confidencias femeninas”, *Atlántida*, año 5, n° 199, 26 de enero de 1922



Fig. 32b. Las mujeres en el transporte público

Aviso de Té Suizo, *Para Ti*, año 8, n° 373, 2 de julio de 1929

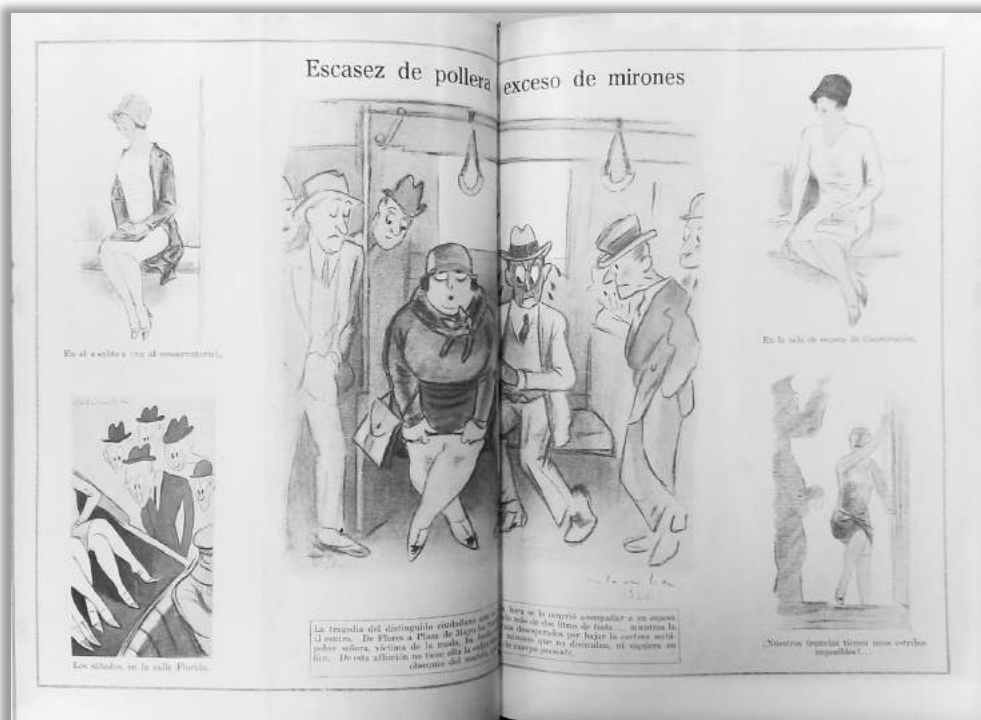


Fig. 33. La mirada masculina y el problema de las nuevas modas femeninas en el transporte público

“Escasez de pollera y exceso de mirones”, *Páginas de Columba*, año 5, n° 54, 28 de abril de 1926



Fig. 34. El acoso en el transporte público

“La cortesía en el subterráneo. — ¡Sírvese mi correa, señorita!”, *Atlántida*, año 12, n° 598, 26 de septiembre de 1929

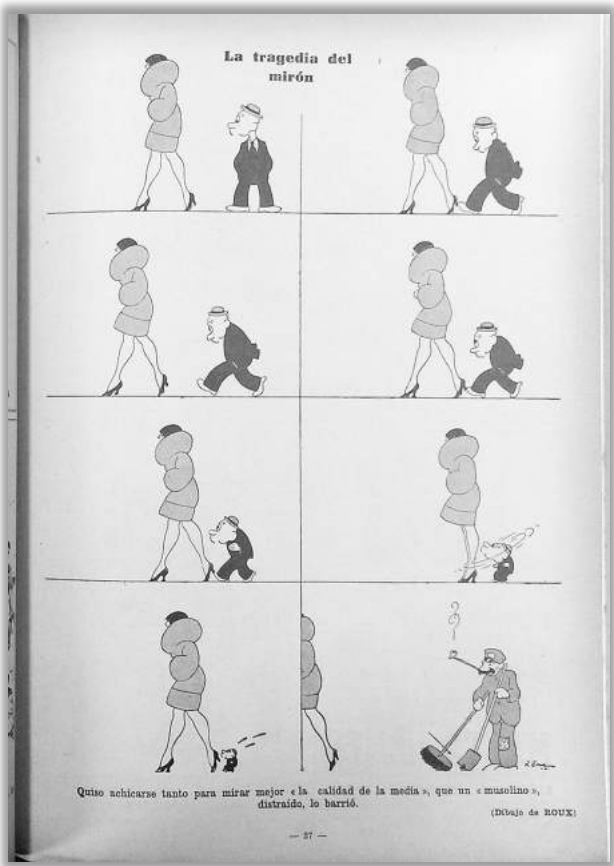


Fig. 35. El poder de las mujeres en el espacio público frente a la mirada masculina

“La tragedia del mirón”, *Páginas de Columba*, año 5, n° 56, 26 de mayo de 1926



Fig. 36. El poder de las mujeres en el espacio público frente a la mirada masculina

“La pesadilla de un provinciano en Buenos Aires”, *Páginas de Columba*, año 5, n° 57, 9 de junio de 1926



Fig. 38d. La vía pública como único espacio posible para la representación de las mujeres pobres

“La miseria en Buenos Aires”, *Nueva Era*, año 1, n° 11, 31 de agosto de 1914

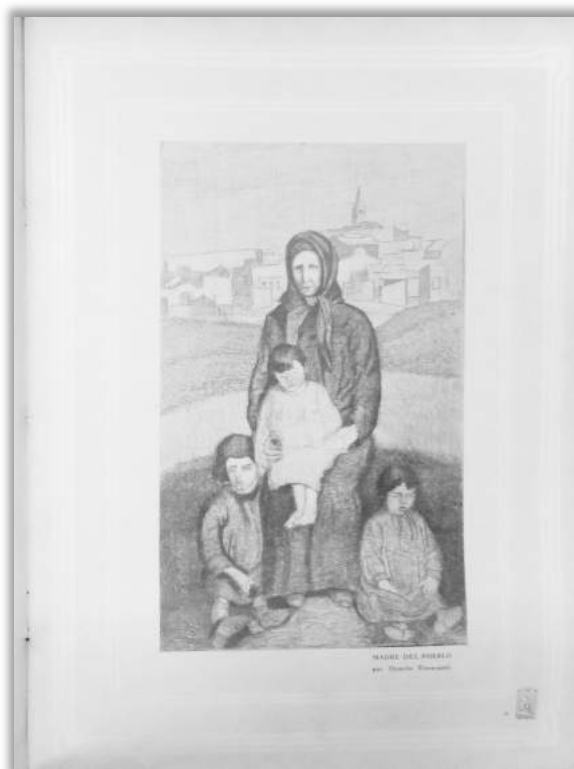


Fig. 38e. La vía pública como único espacio posible para la representación de las mujeres pobres

“Madre del pueblo, por Octavio Fioravanti”, *Atbena*, año 1, n° 2, 1928

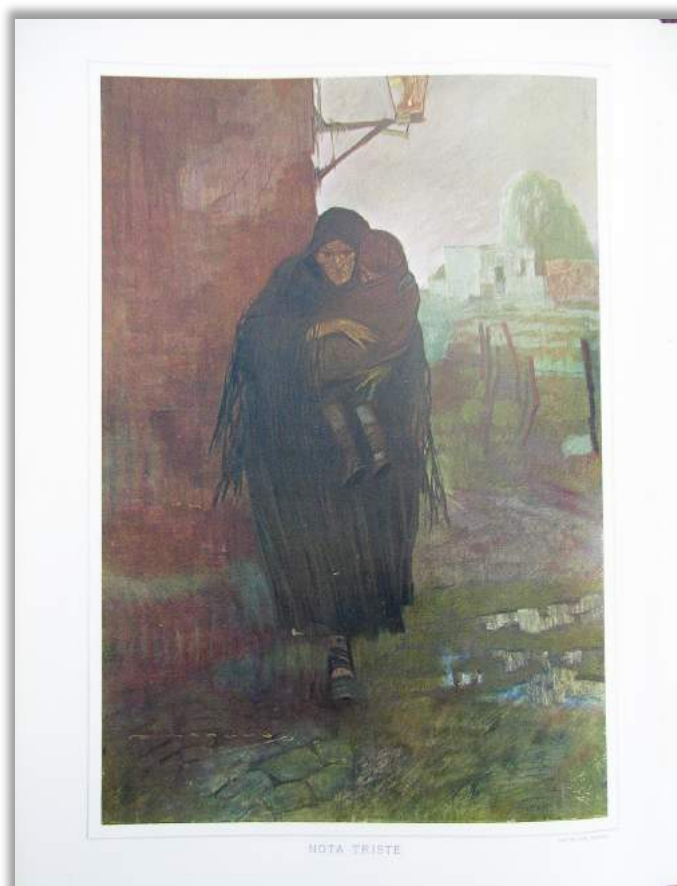


Fig. 38f. La vía pública como único espacio posible para la representación de las mujeres pobres

“Nota triste”, *Plus Ultra*, año 2, n° 12, abril de 1917

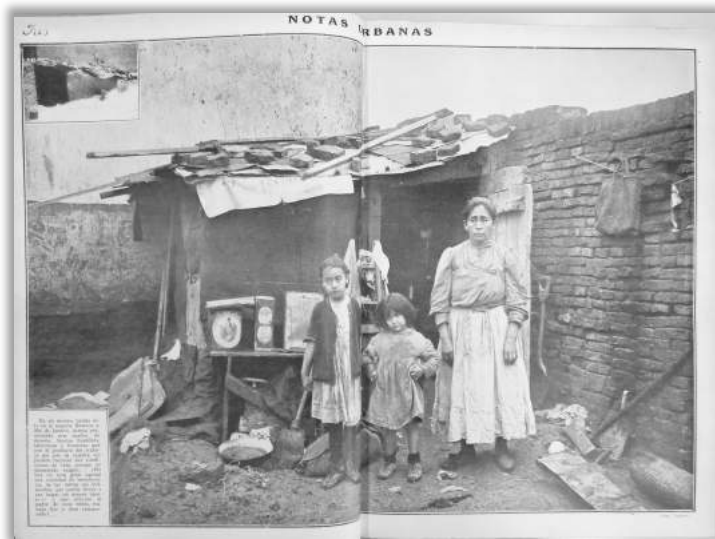


Fig. 39. La negación de la privacidad en la representación de las mujeres pobres

“Notas urbanas”, *Iris*, año 1, n° 47, 21 de enero de 1921

Fig. 41a. La relación de las mujeres de campo con el exterior

“Un ‘rancho’ correntino”, *Nueva Era*, año 1, n° 10, 24 de agosto de 1914



Fig. 40. La negación de la privacidad en la representación de las mujeres inmigrantes

“En el Hotel de Inmigrantes”, *Para Tí*, año 2, n° 35, 9 de enero de 1923

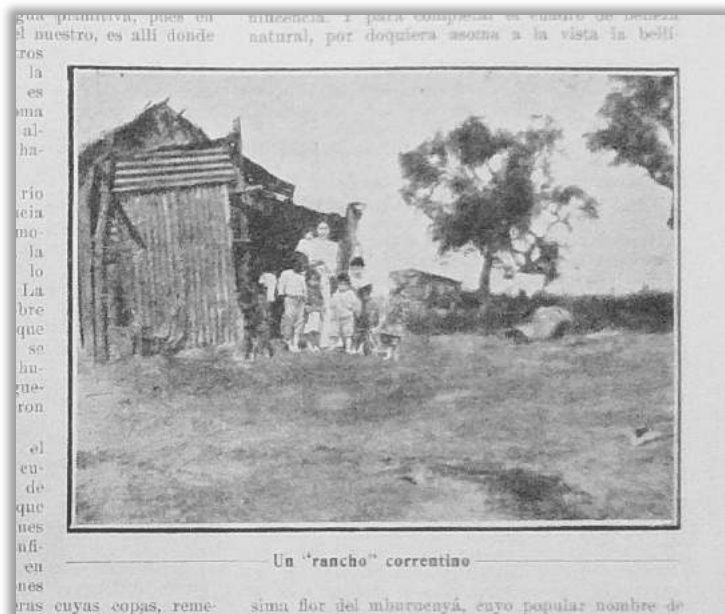


Fig. 41c

“Palabra dada”, *PBT*, año 7, n° 275, 26 de febrero de 1910



Fig. 41b. La relación de las mujeres de campo con el exterior

“La china”, *Los Pensadores*, año 4, n° 109, 14 de abril de 1925





Fig. 45a. La representación de las artistas como criaturas domésticas: Ana Weiss

“Una tarde en el atelier de Alberto Rossi”, *Atlántida*, año 7, nº 345, 20 de noviembre de 1924



Fig. 45b. La representación de las artistas como criaturas domésticas: Ana Weiss

“Un matrimonio de artistas”, *Plus Ultra*, año 3, nº 28, agosto de 1928 (detalle)



Fig. 45c. La representación de las artistas como criaturas domésticas: Ana Weiss

“Un matrimonio de artistas pintores. Alberto M. Rossi y Ana Weiss de Rossi”, *La Época*, 26 de diciembre de 1926



Fig. 46a. La representación de las artistas como criaturas domésticas: Léonie Matthis

“Madame Matthis”, *Columbia*, año 1, nº 1, 5 de mayo de 1925 (página completa y detalle)



Fig. 46c. La representación de las artistas como criaturas domésticas: Lilia Arce

“Una artista de Tres Arroyos”, *Nativa*, año 3, nº 30, 30 de junio de 1926

Fig. 46b. La representación de las artistas como criaturas domésticas: Paulina Blinder

“Una pintora rosarina. Con la señorita Paulina Blinder”, *Caras y Caretas*, año 33, nº 1665, 30 de agosto de 1930



Fig. 47a. La representación de las artistas trabajando: Lola Mora

“Caricaturas contemporáneas. Lola Mora”, *Caras y Caretas*, año 6, n° 225, 24 de enero de 1903



Fig. 47b. La representación de las artistas trabajando: Lola Mora

Lola Mora en el taller provisorio de Paseo de Julio (enero de 1903), Archivo General de la Nación

Fuente: Patricia Corsani, “Honores y renuncias. La escultora argentina Lola Mora y la fuente de los debates”, *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, vol. 15, n° 2, julio-diciembre de 2007



Fig. 48. La representación de las artistas trabajando: Raquel Forner

“Pintoras argentinas. Raquel Forner”, *Aconcagua*, año 6, n° 69, febrero de 1936



Fig. 49. La representación de las artistas como mujeres modernas

“500 futuras pintoras, escultoras y decoradoras”, *Mundo Argentino*, 16 de noviembre de 1932 (página completa y detalle)



Fig. 50. Las mujeres como “obra de arte”

“En el salón Witcomb. La obra que tiene más admiradores”, *Fray Mocho*, año 9, nº 421, 18 de mayo de 1920



Fig. 51. Diferentes formas de representar a las mujeres

“Sexto salón anual de arte”, *Plus Ultra*, año 1, nº 6, 1916 (página completa y detalle de izquierda a derecha de *María de las Nieves*, de Ana Weiss de Rossi, *Retrato de la señorita M.C.*, de Lía Gismondi, y *Las señoritas*, de Gastón Jarry)

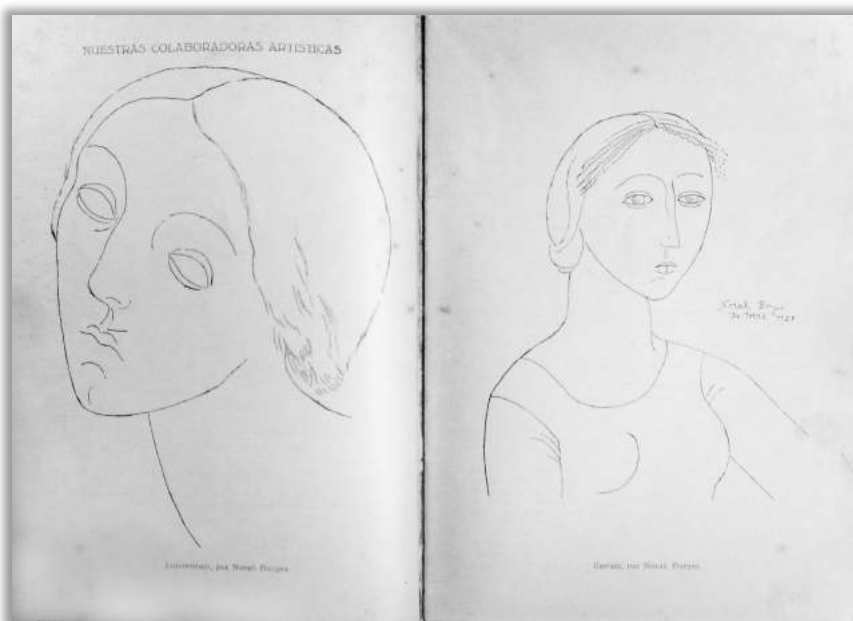


Fig. 52. La intervención de artistas mujeres en la prensa: Norah Borges

“Nuestras colaboradoras artísticas”, *Almanaque de la Mujer*, año 1, nº 1, 1929



Fig. 53. La intervención de artistas mujeres en la prensa: Silvina Ocampo

“Los dibujos de la señorita Silvina Ocampo”, *Augusta*, año 3, n° 24, 1920

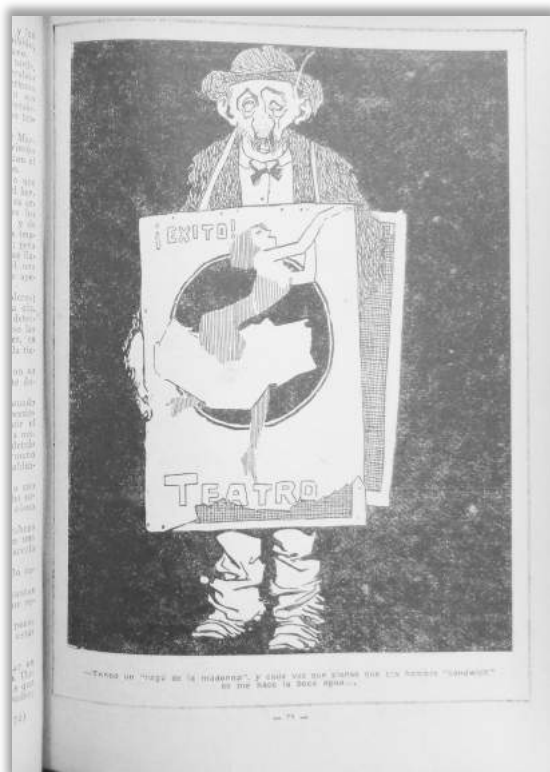


Fig. 54a. Las representaciones de mujeres en el espacio visual

“Tengo un ‘ragú de la madonna’ y cada vez que pienso que soy hombre ‘sandwich’ se me hace agua la boca”, *Gran Guñón*, año 1, n° 20, 12 de enero de 1923



