



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Alanís, Andrea Laura

Prensa y mujer : nuevas páginas femeninas en los diarios La Nación y La Razón. Argentina, 1957-1963



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Alanís, A. L. (2013). *Prensa y mujer : nuevas páginas femeninas en los diarios La Nación y La Razón. Argentina, 1957-1963 (Tesis de posgrado)*. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/82>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Prensa y mujer. Nuevas páginas femeninas en los diarios *La Nación* y *La Razón*. Argentina, 1957-1963

TESIS DE MAESTRÍA

Andrea Laura Alanís

a.lauraalanis@gmail.com

Resumen

Esta investigación analiza las representaciones de mujer construidas en las nuevas páginas femeninas de los diarios *La Nación* y *La Razón*, creadas en los años 1957 y 1961, respectivamente. La incorporación de estos espacios dirigidos a la mujer obedeció a la necesidad de ambos medios tanto de informar como de posicionarse en los debates generados por los nuevos roles femeninos en una época de cambios innovadores y contradictorios. Al mismo tiempo, estas empresas se disputaron un segmento de lectoras que estaba siendo conquistado por las revistas, en un momento de extraordinaria expansión de la prensa gráfica y de recrudescimiento de la censura. El análisis de los medios de comunicación masiva de épocas pretéritas permite rastrear en el pasado los orígenes de estereotipos femeninos cosificantes, cuya pervivencia obtura las demandas por el respeto de las diferencias y por el rechazo de la desigualdad.

INDICE

Introducción

- Justificación
- Antecedentes
- Metodología y enfoque de estudio
- Marco teórico
- Organización de la tesis

Cap. 1: Transformación cultural y renovación periodística

- 1.1 Argentina, debilidad institucional
- 1.2 Los cambios en la vida cotidiana
- 1.3 ¿Revolución o rebelión?
- 1.4 La prensa gráfica
- 1.5 Censura
- 1.6 Las revistas
- 1.7 Los diarios
- 1.8 Lo femenino y los medios de comunicación

Cap. 2: *La Nación* y *La Razón*

- 2.1 *La Nación*, tribuna de doctrina
- 2.2 *La Razón* para todos
- 2.3 Secciones y suplementos
- 2.4 *La Nación*, la mujer
- 2.5 *La Razón* de las mujeres

Cap. 3: La palabra como acción política

- 3.1 *La Razón*, palabras de mujeres
- 3.2 'Correo', voces femeninas
- 3.3 'Charlemos', un soliloquio
- 3.4 *La Nación*, la madre

Cap. 4: De la femineidad y la apariencia

4.1 *La Razón*: la femineidad

4.2 *La Nación*: la apariencia

Consideraciones finales

Anexo

Bibliografía

Introducción

En esta investigación indagamos cómo dos diarios nacionales de distribución masiva, a través de la creación de páginas para la mujer, dieron cuenta y a la vez intervinieron en las discusiones sobre el lugar de la mujer en la sociedad argentina. Proponemos que en esa misma operación los diarios disputaron un segmento de lectoras hasta entonces seducido por las revistas y que resultaba cada vez más importante para su propia dinámica de mercado porque les permitía incrementar el número de lectores. Con esta intención este trabajo analiza las representaciones de la mujer en las páginas femeninas de los diarios *La Nación* y *La Razón*, la construcción de las páginas en sí mismas y las diferencias y semejanzas resultantes de la comparación entre ambos medios, desde su incorporación en los años 1957 y 1961, respectivamente, hasta 1963. La elección de estos medios obedece al interés por comparar el considerado tradicionalmente diario de la elite con el diario más popular.

Justificación

Los sesenta se despliegan ante quienes abordamos la relectura del pasado como una época de cambios innovadores, rupturistas y perdurables, aunque con la misma intensidad, ambiguos y contradictorios. El estudio de los medios de comunicación se ha revelado de especial importancia para comprender ese período de una intensa renovación profesional y técnica del periodismo. Desde fines de los años '50, aún en contextos signados por crisis económicas y políticas, se cimentó la expansión de la prensa gráfica en general y de las revistas en particular. Las páginas destinadas a la mujer se expandieron notablemente en los diarios entre fines de los '50 y comienzos de los '60. En este marco, los medios de comunicación fueron un escenario central de los debates por la reformulación de los mandatos de género y del lugar de la mujer que, en estos años, conquistó por completo sus derechos políticos y ocupó nuevos espacios en la universidad y en el ámbito laboral.

La dimensión de la renovación periodística en este período habilita a plantear la necesidad de un estudio más profundo de los diarios, que han sido menos estudiados que las revistas de la época, y permite interpretar los fundamentos para la creación de nuevos suplementos o páginas para un segmento determinado de público como es el caso de las destinadas a la mujer. Ante el éxito de las revistas femeninas y, probablemente, con el objetivo de ampliar el caudal de lectoras, diarios como *El Mundo* y *Clarín*, y más adelante *La Opinión* también incluyeron secciones femeninas.

Un trabajo personal previo sobre el "Suplemento femenino Las/12" del diario *Página/12* reveló la escasez de investigaciones sobre suplementos femeninos en nuestro país, donde

la mayoría de los estudios se centra en revistas destinadas a la mujer. Esta indagación será un aporte para comprender el posicionamiento de los diarios acerca del lugar de la mujer en la sociedad en el período seleccionado, y de las estrategias editoriales para captar un nuevo segmento de lectoras. La vigencia actual de los cuestionamientos a la representación femenina construida en los medios de comunicación indica que estas encrucijadas perviven como legados trancos de generaciones anteriores. Éste es uno de los pilares que sustenta el interés en esta investigación.

Antecedentes

A pesar de que, como sostuvimos, el estudio de los discursos en las páginas para la mujer de los diarios no ha sido abordado como línea de investigación, existen antecedentes en relación a la temática de las mujeres y los medios de comunicación. Algunos de ellos están centrados en las dificultades que aquellas encuentran para insertarse en este medio laboral o en el grado de participación que alcanzan como productoras de discursos.¹ Otros presentan un relevamiento histórico del surgimiento de los medios, algunas de cuyas redacciones resultan pioneras en la incorporación de mujeres, mientras que otras harán lo propio pasada la mitad del siglo XX. Estudios locales y extranjeros sobre revistas femeninas de diferentes épocas fueron una de las fuentes en las abrevó esta investigación. Los antecedentes que serán expuestos en esta sección de manera sucinta, serán desarrollados en profundidad en el Capítulo 1.

En el contexto local, Paula Bontempo (2006) analizó la creación de la revista *Para Ti* en 1922 y la construcción que este medio realiza de la mujer moderna; Eugenia Scarzanella (2009 y 2009a) estudió el rol de las mujeres en las publicaciones de la editorial *Abril* en los años '40, en particular la revista de fotonovelas *Idilio*; y la imagen de mujer liberada propuesta por la revista femenina *Claudia*; Isabella Cosse (2010) analizó la incidencia del mercado editorial tanto en la creación de *Claudia* como en los cambios en la representación de la mujer en sus páginas. Catalina Wainerman (2005) evaluó la definición de mujer y su relación con el mercado de trabajo en las revistas *El Hogar* y *Para Ti* entre los años 1946 y 1950. Rosa Caldas-Coulthard y Luisa Martín Rojo (1999) analizaron la reproducción de la desigualdad y la exaltación de la feminidad en revistas de América Latina; Susan Eggins y Rick Iedema (1997) investigaron las diferencias en la construcción discursiva de dos revistas femeninas australianas de características semejantes.

Algunos aportes sobre suplementos en general y aquellos destinados al público femenino en particular fueron relevados en tesinas de grado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Santiago Pinsi (2006) investiga el

¹Estos abordajes pueden encontrarse en: Fainholc, Beatriz. *La mujer y los medios de comunicación social*. Bs.As. Humanitas. 1993; Bach Arús, Marta y otros. *El sexo de la noticia*. Barcelona. Icaria. 2000.

funcionamiento de los suplementos del diario *Clarín* y de otros medios desde 1950 hasta 1990, en relación con el mercado y con la audiencia; Melina Stefanich (2007) analiza la tensión inclusión/exclusión entre el diario *Clarín* y su suplemento de cultura; María Juliana Cevasco y Rocío González Abidor (2005) estudian el “Suplemento femenino Las/12” articulando las relaciones de género y el carácter mercantil del soporte como producto de la industria cultural; un análisis propio del “Suplemento femenino Las/12” (2006) indaga en la reproducción de estereotipos en los contenidos, enfatizando además el carácter históricamente específico de los medios; Lucía Isturiz (2005) realiza un estudio exploratorio y descriptivo del mismo suplemento de *Página/12*; Gabriela Tunzo (2006) analiza la imagen de mujer en el *Gran Álbum de Labores*. Acerca de estos estudios sobre revistas femeninas y suplementos tomados como antecedentes nos explayaremos en el Capítulo I.

Los antecedentes de investigación sobre medios de comunicación coinciden en que desde finales de los años cincuenta comienza un momento de renovación en el periodismo (Ulanovsky, Pujol, Plotkin, Varela). Ulanovsky explica que para mediados de los '50 se inaugura el periodismo moderno, impulsado por la renovación generacional, la profesionalización de los periodistas y los avances técnicos. A pesar de haber padecido las consecuencias de las recurrentes crisis económicas y las dificultades en la provisión de papel, las empresas periodísticas interpretan la necesidad de los lectores de saber qué sucedía en su entorno y entender la dimensión de las transformaciones que afectaban sus vidas. Sostiene el autor que, a pesar de la censura que atraviesa la época, se fueron imponiendo la necesidad y el valor de informar en libertad (Ulanovsky, 1997).²

En el mismo sentido analiza Pujol la época, asegurando que aunque implacable en otros aspectos de la vida social y política, el golpe del '55 abrió un capítulo más favorable que el de antes para el periodismo. El autor sustenta su interpretación en la reconfiguración de la prensa como objeto de consumo en sí misma, y en la “avalancha” de revistas de actualidad, literarias y femeninas, como resultado de la emergencia de un caudal de lectores producto de décadas de alfabetización³, entre otros factores locales y externos. La prensa gráfica activó además el consumo cultural mediante la articulación de abundante información del país y del exterior.

Las paradojas a las que alude Pujol remiten a un rasgo característico de la época como fue la profundización de las estrategias para aplicar la censura que, en diferentes grados, instrumentó cada gobierno. La clausura de diarios, la persecución de periodistas y la intervención de empresas periodísticas por el gobierno de turno se sucedieron durante el período. La convergencia de un campo periodístico en plena expansión con la censura

²Sobre esta problemática, véanse las biografías profesionales de Laíño, Félix. *Secretos del periodismo*. Bs.As. Plus Ultra. 1986; Rotenberg, Abrasha. *Historia confidencial*. Bs.As. Sudamericana. 199; Maceira, Enrique. “*La Prensa*” que he vivido. Bs. As. Dunken. 2004

³Un detallado estudio sobre este proceso en las décadas previas a nuestro período ofrece Armus, Diego (comp.). *Mundo urbano y cultura popular. Estudios de Historia Social Argentina*. Bs.As. Sudamericana. 1990

implantada por los gobiernos se revela como una más de las contradicciones que caracterizan a la época estudiada. Las estrategias de control de los medios se enmarca en la articulación entre la compleja trama política y la transformación del campo periodístico. Ford y Rivera (1985) sostienen que los cambios operados en el periodismo argentino durante los años '60 estuvieron abonados por las inversiones de capitales extranjeros, la expansión y profesionalización del campo publicitario y la internacionalización de los contenidos y técnicas gráficos.

Los análisis de la cultura de la modernidad realizados por los principales exponentes de la Teoría Crítica -gestada en los albores del siglo pasado- Walter Benjamin, Theodor Adorno y Max Horkheimer, ofrecen diferentes enfoques acerca de los efectos de la tecnología en los medios de comunicación y en la sociedad, herramientas que nos permiten analizar los medios en esta investigación. La relevancia otorgada por Benjamin (1989) a los contextos técnico-económicos y políticos para aprehender los modos de significación que producen los nuevos medios –a pesar de su evaluación de la reproducción técnica como falta de autenticidad-, cuya tecnología posibilita una participación crítica y transformadora se renueva en este trabajo. Articular esta perspectiva con la interpretación realizada por Adorno y Horkheimer (1998) acerca de los medios de comunicación como sistema integrado de producción mercantil, que impone orden y estandarización a la sociedad de masas, transformando la información en objeto fetichizado por ser producido según la lógica de los valores de cambio, nos permitirá una reflexión crítica acerca de los diarios en estudio.

Los diarios y revistas de la época proponen a los lectores una renovación en la diagramación y contenidos, incorporando en muchos casos situaciones de la vida cotidiana que dan cuenta de los cambios en curso. Según Pujol (2002) el liderazgo alcanzado por las revistas obligó a los diarios a tomar de ellas algunos elementos para modernizarse. Como referentes para abordar el estudio de los diarios contamos con las minuciosas investigaciones que para otros períodos realizaron Sylvia Saítta (1998) sobre *Crítica* en la década de 1920, Ricardo Sidicaro (1993) sobre *La Nación* y Carlos Ulanovsky (1997) acerca de los grandes diarios y revistas argentinos. En *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, desde una perspectiva histórica Saítta estudia las prácticas periodísticas y estrategias discursivas del medio, incluyendo la anexión periódica de suplementos temáticos. En *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación (1909-1989)* a través de un análisis sociológico, Sidicaro califica al matutino como orientador intelectual de la clase dirigente argentina y, en particular durante el período que nos ocupa, como actor político e intelectual convertido en caja de resonancia de discursos corporativos.