Fig. 54b. Las representaciones de mujeres en el espacio visual

“Un hombre”, *Atlántida*, año 7, n° 359, 26 de febrero de 1925



Fig. 54c. Las representaciones de mujeres en el espacio visual

“El cuarto poder”, *Plus Ultra*, año 3, nº 21, enero de 1918



Fig. 55. Las representaciones de mujeres como contenido gráfico: la publicidad

Publicidad de Editorial Labor, *Columbia*, año 1, nº 2, 19 de mayo de 1925

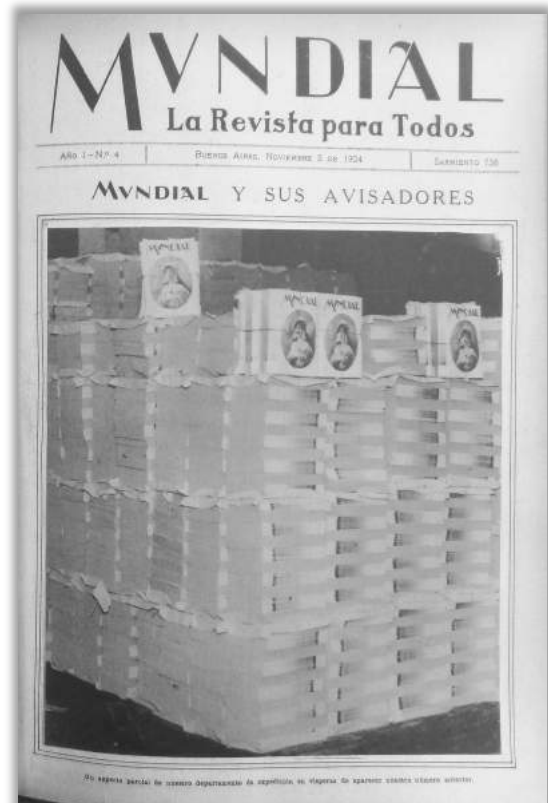


Fig. 56. Las representaciones de mujeres como contenido gráfico: las portadas de revistas

“Mundial y sus avisadores-Un aspecto parcial de nuestro departamento de expedición en vísperas de aparecer nuestro número anterior”, *Mundial. La revista para todos*, año 1, nº 4, 5 de noviembre de 1924



Fig. 57a. Asociación del concepto “venta” al signo “mujer”

La Novela Picaresca, año 1, n° 14, 7 de mayo de 1919

Fuente: Ibero-Amerikanisches Institut

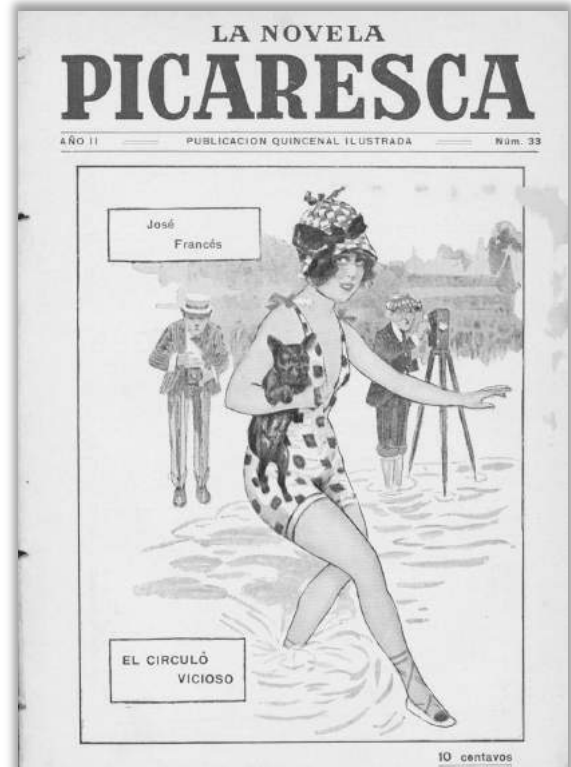


Fig. 57b. Asociación del concepto “venta” al signo “mujer”

La Novela Picaresca, año 2, n° 33, 4 de febrero de 1920

Fuente: Ibero-Amerikanisches Institut

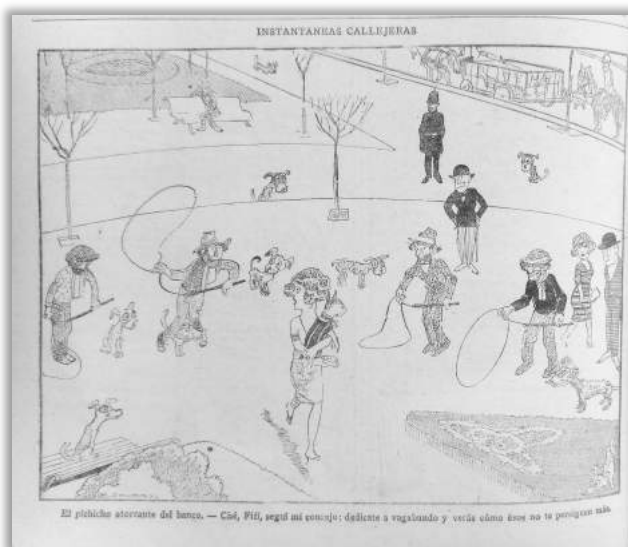


Fig. 58a. Las mujeres como centro de todas las miradas

“Instantáneas callejeras”, *Iris*, año 2, n° 77, 26 de agosto de 1921



Fig. 58b. Las mujeres como centro de todas las miradas

“Sexo débil”, *El Suplemento*, año 10, n° 321, 31 de julio de 1929



Fig. 59a. Dispositivos de representación de las mujeres en el espacio gráfico

“Novias” y “Sra. Susana del Campillo de Mitre”, *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 2, 22 de octubre de 1924



Fig. 59b. Dispositivos de representación de las mujeres en el espacio gráfico

“Señorita Cristina Beristayn. Señora Eloísa Oyuela de Novaro”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 482, 30 de enero de 1913



Fig. 59c (izquierda). Dispositivos de representación de las mujeres en el espacio gráfico

“María Carlota Cortejarena”, *Plus Ultra*, año 12, n° 138, octubre de 1927

Fig. 59d (derecha). Dispositivos de representación de las mujeres en el espacio gráfico

“Galería de damas argentinas”, *Plus Ultra*, año 4, n° 146, 26 de enero de 1910



Fig. 60. Las representación de las mujeres como superficie

“Una tarde en casa”, *Plus Ultra*, año 9, n° 96, abril de 1924



Fig. 61. La representación de las mujeres como imagen

“Bibelot”, *La Novela Semanal*, año 13, n° 615, 26 de agosto de 1929



Fig. 62a. Compresión del espacio pictórico

Ilustración de Vidal Quera para “La mujer de mundo”, *El Suplemento*, año 3, n° 25, marzo de 1922

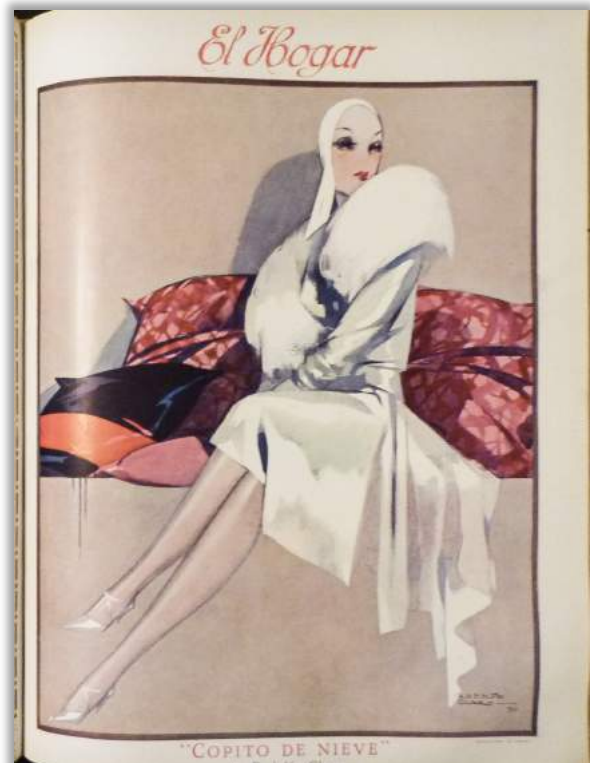


Fig. 62b. Compresión del espacio pictórico

“Copito de nieve”, *El Hogar*, año 26, n° 1076, 30 de mayo de 1930



Fig. 63a. Compresión del espacio pictórico

“Ensueño”, *Atlántida*, año 12, n° 593, 22 de agosto de 1929



Fig. 63b. Compresión del espacio pictórico

Mundo Argentino, año 16, n° 819, 29 de septiembre de 1926

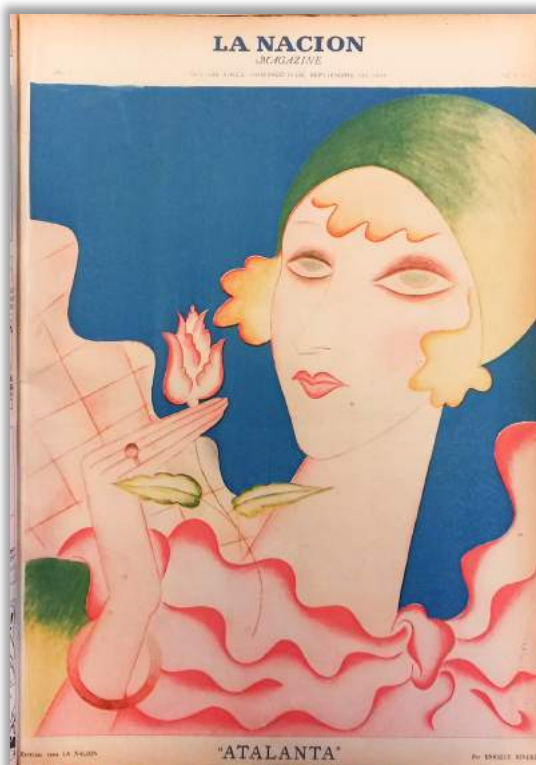


Fig. 63c. Compresión del espacio pictórico

“Atalanta”, *La Nación Magazine*, año 1, n° 11, 13 de septiembre de 1929



Fig. 64. El énfasis en la representación de las mujeres como superficie visual: la mujer ante el espejo

Femenil, año 2, n° 30, 5 de abril de 1926



Fig. 65. El énfasis en la representación de las mujeres como superficie visual: la mujer ante el espejo

“Palu viste a las novias porteñas con arte inimitable”, ilustración de Vidal Quera, *Vogue*, vol. 11, n° 64, abril de 1926



Fig. 66a. La comprensión del espacio pictórico también en la representación de mujeres en el exterior

“¿Qué es el chic?”, *Femenil*, año 2, n° 38, 31 de mayo de 1926



Fig. 66b. La comprensión del espacio pictórico también en la representación de mujeres en el exterior

Para Ti, año 2, n° 38, 30 de enero de 1923



Fig. 67. Borramiento de los indicadores espaciales

“Figuritas”, *El Suplemento*, año 7, n° 146, 24 de marzo de 1926



Fig. 68a. Borramiento de los indicadores espaciales

“Señora Sara Figueroa de Agote”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 481, 15 de enero de 1913



Fig. 68b. Borramiento de los indicadores espaciales

“Cómo debe adornarse una mujer”, *Mundial. La revista para todos*, año 2, n° 18, 11 febrero de 1925



Fig. 68c. Borramiento de los indicadores espaciales

Publicidad de Polvos Leichner e ilustración del cuento “La embalsamada”, *El Suplemento*, año 3, n° 23, enero de 1922



Fig. 68d. Borramiento de los indicadores espaciales

Publicidad de Gath & Chaves, *Vida Ilustrada*, año 3, n° 58, 20 de diciembre de 1919



Fig. 68e. Borramiento de los indicadores espaciales

“Serenidad”, *La Novela Semanal*, año 13, n° 611, 29 de julio de 1929



Fig. 69. La representación de las mujeres como superficie en un espacio abstracto

“Mlle. Marie Damia”, *Elegancias*, año 3, n° 31, mayo de 1913

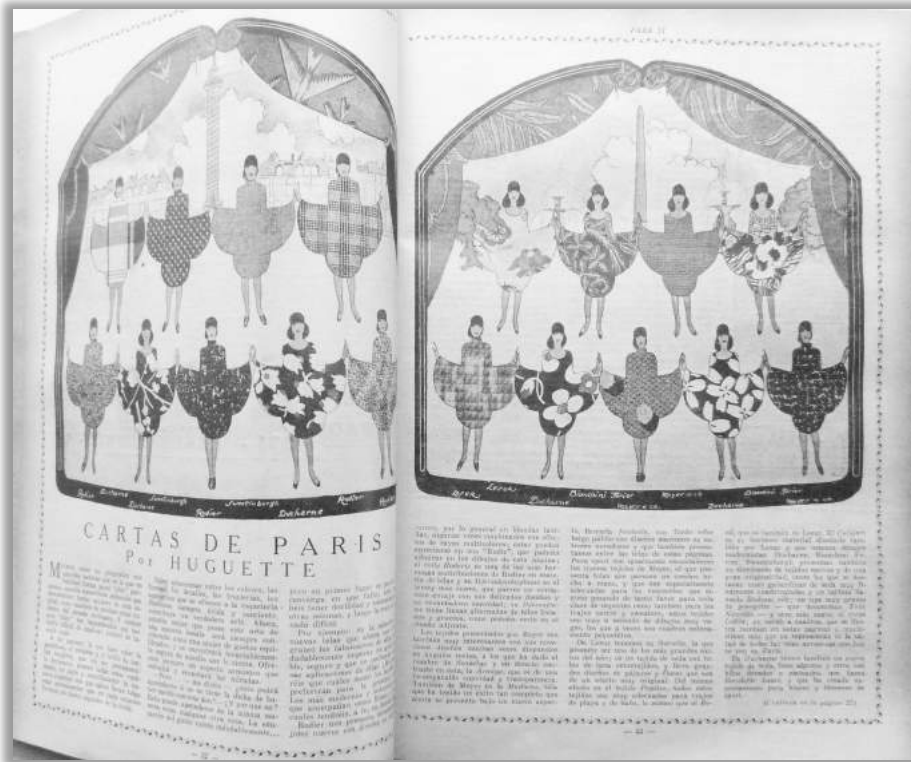


Fig. 70a. La abstracción del cuerpo femenino y su representación como pura visualidad

“Cartas de París”, *Para Ti*, año 8, n° 375, 16 de julio de 1929



Fig. 70b. La abstracción del cuerpo femenino y su representación como pura visualidad

Sección de moda y portada, *La Mujer y la Casa*, año 7, n° 78, 15 de marzo de 1926



Fig. 70c. La abstracción del cuerpo femenino y su representación como pura visualidad

“Creaciones de *La Novela Semanal*”,
La Novela Semanal, año 13, nº 612, 5 de agosto de 1929