Acerca de los grandes diarios y revistas argentinos resulta ineludible la historia construida por Ulanovsky, que alienta la lectura crítica de los medios articulando datos de

archivo y testimonios de periodistas que se desempeñaron en los medios que estudia. El autor contextualiza el surgimiento de los medios en cada coyuntura social, política y económica, brindando un exhaustivo análisis sobre su papel en cada etapa. Las páginas femeninas de los diarios *La Nación* y *La Razón* no están contempladas en esta obra.

La complejidad de la época es objeto de estudio recurrente desde distintas líneas de indagación que intentan comprender la dimensión de los cambios culturales. Los primeros trabajos surgieron desde la clave de la historia política, representada por diversos autores [Potash, 1981; O'Donnell, 1982; Terán, 1991; Rouquié, 1994; Sarlo, 2001; Altamirano, 2001; Cavarozzi, 2002] que han delimitado el período que se inicia con el fin del peronismo, caracterizado por la exclusión de este partido, la debilidad de la democracia, los golpes de Estado y el ascenso del autoritarismo y la polarización política que culminaron en 1976 con la instauración del terrorismo de Estado. La exclusión del peronismo generó amplios debates en ámbitos culturales y políticos, así como la movilización de diversos sectores para lograr su retorno.

La modernización económica en algunas áreas a fines de los años '50 generó nuevos conflictos y profundizó la ingobernabilidad aún en un marco de mayor intervención estatal. Los gobiernos de Arturo Frondizi (1958-1962) y de Arturo Illia (1963-1966) revelaron la debilidad de la legitimidad democrática y fueron acosados por la proscripción del peronismo. En América Latina eran años de radicalización política que, al calor de la revolución cubana, hicieron de la revolución un horizonte cercano. Años más tarde la acción armada sería concebida por la nueva izquierda como el camino para el cambio social. (Novaro, 2006)

Paradójicamente, este período de ascenso del autoritarismo fue, también, de renovación cultural y de transformaciones sociales aceleradas, contradictorias y conflictivas en el plano de las costumbres sociales. Desde este ángulo, la historia cultural y el campo de los estudios sobre la mujer han enriquecido el conocimiento sobre el período desde diversas perspectivas que intentan aprehender el alcance y la diversidad del proceso de cambio. Modernización y autoritarismo no parecían ser términos excluyentes. (Felitti, 2006) El nuevo modelo de mujer se observa en los cambios en el estilo de vida, las relaciones familiares y la moral sexual, contrario a los mandatos instituidos acerca de los roles femenino y masculino. El nuevo prototipo de mujer supone una mayor libertad para experimentar la sexualidad y expectativas de desarrollo profesional y laboral, a la vez que su inserción en el ámbito académico y en el mercado laboral promovió nuevas pautas familiares. (Cosse, 2009) Los roles desempeñados por mujeres y varones revisten una transformación lenta pero persistente desde los años '20, aunque sin llegar a modificar sustancialmente el rol de la mujer en la sociedad. (Bontempo, 2006; Barrancos, 1999) Los cambios en los roles y en las representaciones sociales sobre lo femenino y lo masculino suscitaron controversias en diversos sectores, aún entre las propias expresiones

modernizantes, tensadas entre la innovación y las prácticas instituidas. (Cosse, 2010) Los temores conservadores se expresaron con fuerza ya en las campañas moralizadoras y estuvieron, desde entonces, encabezadas por organizaciones como las ligas de Madres y Padres de Familia –creadas en 1951- que, en consonancia con la evaluación gubernamental, consideraban amenazada la constitución familiar y creían ver en la sociabilidad juvenil los efectos más perniciosos de las nuevas relaciones familiares y de género. (Manzano, 2010)

Los ámbitos terciario y universitario son los nuevos lugares ocupados por las mujeres en el período que nos ocupa, según demuestra el incremento de la matrícula femenina. (Wainerman, 1998) También la participación femenina en el mercado de trabajo se duplicó entre 1947 y avanzados los '60. (Rechini de Lattes, 1980; Wainerman, 1979) Estas nuevas mujeres constituyen uno de los modelos entre las variadas propuestas que construyen los medios de la época, muchas veces en clave generacional –jóvenes solteras, jóvenes casadas, mujeres madres- y de pertenencia social –sectores populares, medios y altos. No obstante, el modelo de mujer juvenil se torna hegemónico en el marco de un proceso de modernización sociocultural en el que los jóvenes son los principales protagonistas de los cambios, no sólo por el acceso a la educación superior sino por la extensión de los espacios de ocio y de consumo. (Manzano, 2010) Por el camino de la aceptación o el del rechazo a las innovaciones el nuevo modelo de mujer adquiere visibilidad creciente en los medios de comunicación.

Las transformaciones de la época en estudio han dado lugar a diferentes interpretaciones, algunas radicales en cuanto atribuyen al período un sesgo revolucionario; otras prudentes al evaluar la etapa como una rebelión ambigua y contradictoria. Para Gilman (2003) esta época representa un momento de una densidad singular de experiencia del mundo, de la temporalidad, de la subjetividad y de la vida institucional. Las perspectivas de los diferentes autores serán retomadas en el Capítulo 1.

Metodología y enfoque de estudio

Para realizar esta investigación se relevaron ejemplares de los diarios *La Nación* y *La Razón* entre los años 1957 y 1963 en el primer caso, y de 1961 a 1963 en el segundo caso. De cada año se tomó registro fotográfico de las páginas destinadas a la mujer en las ediciones completas de cuatro meses alternados. También se examinaron los diarios en su conjunto para realizar una descripción completa y contextualizar los contenidos de la página femenina. Estos espacios para la mujer son descriptos, evaluados en sus recurrencias y en sus contenidos, se analizan estilos, diagramación, utilización de imágenes de prensa y publicitarias, y lógicas discursivas de género. El análisis de estas páginas está basado en las herramientas de la historia cultural, instrumentos del análisis

del discurso y estrategias metodológicas provistas por los estudios de imagen, permeados por la categoría género. La perspectiva de género contribuye a desnaturalizar estereotipos que intentan mantener a las mujeres en situación de subordinación respecto a los varones. Esta metodología nos permitió reconstruir las estrategias de producción de sendas páginas femeninas.

Consideramos necesario señalar que las páginas destinadas a la mujer en los diarios *La Nación* y *La Razón* en el período 1957-1963 fueron editadas varios días a la semana, con una periodicidad variable. Esta presunta estrategia de los diarios demandó en el proceso de estudio del corpus una extensa y minuciosa búsqueda. Dos obstáculos insalvables se presentaron en la investigación del diario *La Razón*, por un lado la imposibilidad de contactar a periodistas que hubieran trabajado en el medio en la época abordada –a pesar de nuestros ingentes esfuerzos–, por otro lado, la ausencia de información acerca del precio de tapa, ausente en el propio diario y sin registros en el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC). Esta dificultad impidió la comparación con los precios del matutino para ampliar la evaluación de los sectores sociales a los que se dirigía cada medio, impedimento que, no obstante, pudo sortearse mediante el análisis de los anuncios publicitarios y del contenido de los artículos.

Marco teórico

Desde la historia cultural, el historiador Roger Chartier (1996) postula en *El mundo como representación* que las producciones escritas dialogan con el contexto material en el que surgieron, son creadas y producen prácticas sociales. En la producción del texto intervienen la imaginación y la interpretación del lector que, a partir de sus capacidades, expectativas y de las prácticas propias de la comunidad a la que pertenece, construye un sentido particular. Este sentido es a la vez dependiente e inventivo; dependiente puesto que debe someterse a las constricciones impuestas por el texto; inventivo en tanto desplaza, reformula y subvierte las intenciones de la producción. La construcción de la significación reside en la tensión que articula la capacidad inventiva de los individuos singulares o de las comunidades de interpretación con los constreñimientos, normas, convenciones que limitan lo que les es posible enunciar.

Chartier sostiene que las representaciones remiten a las modalidades específicas de su producción, comenzando por las intenciones que las habitan hasta los destinatarios a quienes ellas apuntan y los géneros en los cuales ellas se moldean. La historia cultural articula las representaciones y prácticas con las divisiones del mundo social que, a la vez, son incorporadas y producidas por los pensamientos y las conductas. Al mismo tiempo, intenta comprender cómo toda transformación en las formas de organización y de ejercicio del poder supone un equilibrio de tensiones entre los grupos sociales, al mismo tiempo que

modela lazos de interdependencia particulares. Las prácticas cotidianas tejen la trama de las relaciones cotidianas y expresan la manera en la que una comunidad singular, en un tiempo y un espacio, vive y reflexiona su relación con el mundo y la historia.

Para interpretar el significado de las prácticas cotidianas el autor propone realizar un análisis crítico de los textos, descifrados en sus proposiciones y sus estrategias; reconstruir la historia de los objetos que llevan la comunicación de lo escrito; y analizar las prácticas que, de manera diversa, se apoderan de los bienes simbólicos produciendo así usos y significaciones diferenciadas. El recorrido realizado contempla el análisis de las formas en tanto son productoras de sentido. Chartier sostiene que un texto estable en su escritura está investido de una significación y de un estatuto inédito cuando cambian los dispositivos del objeto tipográfico que propone su lectura. Los dispositivos formales inscriben en sus estructuras mismas los deseos y las posibilidades del público al que apuntan, por lo tanto se organizan a partir de una representación de la diferenciación social. Estas diferenciaciones son el resultado de procesos dinámicos en los cuales la transformación de las formas de un texto legitima recepciones inéditas creando nuevos públicos y nuevos usos; al tiempo que busca nuevas distinciones para marcar las diferencias entre quienes comparten los mismos bienes culturales.

El discurso es analizado desde la perspectiva propuesta por el Análisis del Discurso Multimodal (ADM). En *Discurso multimodal* Gunther Kress y Theo van Leeuwen postulan que todo discurso es multimodal en tanto su construcción requiere la combinación de diferentes recursos semióticos –verbal, pictórico, gráfico, entre otros- para comunicar significados. En el análisis del espacio visual los autores observan que ciertos objetos tienden a destacarse por su relativa prominencia. Ésta se indica mediante el tamaño, la posición, el color, el brillo, el enmarcado y separación de unos objetos con respecto a otros, características que definen el valor informativo de cada objeto. Un estudio en el que los autores analizan las primeras planas de periódicos sostiene que los lectores de estos medios no leen un simple texto verbal secuencialmente sino que recorren un espacio visual siguiendo un orden determinado por la prominencia visual y los vectores que conducen la mirada.

Un análisis más detallado de las imágenes del corpus seleccionado demanda complementar el enfoque con abordajes conceptuales acerca del diseño gráfico, la ilustración y la fotografía. Si bien la fotografía adquiere relevancia en el período estudiado, su uso es prioritario en las informaciones, mientras que las ilustraciones constituyen el principal recurso para los anuncios publicitarios hasta bien avanzada la época. Verónica Devalle (2009) historiza acabadamente la emergencia y consolidación del diseño gráfico en el país en *La travesía de la forma*, brindando elementos para interpretar estilos, innovaciones y permanencias. En *Dibujo publicitario*, José Llobera y Román Oltra (1959)

analizan el equilibrio en los anuncios publicitarios a partir de la distribución asimétrica de los elementos que los conforman. Esta perspectiva tiene en cuenta la disposición normalizada de los elementos -un conjunto armónico dentro de una composición asimétrica-, el juego de las masas y los blancos, tipos de anuncios –exposición, recordatorio, dirigido, humorístico, comunicado ilustrado, entre otros-, el propósito del anuncio –ilustración argumentativa, presentación del producto, argumentación comercial-. Especial relevancia adquiere en este trabajo el análisis de la preponderancia de las figuras masculina y femenina, que cuando no ocupan ese lugar suelen ser aludidas como complemento en un mismo anuncio.

Como componente gráfico, el figurín de moda es un recurso utilizado tanto en publicidades como en moldes para que la lectora confeccione sus prendas. En *Dibujo de figurines para el diseño de moda*, Elisabetta Drudi y Tiziana Paci (2007) explican que desde finales de la Segunda Guerra Mundial la moda se diversifica y difunde, generando un producto de consumo que responde a la representación del “yo” y al contexto social en el que se desenvuelve. La moda asume un valor simbólico y la ropa sirve de método de transferencia para que cada grupo y cada individuo exprese una parte de sí mismo. En este marco, los figurines obedecen a la estilización y la exageración para centrar la atención en ciertos elementos que brindan garbo y personalidad.

El análisis de las fotografías se basa en la *Teoría de la imagen periodística* de Lorenzo Vilches (1993). El autor sostiene que la foto de prensa es un texto visual cuya misión es vehicular un mensaje informativo o publicitario, una puesta en discurso de la realidad a través de un mensaje. Su estructuración visual se organiza de acuerdo a un modelo de producción de los contenidos que influyen directamente en su lectura y comprensión. La relación de espacialidad, escala, contraste y color entre la foto y la página es el lugar donde se juegan la construcción, el sentido y el significado de la información. El periódico forma un texto indisoluble y cada parte está relacionada con las demás, en consecuencia, la página del periódico se lee, en primer lugar, por su expresión en base a reglas que se constituyen en la creación y estilo del formato, la maqueta y la compaginación.