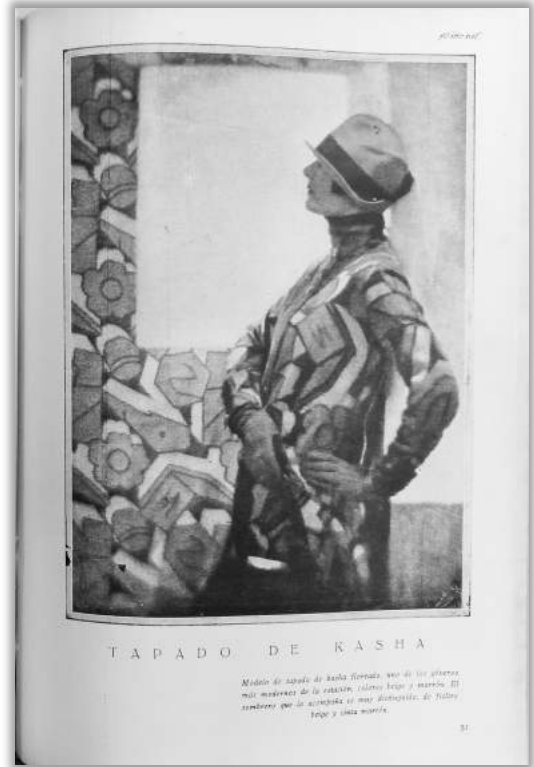


Fig. 70d. La abstracción del cuerpo femenino y su representación como pura visualidad

“Tapado de Kasha”, *Femenil*, año 2, nº 49, 15 de septiembre de 1926



Fig. 71. Un contraejemplo en la representación de hombres

Publicidad de pianos Bechstein, *El Hogar*,
año 24, nº 990, 5 de octubre de 1928

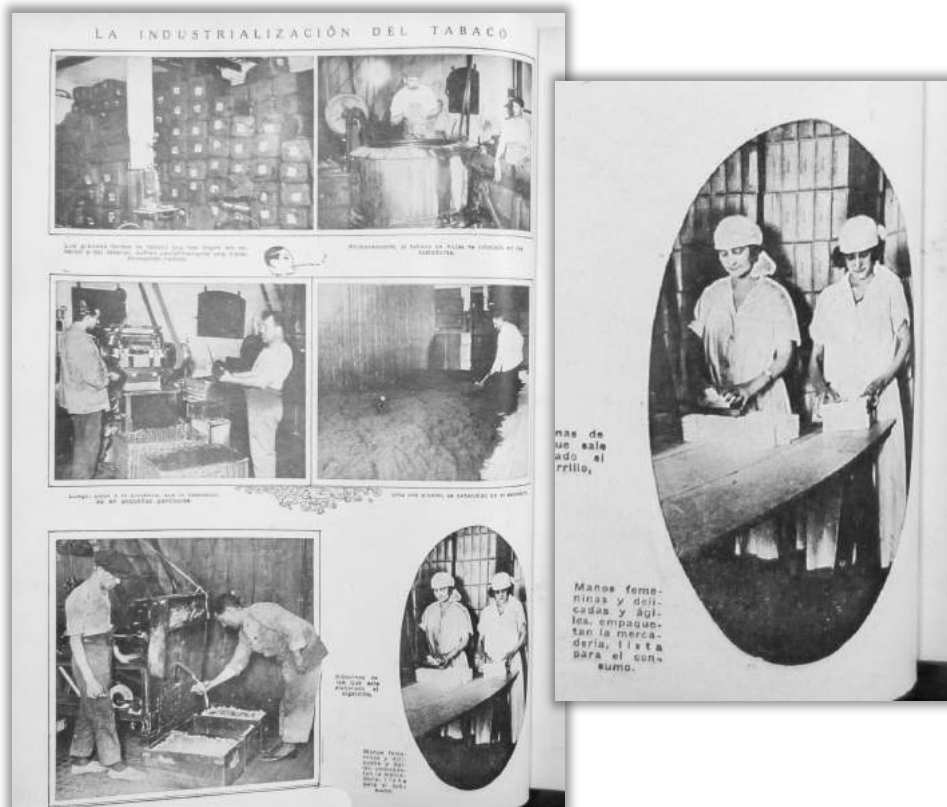


Fig. 72. Diferencias en la representación de hombres y mujeres en el espacio de trabajo

“La industrialización del tabaco”, *Atlántida*, año 7, n° 352, 8 de enero de 1925



Fig. 73. El espacio mental: las mujeres como consumidoras desenfrenadas

“El moderno pensador”, *Iris*, año 2, n° 80, 16 de septiembre de 1921



Fig. 74. El espacio mental desplegado a través de la lectura

La Novela Semanal, año 13, n° 610, 22 de julio de 1929

Apéndice 2

Detalle de publicaciones periódicas consultadas

1. *Acción Obrera. Órgano oficial del Sindicato Obrero de la Industria del Mueble*, Buenos Aires, 1924-1930

Frecuencia mensual, 8 páginas en papel prensa impresas a una tinta, ilustraciones a una tinta en algunos números, sin datos de formato ni de circulación (posiblemente por suscripción).

Consultado en microfilm en el Cedinci

2. *Aconcagua. Revista mensual ilustrada*, Buenos Aires, 1930-1936?

Frecuencia mensual, entre 162 y 210 páginas por número, formato 20 × 27,5 cm, cubierta en cartulina a color e interior en papel prensa o papel ilustración a una tinta con algunas páginas a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 30 centavos en Capital y 40 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, tirada de 100.000 ejemplares (según año 1, n° 1), director: Félix O. Foullier, colaboraciones de Benito Lynch, Ana Merwin, Ada Negri, Ricardo Gutiérrez, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Fundación Espigas y la Biblioteca Nacional Mariano Moreno

3. *Almanaque de la Mujer. Literario, enciclopédico, artístico, informativo y mundano*, Buenos Aires, 1929-1930

Frecuencia anual, entre 450 y 464 páginas por número, formato aproximado 15 × 21 cm, cubierta en papel ilustración a color e interior en papel ilustración a una tinta con algunas páginas a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 2,50 pesos en Argentina, suscripciones en el exterior, director: Carlos A. Leumann, colaboraciones de Norah Borges, Silvina Ocampo, Alfonso Reyes, Rosalina Coelho Lisboa, Delfina Bunge, María Rosa Oliver, Horacio Oyhanarte, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Fundación Pan-Klub-Museo Xul Solar

4. *Almanaque Peuser*, Buenos Aires, 1888-?

Frecuencia anual, 224 páginas aprox., formato 24 × 31 cm, cubierta en cartulina a color a dos tintas con cuño dorado e interior en papel ilustración a dos tintas con algunas páginas a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, sin datos de circulación, editor: Jacobo Peuser, colaboraciones de Eduardo del Saz, Antoni Utrillo, Ricardo Sáenz Hayes, José María Salaverría, Julián de Charras, Alejandro Sirio, Mario Bravo, entre otros.

Consultada en papel en la Fundación Espigas (solo ejemplar de 1913)

5. *América Hispana. Revista mensual ilustrada*, Buenos Aires, 1920

Frecuencia mensual, 68 páginas, formato 20 × 25,5 cm, cubierta en papel ilustración a color e interior en papel ilustración a una tinta, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 1 peso en Argentina, 1 peso en el exterior, director: Julián de Charras, colaboraciones de Gregorio Martínez Sierra, José María Salaverría, Salvador Rueda, Condesa de Pardo Bazán, Ángel de Estrada, Valentín de Pedro, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Academia Argentina de Letras y digital en el Ibero-Amerikanisches Institut

6. *Arte y Trabajo. Revista regional ilustrada*, Bahía Blanca, 1915?-1944?

Frecuencia mensual, 52 páginas, formato 20 × 27, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, sin datos de circulación, impresor: Jannelli Hermanos, colaboraciones de Antonio López Cal, Catulle Mendes, Belisario Roldán, Felipe Trigo, entre otros.

Consultada en papel en la Academia Argentina de Letras (solo n° 163-164, octubre-noviembre de 1928)

7. *Athéna. Revista mensual ilustrada de intercambio intelectual argentino-francés*, Buenos Aires, 1928-?

Frecuencia mensual, 80 páginas, formato 26 × 35 cm, cubierta en cartulina a color con cuño dorado, interior en papel ilustración a una tinta con algunas páginas a color, fotografías, ilustraciones y reproducción de obras artísticas (pegadas sobre cartulina), precio de venta 2 pesos en Capital y 2 pesos en el interior y el exterior, directora: Emilia M. de Lemoine, textos en español y francés, colaboraciones de Adela García Salaberry, Felipe A. Fernández, Ángel Acuña, C. A. López Blomberg, Álvaro Melián Lafinur, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Academia Argentina de Letras

8. *Athinae. Revista mensual de arte. Órgano del Centro de Estudiantes de Bellas Artes*, Buenos Aires, 1908-1911

Frecuencia mensual, 32 páginas aprox., formato 18,5 × 27 cm, cubierta en papel prensa a una tinta, interior en papel prensa o papel ilustración a una tinta según número, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 30 centavos en Capital, 35 centavos en el interior y 20 centavos en peso oro en el exterior, director: Mario A. Canale, colaboraciones de Godofredo Daireaux, Ernesto de la Cárcova, Alejandro Ghigliani, Enrique Gómez Carrillo, Martín Malharro, Manuel Ugarte, Eduardo Schiaffino, entre otros.

Consultada en papel en la Fundación Espigas

9. *Atlántida. Ilustración semanal argentina*, Buenos Aires, 1918-1970?

Frecuencia semanal, entre 52 y 62 páginas por número, formato 22,5 × 32 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a una tinta, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos en Capital y 25 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, en 1933 se publicita en la edición extraordinaria de *El Diario* junto a las demás publicaciones de la editorial con una tirada (entre todas) de 2.250.000 ejemplares, publicada por la Editorial Atlántida, director: Constancio C. Vigil, colaboraciones de Juan José de Soiza Reilly, Lino Palacio, José María Lozano Mouján, Juan Torrendell, entre otros, numerosas colaboraciones con seudónimo y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Fundación Espigas y la Biblioteca Nacional (años 1918, 1920-1922, 1925, 1929)

10. *Augusta. Revista de arte*, Buenos Aires, 1918-1920?

Frecuencia mensual, 100 páginas aprox., formato 20 × 28,5 cm, primeros números con cubierta en cartulina a una tinta e interior en papel prensa a una tinta, luego cubierta en papel ilustración a dos tintas e interior en papel ilustración a una tinta, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 1 peso en Capital, 1,25 pesos en Sud

América, director: Franz Van Riel, colaboraciones de M. Rojas Silveyra, Marco Sibelius, Fernán Félix de Amador, José Santos Gollán, entre otros.

Consultada en papel en la Fundación Espigas

11. *Bandera Proletaria. Órgano de la Unión Sindical Argentina*, Buenos Aires, 1922-1930

Frecuencia diaria y luego quincenal, 4 páginas, papel prensa a una tinta, ilustraciones a una tinta en algunos números, sin datos de formato ni de circulación, directores: Alejandro Silvetti, Leopoldo Alonso, Sebastián Ferrer.

Consultado en microfilm en el Cedinci

12. *Búcaro Americano. Periódico de las Familias*, Buenos Aires, 1896-1908

Frecuencia irregular, cantidad de páginas variable, formato 18 × 24 cm, cubierta e interior en papel prensa a una tinta, fotografías, sin datos de circulación, directora: Clorinda Matto de Turner, colaboraciones de Carolina Freyre, Rubén Darío, Carlos A. Encina, Julio L. Jaimes, entre otros.

Consultada en papel en la Biblioteca del Colegio Nacional de Buenos Aires

13. *Caras y Caretas. Semanario festivo, literario, artístico y de actualidades*, Buenos Aires, 1898-1941

Frecuencia semanal, cantidad de páginas variable, formato 17 × 25 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, 20 centavos en Capital y 25 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, director entre 1910 y 1930: Carlos Correa Luna, colaboraciones de Manuel Mayol, José María Cao, Rubén Darío, Joaquín V. González, Horacio Quiroga, Raquel Adler, Juan Rómulo Fernández, Eduardo del Saz, Juan José de Soiza Reilly, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Fundación Espigas y la Biblioteca Nacional Mariano Moreno, digital en la Biblioteca Nacional de España

14. *Columbia. Ilustración artística sudamericana*, Buenos Aires, 1925-?

Frecuencia quincenal, 46 páginas, formato 27 × 36 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel ilustración a una tinta con algunas páginas a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 50 centavos en Capital y en el interior, 25 centavos de peso oro en el exterior, colaboraciones de Edgardo Garrido Merino, César Carrizo, Jorge Larco, Octavio Fioravanti, Monteiro Lobato, Alfredo R. Bufano, José María Lozano Mouján, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros o publicados anteriormente por otras revistas.

Consultada en papel en la Fundación Espigas

15. *El Carpintero y Aserrador. Órgano del Sindicato de Carpinteros, Aserradores y Anexos*, Buenos Aires, 1921-1930?

Frecuencia mensual, 8 páginas, papel prensa a una tinta, sin datos de formato, ilustraciones en casi todos los números, sin datos de circulación (posiblemente por suscripción), colaboraciones con seudónimo o sin firma.

Consultado en microfilm en el Cedinci

16. *El Cuento Ilustrado*, Buenos Aires, 1918-?

Frecuencia semanal, 24 páginas, formato 13,5 × 22,5 cm, cubierta en papel ilustración a color y a partir del número 13 en papel prensa a dos tintas, interior en papel prensa a una tinta, ilustraciones a una tinta, precio de venta 10 centavos en Capital y en el interior, suscripciones en el exterior, director: Horacio Quiroga hasta el número 4, luego Santiago Maciel, colaboraciones de Juan Pablo Echagüe, Carlos Alberto Leumann, Julio Málaga Grenet, Alejandro Sirio, Víctor Pérez Petit, Juan Peláez, Ricardo Güiraldes, entre otros, a partir del número 14 reproducción de algunas obras extranjeras.

Consultada en papel en la Academia Argentina de Letras

17. *El Hogar. Magazine quincenal de las familias* (en 1910), *Ilustración semanal argentina* (1915 a 1930), Buenos Aires, 1904-1963

En 1910 frecuencia quincenal, 82 páginas aprox., formato 19 × 24,5 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel ilustración a una tinta, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos en Capital, 25 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, editor: Alberto M. Haynes, publicada por la Editorial Haynes, en 1933 se publicita en la edición extraordinaria de *El Diario* junto a las demás publicaciones de la editorial con una tirada (entre todas) de 470.000 ejemplares, colaboraciones de Juan Picón Olaondo, Adriano M. Aguiar, Emilio Carrère, Alejandro R. Rial, Rosa Asplanato, Felipe Oppenheim, Constancio C. Vigil, entre otros, numerosas colaboraciones con seudónimo o sin firma y reproducción de contenidos extranjeros.

En 1915-1918, frecuencia semanal, 50 páginas aprox., formato 26 × 36 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a una tinta, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos en Capital, 25 centavos en el interior, colaboraciones de La Dama Duende (Mercedes Moreno), F. Ortiga Anckermann, Ricardo Santos, Ángel de Hervás, Ramiro de Maeztu, entre otros, numerosas colaboraciones con seudónimo o sin firma y reproducción de contenidos extranjeros.

En 1920-1930, frecuencia semanal, 60 páginas aprox., formato 26 × 36 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a una tinta y a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos en Capital, 25 centavos (a fines de los años veinte 30 centavos) en el interior, tirada de 149.851 ejemplares en 1925, colaboraciones de A. Montiel Ballesteros, Ernesto Mach, Olga de Adeler, Pilar de Lusarreta, Edmundo Montage, Carlos María Ocantos, Carlos Alberto Leumann, Julio Rinaldini, Héctor Díaz Leguizamón, entre otros, numerosas colaboraciones con seudónimo o sin firma y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno y en la biblioteca del Museo de la Ciudad

18. *El Obrero Gráfico. Órgano de la Federación Gráfica Bonaerense*, Buenos Aires, 1907-1914

Frecuencia mensual, luego quincenal, luego bimestral, 8 páginas, sin datos de formato, papel prensa a una tinta, ilustraciones a una tinta en algunos números, circulación probablemente por suscripción junto a la cuota social de la Federación (1 peso para hombres, 50 centavos para mujeres), colaboraciones de Carolina Muzzilli y otras colaboraciones con seudónimo.

Consultado en microfilm en el Cedinci

19. *El Plata. Órgano estudiantil dedicado a las familias. Revista ilustrada de letras y actualidades*, 1910-?

Frecuencia mensual, 36 páginas aprox., formato 17,5 × 26,5 cm, cubierta en papel ilustración a una tinta, interior en papel prensa a una tinta, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 10 centavos en Capital y el interior, director: Héctor Tarradellas, colaboraciones de Ramiro de Maeztu, Julio Doblas, Julio Noé, Julián del Valle, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1910-1912)

20. *El Riel Porteño. Publicación mensual de la Compañía de Tranvías Anglo-Argentina*, Buenos Aires, 1925-?

Frecuencia mensual, 40 páginas aprox., formato 14,5 × 22 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel ilustración o papel prensa a una tinta, fotografías e ilustraciones, precio de venta 10 centavos en Capital, colaboraciones de Josué Quesada, Eduardo Talero, Jorge Burton, Enrique Amorim, Carlos Alberto Leumann, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno

21. *El Sol. Magazine ilustrado de actualidad. Publicación quincenal. Órgano argentino, impulsor de las ciencias tendientes al cultivo de la salud y mejoramiento de la especie humana*, Buenos Aires, 1928-?

Frecuencia quincenal, 46 páginas, formato 18 × 27 cm y 20 × 29 cm en números sucesivos, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a color, fotografías e ilustraciones, suscripción trimestral 1,20 pesos en Capital y en el interior, suscripciones en el exterior, director: Dr. Nigro-Basciano, colaboraciones de Miguel Mérida, E. Martín Montilla, José Ingenieros, Herminio Losada, Concha Espina, Marcelo G. Estévez, entre otros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno

22. *El Suplemento. Revista mensual editada por La Novela Semanal*, Buenos Aires, 1920-?

Frecuencia mensual, luego quincenal, luego semanal, 68 páginas en 1922, 154 páginas en 1926, 128 páginas en 1929, formato 17 × 25 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a color o en sepia, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, 20 centavos en Capital, 25 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, director: Miguel Sans, colaboraciones de César Carrizo, Juan José de Soiza Reilly, Mario Bravo, Belisario Roldán, Héctor Pedro Blomberg, Carlos Muzzio Sáenz Peña, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1922, 1926, 1929)

23. *Elegancias*, París, 1911?-?

Frecuencia mensual, 64 páginas, formato 24 × 33 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel ilustración a una tinta con algunas páginas a color, páginas de publicidad en papel ilustración de menor gramaje, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 1 franco en Francia, 1,5 francos en el exterior, director literario: Rubén Darío, colaboraciones de Maurice Vaucaire, Antonio G. de Linares, Marie Bertin, Miguel A. Otero, Carmen Karr, Germán Gómez de la Mata, Juan de Becon, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1913 y 1914)

24. *Femenil. Ilustración semanal argentina*, Buenos Aires, 1925-?

Frecuencia semanal, 70 páginas, formato 22 × 29 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel ilustración o papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos en Capital, 25 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, director: Adolfo I. Cuneo, colaboraciones de Pedro Sanguinetti, Luis A. Valle, María Luisa Molina López, Julia Pazano, Enrique M. Níger, Álvaro Real, entre otros, numerosas colaboraciones con seudónimo o sin firma, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1925, 1926, 1929)

25. *Fray Mocho. Semanario festivo, literario, artístico y de actualidad*, Buenos Aires, 1912-1932?

Frecuencia semanal, en 1916 70 páginas, en 1920 38 páginas, en 1927 40 páginas, en 1916 formato 17 × 25,5 cm; en 1920 26 × 34,5 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos en Capital, 25 centavos en el interior (se menciona también edición de lujo a 40 y 50 centavos respectivamente), suscripciones en el exterior, director: Carlos Correa Luna, colaboraciones de Juan B. Ambrosetti, José María Cao, Luis Pardo, Juan José de Soiza Reilly, Ángel Falco, Enrique M. Ruas, Félix Lima, Vicente Blasco Ibáñez, entre otros, numerosas colaboraciones con seudónimo o sin firma, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno y la Fundación Espigas y digital en el Ibero-Amerikanisches Institut (números de 1913, 1914, 1915, 1916, 1920, 1925, 1927)

26. *Gran Guiñol. Semanario popular ilustrado*, Buenos Aires, 1922-1923

Frecuencia semanal, 82 páginas, formato 15 × 22 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a una tinta, fotografías a ilustraciones, precio de venta 20 centavos en Capital, 25 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, publicada por la Editorial Atlántida, colaboraciones de Javier de Viana, Jorge Auriol, Ada Negri, Enrique Corradini, entre otros, y numerosos artículos y viñetas extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno

27. *Idea Latina. Revista quincenal*, Buenos Aires, 1923-?

Frecuencia quincenal, 96 páginas aprox., formato 14 × 22,5 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a una tinta, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos en Capital, director: V. D. Caranci, colaboraciones de Clemente Onelli, Alberto Gerchunoff, Emilio Zuccarini, Félix Ortiz y San Pelayo, entre otros, textos en español e italiano y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1923 y 1924)

28. *Ideas y Figuras. Revista semanal de crítica y arte*, Buenos Aires, 1909-1916

Frecuencia semanal, 16 páginas, formato 17,5 × 25,5 cm, cubierta en papel ilustración a una tinta, interior en papel prensa o papel ilustración a una tinta, fotografías e ilustraciones, precio de venta 20 centavos, director: Alberto Ghirardo, colaboraciones de Eduardo Holmberg, Juan

Hohmann, Ruy de Lugo-Viña, Juan Alonso, Almafuerte, Faustino Brughetti, Juan Mas y Pi, Atilio Boveri, José de Maturana, José María Cao, entre otros, y reproducción de algunos contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno y en la Academia Argentina de Letras (números de 1909 a 1913)

29. *Iris. Semanario popular*, a partir del nº 79 *Semanario humorístico*, Buenos Aires, 1920-1922?

Frecuencia semanal, en 1920 16 páginas, en 1921 24 páginas aprox., formato 22,5 × 32 cm, de los números 1 a 24 cubierta en papel prensa coloreado a una tinta, a partir del número 25 cubierta en papel ilustración o en papel prensa a una tinta, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a una tinta, fotografías e ilustraciones, precio de venta 10 centavos en Capital y en el interior, suscripciones en el exterior, publicada por la Editorial Atlántida, director: Constancio C. Vigil, colaboraciones de Carmen S. de Pandolfini, Javier de Viana, Julián J. Bernat, J. Luque Lobos, entre otros, colaboraciones con seudónimo y reproducción de contenidos extranjeros (en los primeros números reproducción de ficciones breves de autores clásicos).

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno

30. *Ilustración Histórica*, Buenos Aires, 1911

Frecuencia mensual, 24 páginas aprox., formato 28 × 40 cm, cubierta en cartulina a color con cuños dorados, interior en papel ilustración o papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a color (tricromías de Weiss & Preusche), fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 2 pesos en Capital, 2,5 pesos en el interior, suscripciones en el exterior, director: Adolfo P. Carranza, colaboraciones de Clemente L. Fregeiro, Pedro I. Caraffa, entre otros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno

31. *Ilustración Histórica Argentina*, Buenos Aires, 1908-1910

Frecuencia mensual, 30 páginas aprox., formato 29 × 40 cm, cubierta en cartulina a tres tintas, interior en papel ilustración a una o dos tintas con páginas de publicidad de menor gramaje al principio y al final y algunas páginas en papel ilustración a color (tricromías de Weiss & Preusche), fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, 2 pesos en Capital, 2,50 pesos en el interior, suscripciones en el exterior, director: Adolfo P. Carranza, colaboraciones sin firma.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno

32. *La Ilustración Sud-Americana. Revista quincenal ilustrada de las repúblicas sud-americanas*, Buenos Aires, 1892-1917?

Frecuencia quincenal, en 1898 24 páginas, en 1910 hasta 1917 20 páginas, formato 28 × 39 cm, cubierta en papel ilustración o cartulina a una o dos tintas, interior en papel ilustración a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a dos tintas, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta en 1898 1,25 pesos en Capital e interior, en 1910 1 peso, suscripción anual en el exterior 10 pesos oro, director: F. Conte Mac Donnell, luego Miguel A. Pichot, luego Ramón M. de Iribas, colaboraciones de Francisco García Calderón, Jaime M. Olombrada, Luis de Oteyza, Enrique Gómez Carillo, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Academia Nacional de la Historia, la Biblioteca Nacional Mariano Moreno y la Fundación Espigas (números de 1897, 1898, 1900-1902, 1910, 1913, 1915, 1917)

33. *La Mujer y la Casa. Revista mensual*, Buenos Aires, 1918-?

Frecuencia mensual, en 1923 36 páginas, en 1926 32 páginas, formato 18,5 × 27 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel ilustración o en papel prensa a una tinta con algunas páginas a color o dos tintas, ilustraciones y algunas pocas fotografías, precio de venta de edición de lujo 50 centavos en Capital y en el interior, edición popular 30 centavos en Capital y en el interior, suscripciones en el exterior, fundador: Magne de la Croix, director: J. F. B. Neild, colaboraciones firmadas con seudónimo y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1923, 1924, 1926)

34. *La Nación Magazine*, Buenos Aires, 1929-?

Frecuencia semanal, 42 páginas, formato 27,5 × 39 cm, cubierta en cartulina o papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, suscripción mensual 2,30 pesos en Capital, 2,50 pesos en el interior, suscripción anual en el exterior 36 pesos oro, editada por el diario *La Nación*, colaboraciones de María Hollebecque, Arturo S. Mom, Antonio Pérez Valiente de Moctezuma, Norah Borges, Julio Navarro Monzó, Émile Vuillermoz, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno

35. *La Nota. Revista semanal pro naciones aliadas*, Buenos Aires, 1914-1921?

Frecuencia semanal, 26 páginas, formato 18,5 × 28 cm, cubierta en papel ilustración a una tinta, interior en papel prensa a una tinta, pocas fotografías e ilustraciones, 20 centavos en Capital y en el interior, suscripciones en el exterior, director: Emir Emin Arslan, colaboraciones de Alfonsina Storni, Enrique Banchs, Emilio Becher, Alberto Gerchunoff, Ricardo Güiraldes, Ramiro de Maeztu, Atilio Chiappori, C. Correa Luna, Álvaro Melián Lafinur, Ramón Columba, entre otros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno y digital en el Ibero-Amerikanisches Institut

36. *La Novela Picaresca. Publicación quincenal ilustrada*, Buenos Aires, 1918-1921?

Frecuencia quincenal, 20 páginas, sin datos de formato, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta, pocas ilustraciones, precio de venta 10 centavos, colaboraciones de Felipe Trigo, Ramón del Valle Inclán, Eduardo Zamacois, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en digital en el Ibero-Amerikanisches Institut

37. *La Novela Semanal*, Buenos Aires, 1917-1953?

Frecuencia semanal, entre 76 y 86 páginas aprox., hasta 1926 formato 12 × 20,5 cm, a partir del número 70 de noviembre de 1926 25 × 35 cm, cubierta en cartulina a color, interior en papel prensa y papel ilustración a una tinta con algunas páginas a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, hasta noviembre de 1926 10 centavos en Capital y en el interior, a partir del número 70 20 centavos en Capital, 25 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, director: Miguel Sans, colaboraciones de Conrado Nalé Roxlo, César Carrizo, Mirtha Barbería, Margot Guezuraga, Dora Sophie, Elsa Norton, Julián de Charras, Estanislao Zeballos, Josué Quesada, entre otros, numerosas colaboraciones con seudónimo y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno y digital en el Ibero-Amerikanisches Institut (números de 1917, 1920, 1925, 1926, 1929)

38. *La Protesta. Suplemento semanal*, Buenos Aires, 1922-1930

Frecuencia semanal hasta 1926, luego quincenal, sin datos de formato, papel prensa a una tinta, ilustraciones a una tinta en casi todos los números, precio de venta 10 centavos, directores: Emilio López Arango y Diego Abad de Santillán, colaboraciones de Miguel Ángel Cantone, Zamora, Emilio Verhaeren, Vicente Medina, Sebastian Faure, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en microfilm en el Cedinci

39. *La Semana Universal*, Buenos Aires, 1912-?

Frecuencia semanal, 50 páginas aprox., formato 19,5 × 28 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel ilustración a una tinta, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos en Capital y 25 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, en 1912 se anuncia un número extraordinario con tirada de 100.000 ejemplares, suscripción anual en el exterior 18 pesos, director: Juan Antonio Cavestany, colaboraciones de Vittorio Pica, Ángel María Castell, Jean Orth, Juan de Bécon, entre otros, algunas colaboraciones con seudónimo y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno

40. *La Vida Moderna. Semanario-magazine argentino*, Buenos Aires, 1907-?

Frecuencia semanal, en 1907 entre 30 y 42 páginas, en 1912 76 páginas, en 1907-1910 formato 25 × 37,5 cm, en 1912 17 × 25,5 cm, cubierta en papel prensa a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel prensa a color, fotografías e ilustraciones, precio de venta en 1907 10 centavos en Capital y en el interior; en 1910 15 centavos, suscripciones en el exterior, directores: Arturo y Aurelio Giménez Pastor, luego J. Pérez Carmena, colaboraciones de José de Roure, Marcos de Obregón, José de Maturana, Carlos Lenguas, numerosas colaboraciones sin firma y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1907, 1910, 1912)

41. *Letras Argentinas. Revista mensual ilustrada*, Buenos Aires, 1915-?

Frecuencia mensual, 32 páginas, formato 16 × 23 cm, cubierta en papel ilustración a una tinta, interior en papel prensa a una tinta, fotografías e ilustraciones, suscripción trimestral 1 peso en Capital y en el interior, suscripciones en el exterior, director: Edmundo Montagne y Félix M. Ugarteche, colaboraciones de José J. Biedma, Ricardo Jaimes Freyre, Roberto J. Payró, Ernesto Mario Barreda, Belisario J. Montero, entre otros.

Consultada en papel en la Academia Argentina de Letras

42. *Los Pensadores. Revista de selección universal* (hasta 1922), *Revista de selección ilustrada. Arte, crítica y literatura*, Buenos Aires, 1924-1926

Frecuencia quincenal, 46 páginas, formato aprox. 14 × 22 cm, cubierta en cartulina a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a una o dos tintas, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos en Capital y en el interior, suscripciones en el exterior, director: Antonio Zamora, colaboraciones de Almafuerte, Elías Castelnuovo, Guillermo Facio Hebequer, José Ingenieros, Miguel de Unamuno, Leónidas Barletta, José Arato, Carlos Alberto Leumann, Evaristo Carriego, Alfonsina Storni, entre otros, algunas colaboraciones con seudónimo y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en el Cedinci

43. *Lux. Revista quincenal ilustrada*, Buenos Aires, 1923-?

Frecuencia quincenal, 18 páginas, formato 18 × 26,5 cm, cubierta en papel ilustración a una o dos tintas, interior en papel prensa o papel ilustración a una tinta, fotografías e ilustraciones, precio de venta 10 centavos en Capital, colaboraciones de Federico García Sanchiz, Ventura García Calderón, Lola Chichizola Coelho, Julio Rufo, Ulises Petit de Murat, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Academia Argentina de Letras

44. *Mundial Magazine. Arte, ciencias, historia, teatro, actualidades, modas*, París, 1911-1914

Frecuencia mensual, 96 páginas aprox., formato 17,5 × 24,5 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel ilustración a una tinta, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 1 peso en París, 1,50 pesos en el exterior, director literario: Rubén Darío, director artístico: Leo Merelo, colaboraciones de Manuel Gálvez, Alberto Ghirardo, Enrique Larreta, Enrique Gómez Carrillo, Roberto Montenegro, Eduardo Talero, Antonio G. de Linares, entre otros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1912-1914)

45. *Mundial. La revista para todos*, Buenos Aires, 1924-?

Frecuencia semanal, 94 páginas aprox., formato 19,5 × 28 cm, cubierta en papel ilustración o cartulina a color, interior en papel prensa a una tinta y en papel ilustración a una tinta con algunas páginas a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos en Capital, 25 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, tirada de 100.000 ejemplares, colaboraciones de Luis de la Jara, José León Suárez, Hortensio Maris, Francisco Romero, Leopoldo Torre Ríos, Magne de la Croix, Francisco Vidal Quera, Cayetano Córdova Iturburu, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1924 y 1925)

46. *Mundo Argentino. Semanario popular ilustrado*, Buenos Aires, 1911-1959

Frecuencia semanal, en 1912-1915 entre 24 y 30 páginas aprox., en 1926 48 páginas aprox., en 1912 formato 28 × 38,5 cm, en 1926 27 × 34,5 cm, en 1912 cubierta en papel ilustración a una tinta, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a una tinta, en 1926 cubierta en cartulina a color, interior en papel prensa a una tinta, fotografías e ilustraciones, precio de venta 10 centavos en Capital y en el interior, suscripciones en el exterior, tirada de 55.000 ejemplares en 1912, publicada por la Editorial Haynes, en 1933 se publicita en la edición extraordinaria de *El Diario* junto a las demás publicaciones de la editorial con una tirada (entre todas) de 470.000 ejemplares, colaboraciones de Herminia C. Brumana, Carlos Iburguren, José M. Braña, Miguel P. Tato, Raimundo Robles, Marta Larroque, Carmen S. de Pandolfini, entre otros, algunas colaboraciones con seudónimo y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1912, 1915, 1920, 1926)

47. *Myriam. Revista ilustrada. Arte, literatura, crónicas sociales, beneficencia, sports*, Buenos Aires, 1915-1919?