La fotografía ofrece gestos que revelan el comportamiento y éste forma parte de un ritual interactivo en tanto está codificado según convenciones sociales. La imagen es un conjunto de signos inestables, que no aparecen nunca aislados sino formando parte de un todo coherente y que necesita de la competencia activa del lector como de un contexto preciso para que su contenido se pueda estabilizar. Los significados de la imagen pertenecen a vastos campos semánticos que obedecen a interpretaciones culturales sujetas, además de la percepción, al contexto espacio-temporal de la cultura. Vilches postula que las fotografías de prensa pueden examinarse como documentos que constituyen una cultura de la comunicación. Su lenguaje se estructura en el centro de la cultura y actúa como un dispositivo de la colectividad, por ello la fotografía es memoria. En

este sentido, la fotografía puede potenciarse como una ciencia auxiliar de las ciencias sociales y, simultáneamente, concebirse como una traza informativa de su propia historia.⁴

El género como categoría de análisis posibilita develar desigualdades y cuestionar estereotipos y roles asignados. El género es aplicado según la conceptualización relacional realizada por Joan Scott (1990), como elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos y, al mismo tiempo, forma primaria de relaciones significantes de poder. Esta perspectiva apunta a lograr el sentido, considerando tanto el sujeto individual como la organización social y la naturaleza de sus interrelaciones, para comprender cómo actúa el género y cómo se produce el cambio. Scott intenta romper la noción de fijeza y descubrir las causas de la permanencia atemporal en la representación binaria del género. Los primeros estudios que vinculan género y medios de comunicación remiten a Michèle Mattelart (1982), quien en los años '80 en América Latina sostiene que prevalece el rol familiar, considerando secundario el trabajo femenino realizado fuera de la casa. (Mattelart, 1982). Investigaciones sobre las representaciones de la mujer en medios de cuatro países de América Latina concluyen que para entregar una imagen fehaciente de la diversidad de mujeres y de su aporte a la sociedad los medios deberían desarrollar directrices, códigos y otras formas de regulación que promuevan la diversidad de la imagen de las mujeres (Torres, 2000)

El enfoque utilizado demanda un análisis cualitativo para abordar una reconstrucción histórica que pone de relieve las singularidades en contenidos, discursos, estilos, diagramación y utilización de imágenes en ambas páginas. El período seleccionado se circunscribe al de la creación y afianzamiento de los flamantes espacios femeninos. La reconstrucción de la producción editorial de cada página femenina presta especial atención a las estrategias empresariales y la competencia del mercado. Para interpretar la configuración de las páginas femeninas recopilamos información, memorias y relatos en biografías y otros periódicos de la época. El estudio de los contenidos permite aprehender los matices y cambios sutiles en la representación de la mujer, para eludir una percepción que tiende a la unicidad.

El análisis de la bibliografía se complementó con entrevistas a informantes claves, es decir, periodistas varones y mujeres que se desempeñaron en el diario *La Nación* durante el período que abarca esta investigación. Las entrevistas permitieron obtener información acerca del funcionamiento de la redacción del matutino, especialmente referidas a las estrategias y a la producción editorial de las páginas estudiadas. Estos elementos permitieron comprender por qué se impulsaron, quiénes las redactaron, cómo se decidieron los contenidos, qué criterios guiaban su línea editorial y qué percepción se tenía de la sección dentro del diario. Esta información fue tratada con las herramientas de la

⁴Desde estos presupuestos se puede ampliar con Freund, Gisèle. *La fotografía como documento social*. Barcelona. G. Gili. 1993; Cuarterolo, Miguel y Longoni, Eduardo. *El poder de la imagen*. Bs. As. Foto Zoom. 1996

historia oral, que ofrece un tipo de evidencia histórica que requiere considerar con especial atención el carácter presente y subjetivo de los recuerdos personales, sometidos a la crítica, la interpretación y la consideración de los juegos de lenguaje, los silencios y las tergiversaciones. (Schwarzstein, 1991) La experiencia vital de los protagonistas de la historia recrea múltiples puntos de vista, al tiempo que genera una dialéctica entre la información y la interpretación que hace posible reconstruir el pasado de manera más realista y más justa. (Thompson, 1988)

Se analizó la información sobre ventas de periódicos obtenidas en el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC), datos que permitieron articular el aumento y disminución en la tirada y en las ventas con la edición de nuevos suplementos, como posibles estrategias para captar nuevos lectores y ampliar el mercado publicitario. Resultaron invaluable las encuestas de opinión pública de la época, conservadas en el Archivo Miguens, que cuenta con información sobre lectura de diarios y medios de comunicación.

Nuestra principal hipótesis sostiene que la incorporación de las páginas femeninas en los diarios *La Nación* y *La Razón* no obedece a cuestiones ideológicas sino a los condicionamientos impuestos por la renovación del campo periodístico y la necesidad de captar el mercado publicitario. Estas variables coyunturales impulsan a los editores a crear espacios destinados al público femenino, convocado desde diversos medios –revistas, periódicos, televisión-, tanto para no perder lectoras como para conquistar nuevas audiencias. Entendemos que para lograrlo el matutino y el vespertino apelan a la construcción de un tipo de mujer primordialmente tradicional, aunque habilitando fisuras que permiten imbricar un discurso acorde a ciertos aspectos de la modernización y a la redefinición del modelo femenino, encarnado en la joven moderna en oposición al ama de casa tradicional. Las estrategias destinadas a captar nuevas lectoras diluyen el presupuesto que atribuye públicos bien diferenciados a ambos medios, pertenecientes a sectores altos y medios-altos en el caso de *La Nación* y a sectores populares y medios en el de *La Razón*.

La bibliografía estudiada y el corpus analizado ponen de manifiesto las contradicciones y tensiones entre la apertura a los cambios y las redefiniciones en la representación de las mujeres que, sin embargo, no alteran el orden de género. La posición editorial de ambos medios está signada por la imbricación entre las dinámicas del campo periodístico, el mercado publicitario y los discursos sobre la modernización de la mujer, en un período de cambios que afectan las formas de estructuración de la sociedad, la política, la moral y las formas de vida tradicionales. (Manzano, 2010) La página femenina de *La Nación*, creada en 1957 como “La Mujer y el hogar” y denominada “La mujer, el hogar y el niño” un año más tarde expresa la intención de reafirmar el rol maternal de la mujer, en un momento en el que muchas de ellas avizoran alternativas a la vida doméstica, a través del desarrollo personal mediante la educación terciaria o universitaria o el trabajo fuera de la casa. Las

mujeres protagonistas de noticias por destacarse en el ámbito público son en su mayoría extranjeras.

El espacio “Entre Nosotras. Estrictamente para mujeres” del vespertino *La Razón*, desde su denominación y también desde el contenido, está destinado a diversos prototipos femeninos. Construye una interpelación a las lectoras apelando al diálogo y la complicidad y, en ocasiones, a formas prescriptivas. El apartado ‘Correo’, abierto expresamente a mujeres de todas las edades, aborda temas ausentes en el resto del diario como maltrato, embarazo y conflictos familiares, entre otros, a través de la supuesta voz de las lectoras. Escrito en un tono coloquial, el Correo también se ofrece como un espacio de servicios.