Frecuencia mensual, entre 52 y 56 páginas, formato 23 × 31,5 cm, cubierta en cartulina a color con cuño dorado, interior en papel ilustración a una o dos tintas con algunas páginas en papel ilustración a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas (algunas

pegadas sobre cartulina), precio de venta 1 peso en Capital, 1,50 pesos en el interior, 2 pesos en el extranjero, directores: Luis Bravo Taboada y Marcelo Pecan del Sar, colaboraciones de E. Álvarez Dumont, Monseñor Miguel de Andrea, Hernán Cullen Ayerza, Ángel de Estrada, Ricardo Rojas, José Luis Cantilo, Pelele, Carlos E. Zuberbühler, entre otros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno y en la Academia Argentina de Letras

48. *Nativa. Revista mensual ilustrada*, Buenos Aires, 1924-1937

Frecuencia mensual, 48 páginas, formato 17,5 × 25,5 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en cartulina y papel ilustración a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, suscripción anual a la edición de lujo 4,80 pesos en Capital y en el interior, precio de venta del número suelto de la edición popular 20 centavos en Capital y en el interior, suscripciones en el exterior, director: Julio Díaz Usandivaras, director artístico: Daniel Marcos Agrelo, colaboraciones de Martiniano Leguizamón, Miguel A. Camino, Emma Solá de Sola, Emilio Solanet, Carlos Stutz, J. Z. Agüero Vera, José Juan Bianchi, entre otros, y reproducción de contenidos aparecidos en otras publicaciones.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno y en digital en el Ibero-Amerikanisches Institut

49. *Nuestra Causa. Revista mensual del movimiento feminista*, Buenos Aires, 1919-1921

Frecuencia mensual, entre 22 y 26 páginas, formato 18 × 26,5 cm, cubierta en papel ilustración a una o dos tintas, interior en papel ilustración hasta número 17, luego en papel prensa a una tinta, en 1921 cambia portada, fotografías, algunas ilustraciones y algunas reproducciones de obras artísticas, suscripción semestral 1,50 pesos en Argentina, 1 peso oro en el exterior, directora: Petrona Eyle, luego Julia García Games, colaboraciones de Adela García de Salaberry, Virgilia Sánchez, Julio P. Guevara, David Peña, María Abella de Ramírez, Blanca C. de Hume, Julia García Games, Paulina Luisi, Alicia Moreau de Justo, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Obrera Juan B. Justo

50. *Nuestra Tribuna. Quincenario femenino de ideas, arte, crítica y literatura*, Necochea, Tandil y Buenos Aires, 1922-1925

Frecuencia quincenal, 4 páginas, sin datos de formato, papel prensa a una tinta, incorpora ilustraciones en el número del 1° de Mayo de 1923, suscripción semestral 1,20 pesos, tirada: 1500 ejemplares en los dos primeros números, 4000 a partir del tercer número, directora: Juana Rouco Buela, redactoras: Fidela Cuñado, Teresa Fernández, María Fernández, colaboraciones de Josefa Luisa Ghiano, Alicia Urdínez, Adela Dux, Sara Scheer, Margarita Martelli, entre otras.

Consultada en microfilm en el Cedinci y en la edición facsimilar compilada por Elsa Calzetta

51. *Nueva Era. Revista socialista ilustrada*, Buenos Aires, 1914-?

Frecuencia quincenal, luego semanal, 48 páginas, formato 18 × 26 cm, cubierta en papel ilustración a una tinta, interior en papel ilustración y luego en papel prensa a una tinta, fotografías, ilustraciones y algunas reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos y luego 10 centavos, director: Juan F. Mantecón, colaboraciones de Francisco Dagnino, Fernando de Andreis, Alicia Moreau, Felipe Villanueva, Alejandro Ruzo, Víctor Huergo, Oscar At, entre otros, e ilustraciones de Mistingo y Taborda.

Consultada en papel en la Biblioteca Obrera Juan B. Justo (números de 1914)

52. *Olympia. Revista quincenal ilustrada*, Buenos Aires, 1927-?

Frecuencia quincenal, 62 páginas, formato 27 × 36 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos en Capital, 30 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, publicada por la Editorial Olympia de Publicaciones Argentinas, colaboraciones de María A. Hevia, Héctor Pedro Blomberg, Luis Marín Loya, Adela del Valle, Bartolomé Galíndez, César Carrizo, Susana Montiel, Ernesto Morales, Augusto Lenzoni, entre otros, numerosas colaboraciones sin firma o con seudónimo y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1929)

53. *Páginas de Columba. Revista argentina ilustrada*, Buenos Aires, 1922-?

Frecuencia cada tres semanas, 34 páginas más suplemento infantil, formato 19 × 27,5 cm, portada en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta, ilustraciones, precio de venta 20 centavos en Capital, 25 centavos en el interior, director: Ramón Columba, colaboraciones de Muñiz, Martín Gil, Félix Lima, Rosa Jasminoy Mariesch, Edmundo Peixoto, entre otros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1923, 1924, 1926)

54. *Para Ti. Todo lo que interesa a la mujer*, Buenos Aires, 1922-actualidad

Frecuencia semanal, en 1922 42 páginas; en 1924 62 páginas, en 1925 82 páginas, en 1926 98 páginas, en 1929 110 páginas, formato 22 × 31 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a una tinta, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 20 centavos en Capital, 25 centavos en el interior, 20 centavos de peso oro en el exterior, publicada por la Editorial Atlántida, en 1933 se publicita en la edición extraordinaria de *El Diario* junto a las demás publicaciones de la editorial con una tirada (entre todas) de 2.250.000 ejemplares, directora: María Morrison de Parker, luego Matilde Vélaz Palacios, colaboraciones de Carmen S. de Pandolfini, Ada de la Peña, Pedro Mille, Adelia di Carlo, Lucía Guillermain Eyler, María del Carmen Guzmán, Constancio C. Vigil, Ciro Torres López, entre otros, ilustraciones de Goldschmidt, Rosarivo, Marchisio, entre otros, numerosas colaboraciones con seudónimo o sin firma, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1922, 1923, 1924, 1925, 1926, 1929)

55. *PBT. Semanario infantil ilustrado para niños de 0 a 80 años*, Buenos Aires, 1904-1918

Frecuencia semanal, 104 páginas aprox., formato 12,5 × 23 cm, cubierta en papel ilustración o cartulina a color, interior en papel prensa a una tinta con algunas páginas en papel ilustración a una tinta o a color, fotografías e ilustraciones, precio de venta de edición corriente 20 centavos en Capital, 25 centavos en el interior, edición de lujo 40 centavos en Capital, 50 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, director: Eustaquio Pellicer, luego Eduardo A. Holmberg, colaboraciones de Luis María Jordán, Julio S. Canata, Santiago Dallegrí, Josué Quesada, F. A. Barroetaveña, Pablo Ducros, V. Serrano Clavero, entre otros, colaboraciones con seudónimo o sin firma, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1904, 1910)

56. *Plus Ultra. Suplemento de Caras y Caretas*, Buenos Aires, 1916-1930

Frecuencia mensual, entre 42 y 48 páginas y algunos números extraordinarios de entre 52 y 68 páginas, formato 25 × 35 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel ilustración a una tinta o a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 1 peso en Capital y en el interior, 50 centavos de peso oro en el exterior, director: Manuel Mayol, luego Juan Alonso, luego Eduardo Álvarez, colaboraciones de Juan José de Soiza Reilly, Alberto Gerchunoff, Mercedes Moreno, Martín S. Noel, Eduardo del Saz, Lola Pita Martínez, Julio Málaga Grenet, Alejandro Sirio, Amado Nervo, Ricardo Rojas, Antonio Pérez-Valiente, entre otros, algunas colaboraciones con seudónimo o sin firma.

Consultada en papel en la Biblioteca del Museo Nacional de Bellas Artes, la Fundación Espigas y la Biblioteca Nacional Mariano Moreno

57. *Proa. Revista de renovación literaria*, Buenos Aires, 1922-1923 (primera época)

Frecuencia irregular, 6 páginas, sin datos de formato, ilustraciones a una tinta, sin datos de circulación, director: Jorge Luis Borges y Macedonio Fernández, colaboraciones de Norah Borges, Norah Lange, Eduardo González Lanuza, Guillermo de Torre, Roberto A. Ortelli, Manuel Maples Arce, Guillermo Juan, entre otros.

Consultada en edición facsimilar de la Fundación Bartolomé Hidalgo en la Fundación Espigas

58. *Revista del Consejo Nacional de Mujeres de la República Argentina. Órgano de las sociedades incorporadas y de las sub-comisiones*, Buenos Aires, 1901-?

Frecuencia irregular, cantidad de páginas variable, formato aproximado 17 × 26 cm, cubierta e interior en papel ilustración a una tinta, muy pocas fotografías, sin datos de circulación, colaboraciones de Carmen S. de Pandolfini, Elia M. Martínez, Gilberta S. de Kurth, Carolina L. de Argerich, Julia Moreno de Moreno, Belén de Tezanos de Oliver, Fanny C. de Cantón, entre otras.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1915-1929)

59. *Riqueza Argentina. Economía-finanzas-comercio-industria*, Buenos Aires, 1927-?

Frecuencia semanal, 68 páginas aprox., formato 19 × 26,5 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel ilustración a una tinta, fotografías e ilustraciones, precio de venta 30 centavos en Capital y en el interior, suscripciones en el exterior, publicada por la Editorial Haynes, casi todas las colaboraciones sin firma.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1928)

60. *Sport Ilustrado*, Buenos Aires, 1922-?

Frecuencia quincenal, 12 páginas, formato 22 × 30,5 cm, cubierta en papel ilustración a una tinta, interior en papel ilustración a una tinta, fotografías e ilustraciones, precio de venta 20 centavos, director: Augusto de Muro, colaboraciones de Alberto Rescuing, Alejandro Leibovich, Julio Navarro Monzó, N. Magnanini, Ernesto Escobar Bavio, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno

61. *Tit-Bits. Revista argentina ilustrada de todo lo más interesante, útil y ameno de los libros, periódicos y colaboradores del mundo*, Buenos Aires, 1909-1957?

Frecuencia semanal, 24 páginas, formato 24,5 × 33,5 cm, cubierta en papel prensa a color, interior en papel prensa a una tinta, fotografías e ilustraciones, precio de venta 10 centavos en Capital y en el interior, suscripción semestral 2,50 pesos oro en el exterior, tirada de casi 100.000 ejemplares en 1910, en 1933 se publicita en la edición extraordinaria de *El Diario* como “la revista de mayor tiraje”, director: Rodolfo de Puga, colaboraciones con seudónimo o sin firma y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1910, 1913, 1926)

62. *Unión y Labor. Revista mensual. Órgano del progreso femenino y protección del niño*, Buenos Aires, 1909-1913

Frecuencia mensual, entre 26 y 32 páginas, formato 17,5 × 23 cm, cubierta en papel ilustración a una tinta, interior en papel prensa o papel ilustración a una tinta, fotografías, precio de venta 50 centavos en Capital y en el interior, colaboraciones de Margarita Rothkoff, Andrea Moch, Ersilia Maino, Matilde T. Flairoto, Sara Justo, Petrona Eyle, Ernesto Nelson, Elvira López, Agustín Álvarez, Concepción Arenal, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Obrera Juan B. Justo

63. *Vida Ilustrada. Revista semanal de informaciones, literatura y arte*, Buenos Aires, 1918-?

Frecuencia semanal, 24 páginas, formato 21,5 × 30 cm, cubierta en papel ilustración a una o dos tintas, interior en papel ilustración a una tinta, fotografías e ilustraciones, precio de venta 10 centavos en Capital, 15 centavos en el interior, suscripciones en el exterior, propietario: Barón Joey de Coppin, publicación por acuerdo con la Life Publishing Company de Nueva York, colaboraciones de Eduardo F. Lattanzio, Edgardo E. Auzón, Romeo Fernando Camera, Julio Martínez Ruiz, Santiago Dallegri, José Santos Chocano, Vicente Medina, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1919-1920)

64. *Vida Porteña. Semanario magazine ilustrado*, Buenos Aires, 1913-?

Frecuencia semanal, 16 páginas, formato 28 × 33 cm, cubierta en papel prensa a una tinta, interior en papel prensa a una tinta y en ocasiones algunas páginas en papel ilustración a una tinta, fotografías e ilustraciones, precio de venta 10 centavos en Capital y en el interior, suscripciones en el exterior, publicada por la Empresa Mendivil, director: Eladio Mendivil, colaboraciones de Benito J. Castaño, Silverio Manco, Alberto Posen, numerosas colaboraciones sin firma y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1917, 1918, 1920)

65. *Vogue*, Buenos Aires, 1920-?

Frecuencia mensual, 66 páginas en 1921; en 1926 entre 116 y 154 páginas, formato 24 × 31 cm, cubierta en papel ilustración a color, interior en papel ilustración a una tinta con algunas páginas de publicidad a color, fotografías, ilustraciones y reproducciones de obras artísticas, precio de venta 1 peso en Capital, 1,40 pesos en el interior, suscripciones en el exterior, artículos en español y en francés, edición local del diario *La Nación* por acuerdo con Condé Nast, director: Carlos D. Viale, director artístico: Julio Málaga Grenet, colaboraciones de

Fausto Burgos, Condesa de Noailles, Henri Bidou, Franz Reichel, Francisco Vidal Quera, Helen Dryden, Man Ray, Edward Steichen, Jean Gallotti, entre otros, y reproducción de contenidos extranjeros.

Consultada en papel en la Biblioteca Nacional Mariano Moreno (números de 1921, 1922, 1926)

Índice de imágenes

Capítulo 1

- Fig. 1.** “A la hora del té”, *El Hogar*, año 7, n° 154, 15 de junio de 1910 *Página 451*
- Fig. 2.** “Crónica de la moda”, *El Hogar*, año 7, n° 146, 15 de febrero de 1910 *451*
- Fig. 3.** “La silueta alta y delgada es la característica del vestido de moda”, *Vogue*, vol. 11, n° 66, junio de 1926 *451*
- Fig. 4.** “Notas de Mar del Plata”, *Para Ti*, año 2, n° 36, 16 de enero de 1923 *452*
- Fig. 5a.** Publicidad de cigarrillos 43, *Tit-Bits*, año 4, n° 208, 28 de junio de 1913 *452*
- Fig. 5b.** Publicidad de cigarrillos 43, *Mundial*, año 2, n° 24, abril de 1913 *452*
- Fig. 6.** “Buena y mala manera de traer un traje”, suplemento de moda de *La Ilustración Sud Americana*, [1910] *452*
- Fig. 7a.** “Página amena”, *Femenil*, año 1, n° 53, 13 de septiembre de 1926 *453*
- Fig. 7b.** “Hay que saber anunciar. Mujer joven y bonita se ofrece para mucama”, *Tit-Bits*, año 4, n° 204, 3 de mayo de 1913 *453*
- Fig. 8.** “Por los presos”, *Bandera Proletaria. Órgano de la Unión Sindical Argentina*, año 4, [número ilegible], 1925 *453*
- Fig. 9.** “Proletarios”, *El Carpintero y Aserrador*, noviembre de 1922 *453*
- Fig. 10.** “Coqueteos”, *La Protesta*, 10 de abril de 1922 *454*
- Fig. 11.** Publicidad de tienda Artola y Sánchez y artículo “Las trabadas”, *PBT*, año 7, n° 291, 25 de junio de 1910 (doble página y detalle) *454*
- Fig. 12.** “Las fantasías de la moda”, *El Hogar*, año 7, n° 151, 30 de abril de 1910 *454*
- Fig. 13.** “La educación de la mujer”, *Myriam*, año 1, n° 1, junio de 1915 *455*
- Fig. 14.** “El tranvía y la moda”, *El Riel Porteño*, año 1, n° 2, septiembre de 1925 *455*
- Fig. 15.** “Siluetas de mujer moderna”, *Femenil*, año 2, n° 19, 18 de enero de 1926 (doble página y detalle) *455*
- Fig. 16.** “La mujer en la Exposición de París”, *Caras y Caretas*, año 3, n° 106, 13 de octubre de 1900 *456*
- Fig. 17.** “Visage de nacre et masque d'ébène”, *Vogue*, vol. 11, n° 66, junio de 1926 *456*
- Fig. 18.** Publicidad de Heno de Pravia, *La Nación Magazine*, año 1, n° 4, 28 de julio de 1929 *456*
- Fig. 19a.** Aviso de Rêve Rose, *El cuento ilustrado*, año 1, n° 1, 12 de abril de 1918 *457*
- Fig. 19b.** Aviso de Petróleo Gal, *Mundial*, año 3, n° 28, agosto de 1913 *457*
- Fig. 19c.** Aviso de Tricófero de Barry, *Elegancias*, año 3, n° 39, enero de 1914 *457*
- Fig. 19d.** Aviso de Específico Boliviano Benguria, *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 12, 31 de diciembre de 1924 *457*
- Fig. 20.** “Miss Bloxam, por Thomas Laurence”, *Para Ti*, año 8, n° 390, 29 de octubre de 1929 *458*
- Fig. 21a.** Matilde y Susana Frías Ayerza recreando el *Autorretrato con su hija*, de E. Vigée-Lebrun, *Femenil*, n° 174, 21 de enero de 1929 *458*
- Fig. 21b.** Marta Rodríguez Alcorta recreando el *Autorretrato*, de E. Vigée-Lebrun, *Femenil*, n° 176, 3 de febrero de 1929 *458*
- Fig. 21c.** Publicidad de colonia Tosca y retrato de Marta Bosch Alvear recreando *La lechera*, de Greuze, *Femenil*, año 4, n° 177, 11 de febrero de 1929 *459*
- Fig. 22.** “La dama de negro”, *Vida Porteña*, año 5, n° 183, 15 de mayo de 1917 *459*
- Fig. 23.** “La danzatrice. Óleo de Domenico Morelli”, *Plus Ultra*, año 15, n° 167, marzo de 1930 *459*
- Fig. 24a.** Publicidad de Polvos Leichner, *Fray Mocho*, año 9, n° 407, 10 de febrero de 1920 *460*
- Fig. 24b.** “Ofrenda galante”, *La Vida Moderna*, año 6, n° 251, 31 de enero de 1912 *460*
- Fig. 24c.** Publicidad de Jabón Reuter, *El Suplemento*, año 7, n° 148, 7 de abril de 1926 *460*
- Fig. 25a.** “Luces de cinelandia”, *Atlántida*, año 12, n° 592, 15 de agosto de 1929 *461*
- Fig. 25b.** “Flor de ceibo”, *La Nación Magazine*, año 1, n° 21, 24 de noviembre de 1929 *461*
- Fig. 26.** Publicidad de Surtido Selecto Bagley, *La Novela Semanal*, año 13, n° 610, 22 de julio de 1929 *461*

- Fig. 27.** Aviso de producto contra el vello, Suplemento de moda de *La Ilustración Sud-Americana* [1910] 462
- Fig. 28.** Publicidad de Lavol, *Fray Mocho*, año 9, n° 408, 17 de febrero de 1920 462
- Fig. 29.** “Son las más puras, las más higiénicas, las más benéficas” Publicidad de mentonera, *Elegancias*, año 3, n° 31, mayo de 1913 462
- Fig. 30.** Publicidad de aparatos de caucho radioactivo, *Vogue*, vol. 11, n° 62, febrero de 1926 462
- Fig. 31.** Publicidad de Radiostat, *El Suplemento*, año 7, n° 144, 10 de marzo de 1926 463
- Fig. 32.** Publicidad de Zello-Punkt, *El Hogar*, año 24, n° 998, 30 de noviembre de 1928 463
- Fig. 33.** Publicidad de Odol, *El Hogar*, año 7, n° 152, 15 de mayo de 1910 463
- Fig. 34.** Publicidad de Elizabeth Arden, *Vogue*, vol. 11, n° 62, febrero de 1926 463
- Fig. 35.** “La lucha de la mujer contra la vejez”, *Plus Ultra*, año 15, n° 168, abril de 1930 464
- Fig. 36a.** “El ómnibus tiene sus ventajas”, *Lux*, año 3, n° 33, 20 de diciembre de 1924 464
- Fig. 36b.** “Cómo será, al paso que vamos, la humanidad en el futuro”, *Páginas de Columba*, año 5, n° 54, 28 de abril de 1926 464
- Fig. 37.** Publicidad de corsés Farcy & Oppenheim, *Elegancias*, año 3, n° 32, junio de 1913 465
- Fig. 38.** Publicidad de fajas Roussel, *Vogue*, vol. 11, n° 66, junio de 1926 465
- Fig. 39.** Publicidad de producto para desarrollar el pecho, *La Vida Moderna*, año 9, n° 195, 17 de enero de 1912 (página completa y detalle) 465
- Fig. 40a.** Aviso de Lotion Étoile, *Vogue*, vol. 11, n° 61, enero de 1926 466
- Fig. 40b.** Aviso de Lotion Étoile, *Atlántida*, año 7, n° 351, 1 de enero de 1925 466
- Fig. 41.** “En la casa del rey de la moda”, *El Hogar*, año 21, n° 819, 26 de junio de 1925 466
- Fig. 42.** “Bellas cultoras del sport”, *Sport Ilustrado*, año 1, n° 16, 10 de noviembre de 1922 466
- Fig. 43.** “Martirios voluntarios. En casa del modisto”, *Plus Ultra*, año 3, n° 21, enero de 1918 467
- Fig. 44a.** Portada, *El Suplemento*, año 3, n° 25, marzo de 1922 467
- Fig. 44b.** “Lid graciosa”, *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 4, 5 de noviembre de 1924 467
- Fig. 45.** Publicidad de tónico reconstituyente Souberain, *Myriam*, año 3, n° 26, octubre de 1918 468
- Fig. 46.** Publicidad de reconstituyente de la sangre Hierro Quina, *Atlántida*, año 7, n° 353, 15 de enero de 1925 468
- Fig. 47.** “La consulta, de Hubert-Denis Etcheverry”, *Plus Ultra*, año 2, n° 13, mayo de 1917 469
- Fig. 48.** Publicidad de Píldoras de Witt para los riñones, *El Suplemento*, año 10, n° 318, 10 de julio de 1929 (publicidad completa y detalle) 469
- Fig. 49.** Rembrandt, *Cristo y los enfermos*, ca. 1648, punta seca sobre papel (detalle) 469
- Fig. 50a.** Publicidad de Hormotone, *Vida Porteña*, año 5, n° 198, 28 de agosto de 1917 470
- Fig. 50b.** Detalle de aviso de Malta Bieckert, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928 470
- Fig. 50c.** Publicidad de Agomensina, *El Hogar*, año 21, n° 819, 26 de junio de 1925 470
- Fig. 50d.** Publicidad de Gardán, *El Hogar*, año 21, n° 815, 29 de mayo de 1925 470
- Fig. 51.** Publicidad de Píldoras de Foster e ilustración del relato “El sacrificio de Estela”, *El Hogar*, año 7, n° 145, 30 de enero de 1910 471
- Fig. 52.** “Lo que veremos. Figurín de moda para el año 1913”, *Mundo Argentino*, año 2, n° 58, 14 de febrero de 1912 471
- Fig. 53.** “Página amena”, *Atlántida*, año 7, n° 356, 5 de febrero de 1925 471
- Fig. 54.** “El porvenir de la raza”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 22, 23 de abril de 1924 472
- Fig. 55.** Publicidad de hojas de afeitar, *Páginas de Columba*, año 2, n° 25, 25 de junio de 1924 472
- Fig. 56.** Publicidad de Quilmes Cristal, *Aconcagua*, año 1, n° 1, enero de 1930 472
- Fig. 57.** “Las niñas a la moda”, *Iris*, año 1, n° 51, 18 de febrero de 1921 472
- Fig. 58.** Publicidad de máquina para confeccionar medias, *Caras y Caretas*, año 16, n° 796, 3 de enero de 1914 473
- Fig. 59.** Publicidad de máquina para confeccionar medias, *Caras y Caretas*, año 25, n° 1264, 23 de diciembre de 1922 473
- Fig. 60.** “La ‘fabriquera’”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 23, 14 de mayo de 1924 474
- Fig. 61.** “Nuestro grabado”, *Nuestra Causa*, año 1, n° 21, enero-febrero-marzo de 1921 474

- Fig. 62.** Publicidad de máquina de escribir Gundka, *El Suplemento*, año 7, n° 150, 21 de abril de 1926 474
- Fig. 63a.** *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 503, 15 de diciembre de 1913 475
- Fig. 63b.** Trabajadoras de la industria tabacalera, *Almanaque Peuser*, 1913 475
- Fig. 64a** “El ideal del feminismo”, *Tit-Bits*, año 4, n° 207, 21 de junio de 1913 476
- Fig. 64b.** “Feminismo”, *Atlántida*, año 5, n° 202, 15 de febrero de 1922 476
- Fig. 65.** “Sara, la sufragista inglesa”, *Tit-Bits*, año 5, n° 223, 4 de octubre de 1913 476
- Fig. 66.** “El sindicato de las mujeres feas”, *Caras y Caretas*, año 15, n° 739, 30 de noviembre de 1912 476
- Fig. 67.** “Club feminista”, *El Plata. Revista ilustrada de letras y actualidades*, año 3, n° 43, 15 de noviembre de 1910 477
- Fig. 68.** “Las elecciones del 23”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 21, 2 de abril de 1924 477

Capítulo 2

- Fig. 1a.** “Las patricias argentinas”, *Plus Ultra*, año 11, n° 122, junio de 1926 *Página 478*
- Fig. 1b.** “El patriotismo de la mujer argentina en la lucha por la independencia”, *Para Ti*, año 8, n° 374, 9 de julio de 1929 478
- Fig. 2.** “Srta. de Wan Braun”, *Lux*, año 3, n° 43, 11 de julio de 1925 479
- Fig. 3.** “Galería de damas argentinas”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 148, 9 de febrero de 1910 479
- Fig. 4.** “Nuestra ‘élite’ en Europa”, *Columbia*, año 1, n° 1, 5 de mayo de 1925 479
- Fig. 5.** “Señorita Leonor Anchorena Uriburu”, *Femenil*, año 2, n° 48, 9 de agosto de 1926 479
- Fig. 6.** “Bellezas argentinas. Srta. Magdalena Castro”, *Plus Ultra*, año 1, n° 4, 1916 480
- Fig. 7a.** “Señora María Julia Martínez de Hoz. Marquesa de Salamanca”, *Myriam*, año 1, n° 3, agosto de 1915 480
- Fig. 7b.** “Señora Enriqueta S. de Estrugamou”, *Plus Ultra*, año 10, n° 105, enero de 1925 480
- Fig. 8a.** “Señora Josefina Pacheco de Riglos Álzaga”, *Myriam*, año 2, n° 9, octubre de 1916 481
- Fig. 8b.** “Señorita María Adela Chaves Gowland”, *Myriam*, año 2, n° 3, abril de 1917 481
- Fig. 8c.** “Nota social. Srta. Otilia Casado Justo”, *Atlántida*, año 5, n° 205, 9 de marzo de 1922 481
- Fig. 8d.** “Srta. María Teresa Santamarina”, *Myriam*, año 4, n° 31, 1919 481
- Fig. 8e.** “Señorita María Rosa Christophersen”, *Plus Ultra*, año 6, n° 68, diciembre de 1921 481
- Fig. 9a.** “Galería social. Sra. Josefina Larreta Anchorena de Zuberbühler”, *La Mujer y la Casa*, año 5, n° 60, 15 de septiembre de 1924 482
- Fig. 9b.** “Siluetas femeninas. Señorita Rita Gutiérrez”, *Caras y Caretas*, año 24, n° 1176, 16 de abril de 1921 482
- Fig. 9c.** “Señorita Carmen Rodríguez Larreta”, *Plus Ultra*, año 5, n° 56, diciembre de 1920 482
- Fig. 9d.** “Señorita Carmen Lynch”, *Plus Ultra*, año 8, n° 85, mayo de 1923 482
- Fig. 10a.** “Luces de cinelandia”, *Atlántida*, año 12, n° 591, 8 de agosto de 1929 483
- Fig. 10b.** “Señorita Nedda Francy. Estrella cinematográfica argentina”, *Plus Ultra*, año 13, n° 149, septiembre de 1928 483
- Fig. 11a.** *Les Modes*, n° 135, marzo de 1912 483
- Fig. 11b.** *Les Modes*, n° 160, 1914 483
- Fig. 12.** Publicidad de Witcomb, *El Mosquito*, 1886 484
- Fig. 13.** Una sátira sobre el retoque fotográfico “Los alegres Goblins”, *Tit-Bits*, año 4, n° 201, 10 de mayo de 1913 (página completa y detalle) 484
- Fig. 14.** Las primeras secciones de retratos femeninos “Perlas”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 8, n° 185, 15 de septiembre de 1900 484
- Fig. 15a.** “Nuestro concurso de belleza”, *La Semana Universal*, año 1, n° 10, 7 de marzo de 1912 485
- Fig. 15b.** “Segundo concurso femenino de belleza”, *Vida Porteña*, año 5, n° 190, 3 de julio de 1917 485
- Fig. 16a.** *Galería de ladrones de la Capital 1880-1887*, Buenos Aires, Imprenta del Departamento de Policía de la Capital, 1887 485

- Fig. 16b.** “Sra. Susana Cabral Hunter de Naón”, *Plus Ultra*, año 5, n° 46, febrero de 1920 485
- Fig. 17.** “Srta. Josefina Udaondo”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 503, 15 de diciembre de 1913 486
- Fig. 18.** “Charla femenina”, *Iris*, año 2, n° 54, 11 de marzo de 1921 (página completa y detalle) 486
- Fig. 19a.** “Sara Hilden, graciosa artista coreográfica que se exhibe en nuestros escenarios de ‘varieté’”, *Iris*, año 1, n° 52, 25 de febrero de 1921 487
- Fig. 19b.** “Carmen de Lerma, aplaudida cantante que actúa con éxito en el Teatro Mayo”, *Vida Porteña*, año 5, n° 209, 13 de noviembre de 1917 487
- Fig. 19c.** “...celebrada artista de la compañía Chéfaló-Palermo, de magia moderna...”, *Vida Porteña*, año 5, n° 183, 15 de mayo de 1917 487
- Fig. 20.** Publicidad de Jugo de Rosas, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928 487
- Fig. 21a.** “María Teresa Pearson Quintana”, *Myriam*, año 1, n° 6, diciembre de 1915-enero de 1916 488
- Fig. 21b.** “Señorita Josefina Díaz Vélez Escalada”, *Plus Ultra*, año 7, n° 75, 7 de julio de 1922 488
- Fig. 21c.** “Nuestro gran mundo”, *El Hogar*, año 15, n° 432, 11 de enero de 1918 488
- Fig. 21d.** “Señorita Mercedes de Alvear”, *Myriam*, año 2, n° 8, junio de 1916 488
- Fig. 22.** “Señorita Elvira Láinez”, *Para Ti*, año 5, n° 228, 21 de septiembre de 1926 489
- Fig. 23a.** “Cuadro oriental formado por la señora Elena Pech de Raynaud y por las señoritas Fany y Teresa Pouchan”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 485, 15 de marzo de 1913 489
- Fig. 23b.** “Señoritas Hortensia Figueroa y Marga Peña”, *Myriam*, año 2, n° 1, febrero de 1917 489
- Fig. 24a.** Obra de Hermen Anglada Camarasa, *Mundial*, año 3, n° 28, agosto de 1913 490
- Fig. 24b.** “Bailaores”, *Atlántida*, año 12, n° 598, 26 de septiembre de 1929 490
- Fig. 25.** “La perla del Colmao” (ilustraciones de Alejandro Sirio), *Caras y Caretas*, año 15, n° 730, 28 de septiembre de 1912 490
- Fig. 26.** “Gitana. Óleo de H. Anglada Camarasa”, *Plus Ultra*, año 3, n° 23, marzo de 1918 490
- Fig. 27.** “LA ARGENTINA, bailarina eximia”, *Femenil*, año 2, n° 31, 12 de abril de 1926 491
- Fig. 28.** “Una fiesta española en el Cervantes”, *El Hogar*, año 25, n° 1001, 21 de diciembre de 1928 491
- Fig. 29.** “En el gran mundo porteño-Ecos gráficos de la gran fiesta dada la pasada quincena por los Sres. de Alvear”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 18, n° 431, 15 de diciembre de 1910 491
- Fig. 30a.** “Señorita Adela de la Torre”, “Señorita Isabel Pearson Quintana de Anchorena”, “Señorita Esther Olivera Canal”, *El Suplemento*, año 7, n° 151, 28 de abril de 1926 492
- Fig. 30b.** “Señorita Juana Isabel Salas”, *Plus Ultra*, año 14, n° 155, 31 de marzo de 1929 492
- Fig. 31.** “Antaño”, *Myriam*, año 2, n° 9, octubre de 1916 492
- Fig. 32.** “El mantón de Manila”, *La Nación Magazine*, año 1, n° 23, 8 de diciembre de 1929 492
- Fig. 33a.** “Muerte de la tía Rosa a los 133 años de edad”, *Caras y Caretas*, año 5, n° 209, 4 de octubre de 1902 493
- Fig. 33b.** “Las industrias del pasado”, *Caras y Caretas*, año 20, n° 1003, 22 de diciembre de 1917 493
- Fig. 34.** “Melenas”, *Páginas de Columba*, año 2, n° 31, 29 de octubre de 1924 493
- Fig. 35a.** “Mi amita”, *Myriam*, año 2, n° 7, noviembre de 1917 494
- Fig. 35b.** “La amita”, *Plus Ultra*, año 3, n° 28, agosto de 1918 494
- Fig. 36.** Aviso de Maison Adhémar, *Myriam*, año 2, n° 11, diciembre de 1916 494
- Fig. 37.** Publicidad de Los Dos Chinos, *El Hogar*, año 24, n° 990, 5 de octubre de 1928 494
- Fig. 38a.** “La porteña de ayer en la calle”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928 495
- Fig. 38b.** “Remembranzas”, *La Novela Semanal*, año 12, n° 549, 21 de mayo de 1928 495
- Fig. 39.** “Jazz-band”, *Idea Latina*, año 1, n° 8, 1 de abril de 1924 495
- Fig. 40.** “Escenas en la campaña de la Provincia de Buenos Aires-Originales de J. L. Pallière 1866”, *Ilustración Histórica Argentina*, año 2, n° 9, 1 de agosto de 1909 (página completa y detalle) 496
- Fig. 41a.** *Nativa*, año 1, n° 1, enero de 1924 496
- Fig. 41b.** “Atanasilda, por Javier de Viana”, *Gran Guñol*, año 1, n° 34, 20 de abril de 1923 496
- Fig. 41c.** “Ven, mi gallarda morocha...”, *La Semana Universal*, año 1, n° 22, 30 de mayo de 1912 497
- Fig. 41d.** *El Cuento Ilustrado*, año 1, n° 3, 26 de abril de 1918 497