En ambos diarios la mujer adquiere mayor visibilidad aunque los artículos continúan pivotando básicamente sobre la tríada mujer-hogar-madre. La postura editorial de ambos medios revela una moderada tolerancia hacia la mujer trabajadora cuando su aporte resulte imprescindible para el sostenimiento económico de la familia. *La Razón* se destaca por una mayor apertura en el tratamiento de los cambios en las relaciones entre varones y mujeres, pertenecientes en su mayoría a la clase media heterogénea y móvil de los años '60. *La Nación* se dirige desde sus inicios a un público más definido, de clase media alta y alta, compuesto por mujeres arraigadas en actividades tradicionales, aunque no desestima la posibilidad de ampliar sus lectoras a una amplia clase media a la que parecen destinarse numerosas notas femeninas.

En definitiva, en este trabajo analizamos cómo influyeron la renovación del campo periodístico y la lucha por incrementar el número de lectoras en la decisión editorial de incorporar páginas femeninas en dos diarios de distribución masiva. Estudiamos las representaciones de mujer que construyen ambos medios y sus posicionamientos políticos, condicionados por las transformaciones operadas en la época en los roles femeninos tradicionalmente establecidos. Bajo el presupuesto de que los medios de comunicación actúan como agentes de socialización, esperamos contribuir con este trabajo a promover una lectura crítica de los medios para eliminar la reproducción de estereotipos femeninos que degradan a la mujer y generan desigualdad respecto de los varones.

Organización de la tesis

El primer capítulo analiza la transformación cultural y la renovación del campo periodístico. Primero, traza un recorrido por la situación socio-política del país, caracterizada por la debilidad institucional. Luego, evalúa los alcances de los cambios en la vida cotidiana. Posteriormente, analiza el curso de la prensa gráfica en general, atravesada por diversas estrategias de censura, y la presencia de las temáticas femeninas en los medios de comunicación.

El segundo capítulo trata sobre la trayectoria y el posicionamiento en el mercado periodístico de los diarios *La Nación* y *La Razón*. En segundo lugar analiza la inclusión de secciones y suplementos en los diarios como estrategias de segmentación para captar nuevos lectores y anunciantes. Luego, describe e interpreta las páginas femeninas “La mujer, el hogar y el niño”, del matutino *La Nación* y “Entre Nosotras. Estrictamente para mujeres”, del vespertino *La Razón*.

El tercer capítulo estudia dos secciones de cada diario. En *La Nación* se analizan los apartados que versan sobre temas médicos, presentados como instructivos para educar a las mujeres en su rol de madres. En *La Razón* se estudian los recuadros ‘Correo’ y ‘Charlemos’, dispositivos de diálogo con las lectoras, caracterizados por la complicidad, la ironía y la confrontación.

El cuarto capítulo aborda los cánones estéticos propuestos por los diarios a través de los apartados sobre belleza y moda. En primer lugar, se abrevia en la diversificación y difusión masiva de la moda en el período estudiado y se interpreta su valor simbólico en la construcción de identidades sociales. En segundo lugar, el análisis articula el contenido de los artículos que marcan la tendencia de moda con los anuncios publicitarios que promocionan los productos cosméticos y de indumentaria.

Capítulo 1

Transformación cultural y renovación periodística

En este capítulo presentaré el contexto social, político y económico argentino durante los años 1955-1963 para situar en él la renovación operada en el campo periodístico. En la primera parte abordaré brevemente la historia política, económica y social del período, justificando su elección de acuerdo con el concepto de época que lo contiene. En la segunda parte señalaré algunos cambios producidos en la vida cotidiana, la transformación urbana, el diseño, la decoración de interiores y las artes plásticas. En la tercera parte analizaré la dicotomía entre revolución y rebelión que, según diferentes autores, plantea la complejidad de la época. En la cuarta parte estudiaré la prensa gráfica como campo de lucha por la atribución de sentidos, permeada por los mecanismos de censura instrumentados en el período. Por último, indagaré en la relación entre mujeres y medios de comunicación.

1.1 Argentina, debilidad institucional

En Argentina, los años transcurridos entre 1955 y 1963 estuvieron caracterizados por cambios políticos, sociales y culturales disímiles y contradictorios. Los logros tecnológicos y culturales modificaron las esferas de la vida privada y pública, poniendo en crisis los más

diversos niveles de la organización social y despertando reacciones desde los sectores tradicionales y desde las propias instituciones. En lo político, el período está atravesado de manera inexorable por la proscripción del peronismo, la inestabilidad política, la debilidad democrática y la militarización de los conflictos, en un contexto latinoamericano marcado por la radicalización política iniciada a partir de la revolución cubana, mientras el mundo se sentía amenazado por el potencial conflicto de la Guerra Fría de la segunda posguerra.

Esta etapa de cambios políticos en el país se inició con el derrocamiento del segundo gobierno de Juan Domingo Perón en setiembre de 1955 por la llamada Revolución Libertadora, que marcó el inicio de dieciocho años de proscripción del partido peronista. Esta exclusión generó amplios debates en ámbitos culturales, políticos y eclesiásticos, así como antagonismos irreconciliables al interior del movimiento. Dentro de la Iglesia se profundizaron las posturas divergentes entre los grupos distanciados del peronismo y aquellos más mesurados y autocríticos, a pesar de que la postura hegemónica apuntaba a una 'recristianización de la sociedad' como camino para enfrentar al liberalismo y al comunismo. Para quienes avalaron la caída del peronismo se trató de un triunfo de la 'nación católica' ante la amenaza comunista; en tanto los sectores más moderados consideraban necesarias muchas de las reformas sociales introducidas por el peronismo y postulaban la necesidad de afrontar con decisión la cuestión social que la Iglesia había descuidado. (Obregón, 2011) Tanto para los sectores tradicionalistas católicos como para los sucesivos gobiernos representaba un problema la influencia del peronismo en todos los niveles de la sociedad y, en particular, dentro de la clase obrera. La representación sindical de los obreros se manifestó en este escenario conflictivo a través de numerosas huelgas y sabotajes como reacción ante la detención y proscripción de dirigentes sindicales y políticos llevadas a cabo por los militares. Las mismas estrategias aplicaron los sindicatos ante los recurrentes congelamientos de salarios y supresión de controles y regulaciones estatales, adoptados por los gobiernos del período en momentos de crisis. Diversas fórmulas integracionistas ensayadas durante estos años fracasaron, igual que la movilización de diversos sectores –entre los que las mujeres desempeñaron un rol importante- para lograr su reinserción en la vida política argentina.