- Fig. 41e.** *Mundo Argentino*, año 16, n° 824, 3 de noviembre de 1926 497
- Fig. 42.** “La patroncita rubia”, *El Hogar*, año 25, n° 1001, 21 de diciembre de 1928 (página completa y detalle) 497
- Fig. 43.** “María Esther Podestá de Pomar (...) vistiendo el traje que encarna el alma nativa”, *Vida Porteña*, año 5, n° 184, 22 de mayo de 1917 498
- Fig. 44.** “Sol mendocino. Decoración de Miñones de la Serna”, *Columbia*, año 1, n° 8, 11 de agosto de 1925 498
- Fig. 45.** Emilio Centurión, *Venus criolla*, 1934, óleo sobre tela, 18,5 x 13 cm, Museo Nacional de Bellas Artes 498
- Fig. 46.** *Riqueza Argentina*, año 1, n° 20, 20 de enero de 1928 499
- Fig. 47.** “La selva y el indio”, *Plus Ultra*, año 8, n° 91, noviembre de 1923 499
- Fig. 48.** “El hombre que exploró la Patagonia”, *Vida Ilustrada*, año 2, n° 46, 13 de septiembre de 1919 (página completa y detalle) 499
- Fig. 49.** “Los trabajadores indígenas del norte”, *Caras y Caretas*, año 17, n° 825, 25 de julio de 1914 500
- Fig. 50.** “Ambiente de toldería”, *Caras y Caretas*, año 22, n° 1106, 13 de diciembre de 1919 500
- Fig. 51a.** “Santiagueñas tejiendo”, *Ilustración Histórica*, año 1, n° 2, mayo de 1911 501
- Fig. 51b.** “De tierra adentro”, *Caras y Caretas*, año 24, n° 1182, 28 de mayo de 1921 501
- Fig. 52.** “Página artística. India toba”, *Femenil*, año 2, n° 18, 11 de enero de 1926 502
- Fig. 53.** “Los indios del Chaco. Su vida y costumbres”, *Plus Ultra*, año 15, n° 170, junio de 1930 502
- Fig. 54a.** “El doctor Lobos en Jujuy”, *Caras y Caretas*, año 14, n° 668, 22 de julio de 1911 502
- Fig. 54b.** Una comitiva de indios osagos con el presidente Coolidge, *Atlántida*, año 7, n° 359, 26 de febrero de 1925 502
- Fig. 55a.** *El Hogar*, año 13, n° 294, 21 de mayo de 1915 503
- Fig. 55b.** *Mundo Argentino*, año 16, n° 807, 7 de julio de 1926 503
- Fig. 56.** *La Semana Universal*, año 1, n° 27, 4 de julio de 1912 503
- Fig. 57.** *Atlántida*, año 5, n° 205, 9 de marzo de 1922 503
- Fig. 58.** Aviso de cigarrillos Centenario, *PBT*, año 7, n° 288, 4 de junio de 1910 504
- Fig. 59.** *Iris*, año 2, n° 64, 20 de mayo de 1921 504
- Fig. 60.** “Srta. Lola Lacroze”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 18, n° 430, 30 de noviembre de 1910 504
- Fig. 61.** *Fray Mocho*, año 9, n° 422, 25 de mayo de 1920 504
- Fig. 62.** *La Vida Moderna*, año 4, n° 163, 25 de mayo de 1910 505
- Fig. 63.** “La ‘toilette’ de la República”, *PBT*, año 7, n° 285, 7 de mayo de 1910 505
- Fig. 64.** “La Argentina”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 18, n° 430, 30 de abril de 1910 505
- Fig. 65a.** *Ilustración Histórica Argentina*, año 1, n° 1, 1 de diciembre de 1908 506
- Fig. 65b.** *Ilustración Histórica Argentina*, año 2, n° 7, 25 de mayo de 1909 506
- Fig. 66.** *La Ilustración Sud-Americana*, año 8, n° 178, 28 de mayo de 1900 506
- Fig. 67.** “La revolución argentina de 1890”, *América Hispana*, año 1, n° 1, julio de 1920 506
- Fig. 68.** *Caras y Caretas*, año 13, n° 607, 25 de mayo de 1910 507

Capítulo 3

- Fig. 1a.** “El chic femenino de ayer y hoy”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928
Página 508
- Fig. 1b.** “El saludo”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928 508
- Fig. 2a.** “Danza satánica” y “Remordimiento”, obras de Faustino Brughetti, *Ideas y Figuras*,
año 1, n° 6, 29 de junio de 1909 508
- Fig. 2b.** “Apuntes por Mateo Alonso-Angustia”, *Ideas y Figuras*, año 2, n° 24, 26 de enero de
1910 509
- Fig. 2c.** “Mujeres... Gibson”, *Ideas y Figuras*, año 1, n° 11, 20 de agosto de 1909 509
- Fig. 3a.** *Los Pensadores*, año 4, n° 108, 24 de marzo de 1925 509

- Fig. 3b.** “Bellas artes. Eva”, *Los Pensadores*, año 3, n° 101, 16 de diciembre de 1924 509
- Fig. 4a.** “Lirios y rosas”, *El Plata. Revista ilustrada*, año 3, n° 48, 15 de abril de 1911 510
- Fig. 4b.** “Galería de damas argentinas”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 148, 9 de febrero de 1910 510
- Fig. 5.** “Ayer y hoy”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928 510
- Fig. 6a.** “De la vida intensa”, *Fray Mocho*, año 9, n° 408, 17 de febrero de 1920 510
- Fig. 6b.** Publicidad de la novela *Marimar*, *La Semana Universal*, año 1, n° 16, 18 de abril de 1912 511
- Fig. 6c.** “Musas de Florida”, *Páginas de Columba*, año 1, n° 14, 7 de noviembre de 1923 511
- Fig. 6d.** “Ensueño”, *Femenil*, año 1, n° 53, 13 de septiembre de 1926 511
- Fig. 6e.** “La lectora romántica”, *El Hogar*, año 26, n° 1068, 4 de abril de 1930 511
- Fig. 7a.** *Tit-Bits*, año 2, n° 50, 18 de junio de 1910 512
- Fig. 7b.** Aviso de suscripción de *América Hispana*, año 1, n° 2, agosto de 1920 512
- Fig. 7c.** Aviso para captar anunciantes, *Aconcagua*, año 1, n° 5, mayo de 1930 512
- Fig. 7d.** Publicidad de Congoleum, *Atlántida*, año 5, n° 202, 15 de febrero de 1922 512
- Fig. 8a.** “Crónica semanal”, *La Semana Universal*, año 1, n° 22, 30 de mayo de 1912 513
- Fig. 8b.** “La curiosidad es el umbral de la cultura”, aviso de suscripción en *Aconcagua*, año 1, n° 1, enero de 1930 513
- Fig. 9.** “1899-Mar del Plata-1928”, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928 (doble página y detalle) 513
- Fig. 10.** Aviso de máquinas de coser Naumann, *El Hogar*, año 21, n° 816, 24 de abril de 1925 514
- Fig. 11.** “Una pintora argentina. María Elena Bertrand” (izquierda) y “El acontecimiento social” (derecha), *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 11, 24 de diciembre de 1924 514
- Fig. 12.** “Una centenaria”, *PBT*, año 7, n° 291, 25 de junio de 1910 514
- Fig. 13a.** “El sábado en el Club Belgrano”, *Lux*, año 3, n° 36, 14 de febrero de 1925 515
- Fig. 13b.** “Salida de misa”, *Lux*, año 3, n° 36, 14 de febrero de 1925 515
- Fig. 14a.** “Notas femeninas” y aviso de tienda La Imperial, *Fray Mocho*, año 3, n° 117, 24 de julio de 1914 515
- Fig. 14b.** “Baile en el Club Social de Belgrano” y suplemento femenino, *Olympia*, año 3, n° 34, 20 de febrero de 1929 516
- Fig. 15a.** *Mundial*, año 3, n° 35, marzo de 1914 516
- Fig. 15b.** *Myriam*, año 2, n° 2, marzo de 1917 517
- Fig. 15c.** *Plus Ultra*, año 11, n° 118, 28 de febrero de 1926 517
- Fig. 15d.** *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 498, 30 de septiembre de 1913 518
- Fig. 15e.** *Columbia*, año 1, n° 8, 11 de agosto de 1925 518
- Fig. 16a.** *Tit-Bits*, año 2, n° 29, 22 de enero de 1910 518
- Fig. 16b.** *Vida Porteña*, año 5, n° 199, 4 de septiembre de 1917 518
- Fig. 16c.** *PBT*, año 7, n° 267, 1 de enero de 1910 519
- Fig. 17.** *La Vida Moderna*, año 9, n° 195, 17 de enero de 1912 519
- Fig. 18.** “Galería de *La Vida Moderna*”, *La Vida Moderna*, año 4, n° 151, 2 de marzo de 1910 520
- Fig. 19.** *Vida Porteña*, año 5, n° 182, 8 de mayo de 1917 520
- Fig. 20.** “Arte fotográfico”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 18, n° 414, 30 de marzo de 1910 520
- Fig. 21a.** *Vogue*, vol. 12, n° 67, julio de 1926 521
- Fig. 21b.** *Olympia*, año 3, n° 35, 6 de marzo de 1929 521
- Fig. 22.** Ilustración de Norah Borges para *Proa*, año 1, n° 3, julio de 1923 521
- Fig. 23.** “¿Qué groseros son los hombres!”, *Olympia*, año 3, n° 37, 10 de abril de 1929 521
- Fig. 24.** Publicidad de medias Kayser, *La Nación Magazine*, año 1, n° 1, 7 de julio de 1929 522
- Fig. 25.** Publicidad de productos Calber, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928 522
- Fig. 26.** Publicidad de Ocacia, *Olympia*, año 13, n° 592, 15 de agosto de 1929 522
- Fig. 27a.** Sección de moda, *La Mujer y la Casa*, año 5, n° 62, 15 de noviembre de 1924 523
- Fig. 27b.** Sección de moda, *Femenil*, año 2, n° 20, 25 de enero de 1926 523
- Fig. 27c.** Sección de moda, *Vogue*, vol. 11, n° 63, marzo de 1926 523
- Fig. 28a.** Sección de moda, *Femenil*, año 2, n° 34, 3 de mayo de 1926 524
- Fig. 28b.** Sección de moda, *Femenil*, año 2, n° 24, 22 de febrero de 1926 524

- Fig. 29a.** Aviso de máquina de lavar y planchar, *El Hogar*, año 7, n° 153, 1 de junio de 1910 525
- Fig. 29b.** Aviso de General Electric, *Almanaque de la Mujer*, año 1, n° 1, 1929 525
- Fig. 30a.** Aviso de Bazar Inglés, *La Semana Universal*, año 1, n° 20, 16 de mayo de 1912 525
- Fig. 30b.** Aviso de Cassels. & Co., *El Hogar*, año 24, n° 991, 12 de octubre de 1928 526
- Fig. 31.** Aviso de Compañía Primitiva de Gas, *Olympia*, año 3, n° 32, 16 de enero de 1929 526
- Fig. 32a.** Aviso de aspiradoras Electrolux, *Plus Ultra*, año 9, n° 96, abril de 1924 527
- Fig. 32b.** Aviso de General Electric, *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928 527
- Fig. 33.** Publicidad de Compañía Hispanoamericana de Electricidad, *Plus Ultra*, año 11, n° 124, agosto de 1926 527
- Fig. 34.** Publicidad de Compañía Hispanoamericana de Electricidad, *Aconcagua*, año 1, n° 8, agosto de 1930 528
- Fig. 35.** “La primera cana”, *Iris*, año 2, n° 83, 7 de octubre de 1921 528
- Fig. 36.** Publicidad de Crème Activa, *Elegancias*, año 3, n° 40, febrero de 1914 (página completa y detalle) 528
- Fig. 37.** “Apuntes de primavera”, *Páginas de Columba*, año 1, n° 15, 28 de noviembre de 1923 529
- Fig. 38.** Publicidad de Hierro Nuxado, *Fray Mocho*, año 9, n° 417, 20 de abril de 1920 529
- Fig. 39.** Aviso de la Unión Feminista Nacional, *Nuestra Causa*, año 1, n° 8, 10 de diciembre de 1919 529
- Fig. 40.** “Delicias del hogar. ¡Qué gil a cuadros fui al pedir el sábado inglés!” *Fray Mocho*, año 9, n° 412, 16 de marzo de 1920 530
- Fig. 41.** *El Plata*, año 2, n° 42, 15 de octubre de 1910 530
- Fig. 42.** “En la playa de moda. El día de una mundana”, *Iris*, año 2, n° 61, 29 de abril de 1921 530
- Fig. 43.** “Las porteñitas se levantan por ‘categoría’”, *Iris*, año 2, n° 73, 29 de julio de 1921 530
- Fig. 44a.** “Una mujer ‘económica’... sabe aprovechar las liquidaciones”, *Iris*, año 2, n° 76, 19 de agosto de 1921 531
- Fig. 44b.** *Aconcagua*, año 1, n° 4, abril de 1930 531
- Fig. 45.** Publicidad de Corsetería París, *La Novela Semanal*, año 13, n° 619, 23 de septiembre de 1929 531
- Fig. 46.** “Las modas antiguas y modernas”, *Páginas de Columba*, año 1, n° 18, 30 de enero de 1924 532
- Fig. 47.** *Nuestra Tribuna*, año 3, n° 32, 1 de julio de 1924 532
- Fig. 48.** “Una cliente... como hay muchas (dibujo modernista)”, *Tit-Bits*, año 4, n° 210, 12 de julio de 1913 532
- Fig. 49.** *Nuestra Tribuna*, año 2, n° 18, 1 de mayo de 1923 533
- Fig. 50.** “Escuela S. Comercial de Mujeres de la Nación. Nuevas peritos mercantiles”, *Mundial. La revista para todos*, año 2, n° 20, 25 de febrero de 1925 533
- Fig. 51.** Publicidad de Longvie, *Aconcagua*, año 1, n° 11, diciembre de 1930 534
- Fig. 52.** “La mujer del futuro tendrá el marido que guste”, *El Hogar*, año 24, n° 997, 23 de noviembre de 1928 534

Capítulo 4

- Fig. 1.** Portada de *Para Ti*, año 5, n° 217, 6 de julio de 1926 *Página* 535
- Fig. 2.** *La Ilustración Sud-Americana*, año 8, n° 184, 28 de agosto de 1900 535
- Fig. 3.** Suplemento de moda de *La Ilustración Sud-Americana*, 1910 535
- Fig. 4.** “A la hora del té”, *El Hogar*, año 7, n° 158, 30 de agosto de 1910 536
- Fig. 5a.** *La Mujer y la Casa*, año 5, n° 59, 15 de agosto de 1924 536
- Fig. 5b.** *La Mujer y la Casa*, año 5, n° 54, marzo de 1924 536
- Fig. 6a.** “Caprichos, modas y hábitos femeninos”, *Femenil*, año 1, n° 16, 28 de diciembre de 1925 537
- Fig. 6b.** “Modelos de *Femenil*”, *Femenil*, año 2, n° 18, 11 de enero de 1926 537
- Fig. 7a.** *Vogue*, vol. 2, n° 12, diciembre de 1921 538
- Fig. 7b.** “Devant l’arbitre-Lui plairai-je ainsi?-Entre deux danses-Aimez-vous ma robe?”, *Vogue*, vol. 3, n° 13, enero de 1922 538