La economía argentina transitó durante este ciclo las problemáticas del desarrollo, la dependencia –en 1956 el país ingresó a organismos de crédito internacionales- y el imperialismo, en un contexto internacional marcado por el patrón dólar y la liberalización económica. Se trató de una economía caracterizada por un crecimiento sostenido pero moderado, atravesado por ciclos de expansión y contracción separados por violentas crisis, aplacadas a través del endeudamiento externo. La modernización económica en algunas áreas generó nuevos conflictos y profundizó la ingobernabilidad aún en un marco de mayor intervención estatal. La inclusión de capitales extranjeros suscitó polémicas desde los más diversos sectores políticos y sociales, en particular acerca de las

estrategias para atraerlos y las herramientas para controlarlos. Los capitales extranjeros fueron atraídos por regímenes de promoción pero el horizonte productivo continuó siendo el mercado interno y la planificación del gobierno fue relativa, limitada a la promoción de ventajas fiscales. "... una política errática, con bruscas oscilaciones, determinadas por la capacidad de presión de cada uno de los interesados" (Romero, 2001: 154). Los gobiernos de Arturo Frondizi (1958-1963) y de Arturo Illia (1963-1966) revelaron la debilidad de la legitimidad democrática, acosados por la proscripción del peronismo, los "planteos" militares y las demandas empresariales y sindicales en defensa de sus intereses sectoriales. Frondizi aplicó la lógica del "pragmatismo institucional" (Romero, 2001) mediante el desarrollo productivo, las inversiones extranjeras y la renovación de los acuerdos entre empresarios y sindicatos. En tanto Illia puso énfasis en el mercado interno, la política de distribución y la protección del capital nacional, reduciendo las medidas de promoción al capital extranjero.

A pesar de sus efectos negativos, la apertura al capital extranjero de la etapa frondizista influyó en la transformación de los servicios, en las formas de comercialización y en los hábitos de consumo, estimulados además por la televisión en plena etapa de expansión.⁵ La inyección de capitales produjo el crecimiento acelerado de las industrias y empresas modernizadas por la nueva tecnología y con mano de obra calificada, que respondieron a la demanda en sectores clave –petroquímica, celulosa, automotriz, siderurgia, electrónica-, al mismo tiempo que se producía el estancamiento o declive de las pequeñas fábricas textiles, de calzados y de electrodomésticos. La incipiente industria nacional fabricaba heladeras, lavarropas, televisores y automóviles. En las nuevas empresas abundaban técnicos y profesionales -resultado de la expansión de la enseñanza media y universitaria-, nuevos asalariados que protagonizaban el crecimiento de la clase media. En tanto la mano de obra proveniente del nordeste y noroeste argentinos y de países limítrofes como Bolivia, Paraguay y Chile se ocupó en la construcción de obras públicas y particulares, pequeños comercios y servicios. Mientras la mano de obra masculina se desempeñaba en la construcción, en algunos servicios sería creciente la incorporación de mano de obra femenina. Parte del trabajo femenino fue inscripto en la agenda institucional cuando el gobierno de la Revolución Libertadora creó en enero de 1956 la Dirección Nacional de la Mujer, dependiente del Ministerio de Trabajo y Previsión. Esta dependencia se abocaría a garantizar la seguridad, higiene y dignidad del trabajo de las mujeres, aunque estaba orientada principalmente a quienes se desempeñaban en el

⁵ La construcción de las galerías comerciales Santa Fe (1956) y Florida (1957) también dan cuenta de un nuevo patrón de consumo. (Liernur, 2001) En 1960 iniciaron sus transmisiones los canales privados 9 y 13, ampliando así la oferta televisiva restringida hasta entonces al estatal Canal 7. (Ulanovsky, 1997)

trabajo doméstico. La dirección fue abolida por el mismo gobierno un año más tarde y retomada por Frondizi en 1958 como Dirección Nacional de Seguridad y Protección Social de la Mujer (Wainerman y Heredia, 1998).

1.2 Los cambios en la vida cotidiana

Paradójicamente, este período de ascenso del autoritarismo cobijó también la modernización social y cultural, expresada en los cambios en las costumbres sociales y en las relaciones familiares y de género. Una incipiente autonomía de las mujeres en la vida cotidiana quedó plasmada mediante su participación en la vida pública, la universidad y el mercado laboral; en cierta liberalización sexual o en la planificación familiar, posibilitada por el uso de anticonceptivos predominantemente en los sectores medios. (Barrancos, 2007; Felitti, 2006) Modernización y autoritarismo no parecían ser términos excluyentes y en este marco la inserción de las mujeres en el ámbito académico y en el mercado laboral promovió nuevas pautas familiares. (Felitti, 2006) El nuevo modelo de mujer se observa en los cambios en el estilo de vida, las relaciones familiares y la moral sexual, contrario a los mandatos instituidos acerca de los roles femenino y masculino. Este prototipo de mujer supone una mayor libertad para experimentar la sexualidad, así como expectativas de desarrollo profesional y laboral. (Cosse, 2009) Aunque los roles desempeñados por mujeres y varones revisten una transformación lenta pero persistente desde los años '20, diversas investigaciones concluyen que estos cambios no llegan a modificar sustancialmente el rol de la mujer en la sociedad. (Bontempo, 2006; Barrancos, 1999)

Para Feijoo y Nari (1996) los últimos años '50 y los '60 revelan una modernización y secularización en sentido social, marcados por las oscilaciones de convulsiones políticas y sociales, una etapa revolucionaria para la vida cotidiana de mujeres y hombres de los sectores medios por la transformación de las costumbres y la construcción de nuevas legitimidades. La incidencia de estas transformaciones se manifiesta en cambios en las relaciones de género, inaugurados por una autonomía femenina desconocida para las generaciones anteriores, que se expresa mediante la participación en la vida pública, el trabajo fuera de la casa, una creciente libertad sexual, el uso de anticonceptivos y la planificación familiar. Estos cambios culturales pusieron en debate la hegemonía del modelo familiar, basado en la división de la madre ama de casa y el varón proveedor y el matrimonio indisoluble, que había calado con especial fuerza normativa en la clase media (Cosse, 2010).⁶ Estas innovaciones encontraron una sólida resistencia desde amplios

⁶Sobre la percepción de mujeres de clase media urbana acerca de las transformaciones de la época, la distribución de los roles y prácticas entre varones y mujeres: Wainerman, Catalina. *La vida cotidiana en las nuevas familias ¿Una revolución estancada?* Bs.As. Lumiere. 2005; acerca de la participación laboral y gremial de mujeres: Lobato, Mirta. "Mujeres obreras, protesta y acción gremial en la Argentina: los casos de la industria frigorífica y textil en Berisso". En: Barrancos, Dora (comp.) *Historia y género*. Bs.As. CEAL. 1993; la política de protección de

sectores de la Iglesia católica, que vislumbran el cambio como crisis e impulsarán una serie de iniciativas para “salvar” a la familia de su decadencia, la cual, desde su óptica, proviene de la modernización social e industrial, que distiende la moral y los lazos y obligaciones familiares. (Vázquez Lorda, 2009) En las campañas de moralidad que se llevarán a cabo en los años 1960-1961 en la ciudad de Buenos Aires mediante controles en lugares de acceso libre como cines, bailes y hoteles alojamiento y en las calles, la Liga de Madres de Familia, la Liga Patriótica Argentina y el Consejo Nacional del Menor tendrán una importante intervención. (Manzano, 2005)