- Fig. 8.** “Charla femenina”, *Iris*, año 1, n° 45, 14 de enero de 1921 (página completa y detalle) 539
- Fig. 9a.** “Para tomar con el té” y portada, *Para Ti*, año 3, n° 114, 15 de julio de 1924 539
- Fig. 9b.** Publicidad de Bagley, *La Novela Semanal*, año 13, n° 611, 29 de julio de 1929 539
- Fig. 10a.** Publicidad de Bagley, *Olympia*, año 3, n° 37, 10 de abril de 1929 540
- Fig. 10b.** Publicidad de Los Dos Chinos, *Plus Ultra*, año 12, n° 136, agosto de 1927 540
- Fig. 11.** Sección gráfica, *Iris*, año 2, n° 102, 17 de febrero de 1922 540
- Fig. 12.** “Aspectos pintorescos de Buenos Aires. Café-música comida barata”, *Gran Guiñol*, año 1, n° 28, 9 de marzo de 1923 540
- Fig. 13.** Aviso de Mercería Suiza, *El Suplemento*, año 7, n° 145, 17 de marzo de 1926 541
- Fig. 14.** “Manos femeninas. El arte del repujado”, *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 3, 29 de octubre de 1924 541
- Fig. 15.** “Arte cerámica en la Escuela del Divino Rostro”, *Columbia*, año 1, n° 1, 5 de mayo de 1925 541
- Fig. 16.** Publicidad del Instituto de Artes Aplicadas para el Hogar e Industrias, *Aconcagua*, año 1, n° 4, abril de 1930 542
- Fig. 17a.** “Dicha suprema”, *El Hogar*, año 7, n° 144, 15 de enero de 1910 542
- Fig. 17b.** Aviso de Ocacia, *Atlántida*, año 12, n° 589, 25 de julio de 1929 542
- Fig. 17c.** “Intimidad, óleo de Pío Collivadino”, *Myriam*, año 1, n° 4, septiembre de 1915 542
- Fig. 18.** Aviso de Los gobelinos, *Columbia*, año 1, n° 4, 16 de junio de 1925 543
- Fig. 19.** “Los sublimes milagros de la mujer”, *Fray Mocho*, año 9, n° 420, 11 de mayo de 1920 543
- Fig. 20a.** “En el Hipódromo Argentino”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 500, 30 de octubre de 1913 543
- Fig. 20b.** “Siluetas de verano”, *Iris*, año 1, n° 47, 21 de enero de 1921 544
- Fig. 20c.** “El encanto de nuestras calles”, *Gran Guiñol*, año 1, n° 32, 6 de abril de 1923 544
- Fig. 21a.** “La más bella deportista”, aviso de Polvo Brissac, *Atlántida*, año 3, n° 138, 18 de noviembre de 1920 544
- Fig. 21b.** “Frente al Jockey Club. El automóvil Ford, complemento de la vida social”, *Plus Ultra*, año 3, n° 20, diciembre de 1917 544
- Fig. 22.** “Sobre la extensa avenida y en la amplitud del río”, aviso de Shepherd, Bell & Cía., *El Hogar*, año 25, n° 1000, 14 de diciembre de 1928 545
- Fig. 23.** “Conversaciones típicas”, aviso de Ford, *Columbia*, año 1, n° 8, 11 de agosto de 1925 545
- Fig. 24.** “Al ‘Salón del automóvil’”, *El Hogar*, año 24, n° 998, 30 de noviembre de 1928 545
- Fig. 25.** “Adherencia perfecta”, aviso de Polvos Dubarry, *La Novela Semanal*, año 13, n° 611, 29 de julio de 1929 545
- Fig. 26.** “La influencia deportiva se hace sentir en la nueva moda”, *Femenil*, año 2, n° 27, 15 de marzo de 1926 546
- Fig. 27.** “Élégances automobilistes”, *Athéna*, año 1, n° 3, 1928 546
- Fig. 28.** “Damas y niñas de nuestro gran mundo cultoras del volante”, *El Hogar*, año 24, n° 998, 30 de noviembre de 1928 546
- Fig. 29.** “Modelos de trajes para automovilistas”, *Sport Ilustrado*, año 1, n° 8, 14 de julio de 1922 547
- Fig. 30.** “Diversos aspectos de la gracia femenina”, *Atlántida*, año 12, n° 587, 11 de julio de 1929 547
- Fig. 31.** “Ruedas que giran”, *Fray Mocho*, año 9, n° 411, 9 de marzo de 1920 547
- Fig. 32a.** “Confidencias femeninas”, *Atlántida*, año 5, n° 199, 26 de enero de 1922 548
- Fig. 32b.** Aviso de Té Suizo, *Para Ti*, año 8, n° 373, 2 de julio de 1929 548
- Fig. 33.** “Escasez de pollera y exceso de mirones”, *Páginas de Columba*, año 5, n° 54, 28 de abril de 1926 548
- Fig. 34.** “La cortesía en el subterráneo”, *Atlántida*, año 12, n° 598, 26 de septiembre de 1929 549
- Fig. 35.** “La tragedia del mirón”, *Páginas de Columba*, año 5, n° 56, 26 de mayo de 1926 549
- Fig. 36.** “La pesadilla de un provinciano en Buenos Aires”, *Páginas de Columba*, año 5, n° 57, 9 de junio de 1926 549
- Fig. 37.** “El feminismo. Las mujeres bregando por sus derechos”, *Vida Ilustrada*, año 2, n° 38, 12 de julio de 1919 550

- Fig. 38a.** “Frutos de la guerra”, *Nuestra Tribuna*, año 2, n° 24, 10 de septiembre de 1923 550
- Fig. 38b.** “En cualquier puerta de Buenos Aires”, *La Protesta*, n° 9, 6 de marzo de 1922 550
- Fig. 38c.** “El balcón roto”, *El Hogar*, año 7, n° 150, 15 de abril de 1910 550
- Fig. 38d.** “La miseria en Buenos Aires”, *Nueva Era*, año 1, n° 11, 31 de agosto de 1914 551
- Fig. 38e.** “Madre del pueblo, por Octavio Fioravanti”, *Athéna*, año 1, n° 2, 1928 551
- Fig. 38f.** “Nota triste”, *Plus Ultra*, año 2, n° 12, abril de 1917 551
- Fig. 39.** “Notas urbanas”, *Iris*, año 1, n° 47, 21 de enero de 1921 552
- Fig. 40.** “En el Hotel de Inmigrantes”, *Para Ti*, año 2, n° 35, 9 de enero de 1923 552
- Fig. 41a.** “Un ‘rancho’ correntino”, *Nueva Era*, año 1, n° 10, 24 de agosto de 1914 552
- Fig. 41b.** “La china”, *Los Pensadores*, año 4, n° 109, 14 de abril de 1925 552
- Fig. 41c.** “Palabra dada”, *PBT*, año 7, n° 275, 26 de febrero de 1910 552
- Fig. 42a.** “A 180 el saco”, *El Suplemento*, año 10, n° 319, 17 de julio de 1929 553
- Fig. 42b.** “Páginas criollas. De bailongo”, *La Semana Universal*, año 1, n° 35, 28 de agosto de 1912 553
- Fig. 43a.** “Pequeñas delicias de la vida moderna”, aviso de Quilmes, *Páginas de Columba*, año 2, n° 20, 12 de marzo de 1924 553
- Fig. 43b.** “Los ‘couplets’ de moda. ¡Maldito tango!”, *Atlántida*, año 3, n° 137, 11 de noviembre de 1920 (página completa y detalle) 554
- Fig. 44a.** “Aficionados distinguidos. La señorita Ida Gath”, *Athinae*, año 2, n° 6, febrero de 1909 554
- Fig. 44b.** “Estudiantes distinguidos”, *Athinae*, año 1, n° 3, noviembre de 1909 554
- Fig. 45a.** “Una tarde en el atelier de Alberto Rossi”, *Atlántida*, año 7, n° 345, 20 de noviembre de 1924 555
- Fig. 45b.** “Un matrimonio de artistas”, *Plus Ultra*, año 3, n° 28, agosto de 1928 (detalle) 555
- Fig. 45c.** “Un matrimonio de artistas pintores. Alberto M. Rossi y Ana Weiss de Rossi”, *La Época*, 26 de diciembre de 1926 555
- Fig. 46a.** “Madame Matthis”, *Columbia*, año 1, n° 1, 5 de mayo de 1925 (página completa y detalle) 556
- Fig. 46b.** “Una pintora rosarina. Con la señorita Paulina Blinder”, *Caras y Caretas*, año 33, n° 1665, 30 de agosto de 1930 556
- Fig. 46c.** “Una artista de Tres Arroyos”, *Nativa*, año 3, n° 30, 30 de junio de 1926 556
- Fig. 47a.** “Caricaturas contemporáneas. Lola Mora”, *Caras y Caretas*, año 6, n° 225, 24 de enero de 1903 557
- Fig. 47b.** Lola Mora en el taller provisorio de Paseo de Julio, enero de 1903, Archivo General de la Nación 557
- Fig. 48.** “Pintoras argentinas. Raquel Forner”, *Aconcagua*, año 6, n° 69, febrero de 1936 557
- Fig. 49.** “500 futuras pintoras, escultoras y decoradoras”, *Mundo Argentino*, 16 de noviembre de 1932 (página completa y detalle) 558
- Fig. 50.** “En el salón Witcomb. La obra que tiene más admiradores”, *Fray Mocho*, año 9, n° 421, 18 de mayo de 1920 558
- Fig. 51.** “Sexto salón anual de arte”, *Plus Ultra*, año 1, n° 6, 1916 (página completa y detalle) 559
- Fig. 52.** “Nuestras colaboradoras artísticas”, *Almanaque de la Mujer*, año 1, n° 1, 1929 559
- Fig. 53.** “Los dibujos de la señorita Silvina Ocampo”, *Augusta*, año 3, n° 24, 1920 560
- Fig. 54a.** “Tengo un ‘ragú de la madonna’ y cada vez que pienso que soy hombre ‘sandwich’ se me hace agua la boca”, *Gran Guiñol*, año 1, n° 20, 12 de enero de 1923 560
- Fig. 54b.** “Un hombre”, *Atlántida*, año 7, n° 359, 26 de febrero de 1925 560
- Fig. 54c.** “El cuarto poder”, *Plus Ultra*, año 3, n° 21, enero de 1918 561
- Fig. 55.** Publicidad de Editorial Labor, *Columbia*, año 1, n° 2, 19 de mayo de 1925 561
- Fig. 56.** “*Mundial* y sus avisadores-Un aspecto parcial de nuestro departamento de expedición en vísperas de aparecer nuestro número anterior”, *Mundial*, año 1, n° 4, 5 de noviembre de 1924 561
- Fig. 57a.** *La Novela Picaresca*, año 1, n° 14, 7 de mayo de 1919 562
- Fig. 57b.** *La Novela Picaresca*, año 2, n° 33, 4 de febrero de 1920 562
- Fig. 58a.** “Instantáneas callejeras”, *Iris*, año 2, n° 77, 26 de agosto de 1921 562

- Fig. 58b.** “Sexo débil”, *El Suplemento*, año 10, n° 321, 31 de julio de 1929 562
- Fig. 59a.** “Novias” y “Sra. Susana del Campillo de Mitre”, *Mundial. La revista para todos*, año 1, n° 2, 22 de octubre de 1924 563
- Fig. 59b.** “Señorita Cristina Beristayn. Señora Eloísa Oyuela de Novaro”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 482, 30 de enero de 1913 563
- Fig. 59c.** “María Carlota Cortejarena”, *Plus Ultra*, año 12, n° 138, octubre de 1927 563
- Fig. 59d.** “Galería de damas argentinas”, *Plus Ultra*, año 4, n° 146, 26 de enero de 1910 563
- Fig. 60.** “Una tarde en casa”, *Plus Ultra*, año 9, n° 96, abril de 1924 564
- Fig. 61.** “Bibelot”, *La Novela Semanal*, año 13, n° 615, 26 de agosto de 1929 564
- Fig. 62a.** Ilustración de Vidal Quera para “La mujer de mundo”, *El Suplemento*, año 3, n° 25, marzo de 1922 564
- Fig. 62b.** “Copito de nieve”, *El Hogar*, año 26, n° 1076, 30 de mayo de 1930 564
- Fig. 63a.** “Ensueño”, *Atlántida*, año 12, n° 593, 22 de agosto de 1929 565
- Fig. 63b.** *Mundo Argentino*, año 16, n° 819, 29 de septiembre de 1926 565
- Fig. 63c.** “Atalanta”, *La Nación Magazine*, año 1, n° 11, 13 de septiembre de 1929 565
- Fig. 64.** *Femenil*, año 2, n° 30, 5 de abril de 1926 565
- Fig. 65.** “Palu viste a las novias porteñas con arte inimitable”, ilustración de Vidal Quera, *Vogue*, vol. 11, n° 64, abril de 1926 566
- Fig. 66a.** “¿Qué es el chic?”, *Femenil*, año 2, n° 38, 31 de mayo de 1926 566
- Fig. 66b.** *Para Ti*, año 2, n° 38, 30 de enero de 1923 566
- Fig. 67.** “Figuritas”, *El Suplemento*, año 7, n° 146, 24 de marzo de 1926 566
- Fig. 68a.** “Señora Sara Figueroa de Agote”, *La Ilustración Sud-Americana*, año 21, n° 481, 15 de enero de 1913 567
- Fig. 68b.** “Cómo debe adornarse una mujer”, *Mundial. La revista para todos*, año 2, n° 18, 11 febrero de 1925 567
- Fig. 68c.** Publicidad de Polvos Leichner e ilustración del cuento “La embalsamada”, *El Suplemento*, año 3, n° 23, enero de 1922 567
- Fig. 68d.** Publicidad de Gath & Chaves, *Vida Ilustrada*, año 3, n° 58, 20 de diciembre de 1919 568
- Fig. 68e.** “Serenidad”, *La Novela Semanal*, año 13, n° 611, 29 de julio de 1929 568
- Fig. 69.** “Mlle. Marie Damia”, *Elegancias*, año 3, n° 31, mayo de 1913 568
- Fig. 70a.** “Cartas de París”, *Para Ti*, año 8, n° 375, 16 de julio de 1929 569
- Fig. 70b.** Sección de moda y portada, *La Mujer y la Casa*, año 7, n° 78, 15 de marzo de 1926 569
- Fig. 70c.** “Creaciones de *La Novela Semanal*”, *La Novela Semanal*, año 13, n° 612, 5 de agosto de 1929 570
- Fig. 70d.** “Tapado de Kasha”, *Femenil*, año 2, n° 49, 15 de septiembre de 1926 570
- Fig. 71.** Publicidad de pianos Bechstein, *El Hogar*, año 24, n° 990, 5 de octubre de 1928 570
- Fig. 72.** “La industrialización del tabaco”, *Atlántida*, año 7, n° 352, 8 de enero de 1925 571
- Fig. 73.** “El moderno pensador”, *Iris*, año 2, n° 80, 16 de septiembre de 1921 571
- Fig. 74.** *La Novela Semanal*, año 13, n° 610, 22 de julio de 1929 571

Índice de publicaciones

El número de página refiere al detalle de cada publicación en el Apéndice 2

- Acción Obrera. Órgano oficial del sindicato obrero de la industria del mueble, página* 572
Aconcagua. Revista mensual ilustrada 572
Almanaque de la Mujer. Literario, enciclopédico, artístico, informativo y mundano 572
Almanaque Peuser 572
América Hispana. Revista mensual ilustrada 572
Arte y Trabajo. Revista regional ilustrada 573
Athéna. Revista mensual ilustrada de intercambio intelectual argentino-francés 573
Athinae. Revista mensual de arte. Órgano del Centro de Estudiantes de Bellas Artes 573
Atlántida. Ilustración semanal argentina 573
Augusta. Revista de arte 573-574
Bandera Proletaria. Órgano de la Unión Sindical Argentina 574
Búcaro Americano. Periódico de las Familias 574
Caras y Caretas. Revista semanal ilustrada 574
Columbia. Ilustración artística sudamericana 574
El Carpintero y Aserrador. Órgano del Sindicato de Carpinteros, Aserradores y Anexos 574
El Cuento Ilustrado 575
El Hogar. Magazine quincenal de las familias, luego Ilustración semanal argentina 575
El Obrero Gráfico. Órgano de la Federación Gráfica Bonaerense 575
El Plata. Órgano estudiantil dedicado a las familias. Revista ilustrada de letras y actualidades 576
El Riel Porteño. Publicación mensual de la Compañía de Tranvías Anglo-Argentina 576
El Sol. Magazine ilustrado de actualidad. Publicación quincenal 576
El Suplemento. Revista mensual editada por La Novela Semanal 576
Elegancias 576
Femenil. Ilustración semanal argentina 577
Fray Mocho. Semanario festivo, literario, artístico y de actualidad 577
Gran Guiñol. Semanario popular ilustrado 577
Idea Latina. Revista quincenal 577
Ideas y Figuras. Revista semanal de crítica y arte 577-578
Iris. Semanario popular, luego Semanario humorístico 578
Ilustración Histórica 578
Ilustración Histórica Argentina 578
La Ilustración Sud-Americana. Revista ilustrada de las naciones sud-americanas 578
La Mujer y la Casa. Revista mensual 579
La Nación Magazine 579
La Nota. Revista mensual pro naciones aliadas 579
La Novela Picaresca. Publicación quincenal ilustrada 579
La Novela Semanal 579
La Protesta. Suplemento semanal 580
La Semana Universal 580
La Vida Moderna. Semanario-magazine argentino 580
Letras Argentinas. Revista mensual ilustrada 580

Los Pensadores. Revista de selección universal, luego *Revista de selección. Arte, crítica y literatura* 580
Lux. Revista quincenal ilustrada 581
Mundial Magazine. Arte, ciencias, historia, teatro, actualidades, modas 581
Mundial. La revista para todos 581
Mundo Argentino. Semanario popular ilustrado 581
Myriam. Revista ilustrada. Arte, literatura, crónicas sociales, beneficencia, sports 581-582
Nativa. Revista mensual ilustrada 582
Nuestra Causa. Revista mensual del movimiento feminista 582
Nuestra Tribuna. Quincenario femenino de ideas, arte, crítica y literatura 582
Nueva Era. Revista socialista ilustrada 582
Olympia. Revista quincenal ilustrada 583
Páginas de Columba. Revista argentina ilustrada 583
Para Ti. Todo lo que interesa a la mujer 583
PBT. Semanario infantil ilustrado para niños de 0 a 80 años 583
Plus Ultra. Suplemento de Caras y Caretas 584
Proa. Revista de renovación literaria 584
Revista del Consejo Nacional de Mujeres de la República Argentina 584
Riqueza Argentina. Economía-finanzas-comercio-industria 584
Sport Ilustrado 584
Tit-Bits. Revista argentina ilustrada de todo lo más interesante, útil y ameno de los libros, periódicos y colaboradores del mundo 585
Unión y Labor. Revista mensual. Órgano del progreso femenino y protección del niño 585
Vida Ilustrada. Revista semanal de informaciones, literatura y arte 585
Vida Porteña. Semanario magazine ilustrado 585
Vogue 585-586