En estos convulsionados primeros años '60 las propuestas acerca de cambios en las relaciones familiares, estilo de vida y moral sexual hicieron posible renovar el cuestionamiento al modelo femenino tradicional o de la domesticidad, alcanzando las demandas de igualdad de género -que databan de principios de siglo XX- una amplia circulación por su difusión masiva a través de los medios de comunicación. El nuevo modelo corroe la familia tradicional proponiendo mujeres jóvenes que anhelan el desarrollo personal en los campos profesional y laboral, aunque con significados diferentes en los distintos sectores sociales. Desde la vanguardia cultural, que promueve el estudio, el trabajo y la ruptura de los tabúes sexuales, y el abanico de las amplias capas medias donde el arraigo de las costumbres más tradicionales dificultó la adopción extendida del nuevo prototipo de mujer. La valoración del trabajo extradoméstico y la realización personal, la desacreditación de la condición de ama de casa y la aceptación de la sexualidad premarital definían el nuevo modelo femenino. El proceso de modernización sociocultural tuvo una de sus aristas fundamentales en la ampliación de la matrícula escolar y universitaria, y en la expansión de los espacios de ocio y consumo. Hasta 1930 las egresadas universitarias llegaban al 5%, mientras que a mediados de los '60 alcanzaban el 30% de un total aproximado de 180.000 alumnos. (Barrancos, 2007) La inserción de las mujeres en el ámbito laboral se incrementó del 19,8% en 1947 al 21,5% en 1960, alcanzando el 25,3% en 1970. (Wainerman, 1998, Recchini de Lattes, 1980) Estas transformaciones venían operándose lenta pero persistentemente desde los años '20, aunque sin modificar de manera esencial el rol de la mujer en la sociedad (Cosse, 2010; Bontempo, 2006) Estas mujeres constituyeron una modalidad entre las variadas y contradictorias propuestas, como comprobaremos a través de las imágenes de mujer construidas en los medios de comunicación de la época.

Los datos económicos y del mercado laboral se imbrican con la transformación urbana, que afectará los más diversos aspectos de la vida cotidiana. Los cambios en la urbanización de grandes ciudades como Buenos Aires conllevaron aspectos positivos y

la maternidad durante el peronismo, con gran influencia en los años posteriores, es analizada en Di Liscia, María Herminia. “Ser madre es un deber. Maternidad en los gobiernos peronistas, 1946-1955”. En: Villar, Di Liscia y Caviglia (ed.). *Historia y género. Seis estudios sobre la condición femenina*. Buenos Aires. Biblos. 1999.

negativos, según el segmento social de que se trate. Para los sectores de clase media y media/alta la arquitectura moderna ofrece una nueva calidad de vida; se inicia la construcción de departamentos en propiedad horizontal y se expanden los barrios de casas bajas e individuales en terreno propio, que evidenciaban la articulación entre arquitectura y urbanismo.⁷ La construcción de la casa moderna entendida como dispositivo social, difundida entre los sectores altos y medios a partir de los años '30, se extenderá luego del '46 a otros sectores sociales a través de la acción del Estado. (Ballent, 1999) La decoración también ocupó un lugar importante en las preocupaciones de algunos nuevos propietarios, estimulada como veremos por los medios de comunicación. No obstante, muchos migrantes rurales sin acceso a los planes de vivienda públicos y sin capacidad para alquilar quedaron fuera de la modernidad arquitectónica y aumentaron la población de las villas miseria en el cinturón suburbano y en algunos barrios de la Capital (Gutman y Hardoy, 1992).

La distribución espacial de la población en barrios en los '50 había creado una nueva cultura urbana que habilitaba el encuentro de las familias de diferentes estratos sociales. En los clubes, las plazas, las sociedades de fomento y las bibliotecas se producía la integración del inmigrante, el porteño, el obrero, el desempleado y algunos profesionales. En los mismos barrios la expansión de la ciudad trajo aparejada no sólo la construcción de viviendas individuales sino también de talleres y fábricas de diversa envergadura. No obstante, a comienzos de los '60 se profundizó un proceso de segregación espacial de la población por el cual los grupos de mayores ingresos se fueron radicando en el centro y norte, en tanto los de ingresos inferiores habitaron la periferia sur-sudoeste. (Gutman y Hardoy, 1992) Para Francisco Liernur (2001) la idea de planificación urbana revistió cierta continuidad, aunque fragmentaria y a larguísimo plazo en la ciudad de Buenos Aires a través de los sucesivos gobiernos del período, aunque en numerosas ocasiones fue superada por las transformaciones reales de la estructura urbana y social, fundamentalmente, por la ausencia de sistematicidad en las políticas estatales.⁸

Los cambios en la urbanización y en la arquitectura fueron acompañados por innovaciones en el diseño de interiores y en los artículos hogareños. La prevalencia de la forma y los colores comenzó a formar parte de la vida cotidiana, consumidores de todos los segmentos sociales tuvieron a su alcance variedad de muebles en madera y en plástico, nuevo material de la época que permitió jugar con formas y colores. Estas innovaciones impregnaron todos los estratos sociales a través de las revistas femeninas y

⁷ Sobre la historia de la arquitectura moderna véase Liernur, Jorge Francisco y Aliata, Fernando. *Diccionario de Arquitectura en la Argentina* Buenos Aires. AGEA. 2004.

⁸ Acerca de la ciencia urbana como articulación de las dimensiones artística-arquitectónica e histórica –política, económica y social- de la ciudad, Rossi, Aldo. *La arquitectura de la ciudad*. Barcelona. G. Gili. 1982. El desarrollo arquitectónico del país puede verse en Liernur, Jorge Francisco. *Arquitectura en la Argentina del siglo XX. La construcción de la modernidad*. Buenos Aires. Fondo Nacional de las Artes. 2001.

de la influencia del creciente movimiento “Hágalo usted mismo” -frase acuñada en una feria de muestras de Londres en 1953- difundido por Europa y Estados Unidos y que fue puesta en práctica en los medios argentinos de la época. (Dormer, 1993) El confort, entendido como comodidad y habitabilidad, es considerado uno de los factores que contribuyó al proceso de modernización. Las condiciones tecnológicas y productivas permitieron el progreso de la tecnología de lo cotidiano, entendida como conjunto de las técnicas y prácticas en las que está basada la cultura material doméstica. Puso énfasis en el sentido placentero de la vida privada, confirmando la centralidad de la casa como lugar de la reproducción social y contribuyendo a consolidar la familia nuclear. (Maldonado, 1990) El renovado énfasis en la defensa de la familia nuclear desde las más variadas disciplinas, como en este caso desde la arquitectura, denota la preocupación creciente que genera el cuestionamiento a su hegemonía del modelo de la familia nuclear tradicional.

Este modelo de familia revestía carácter hegemónico pero coexistía con múltiples tipos familiares producto de una “cultura divorcista”, que legitimaba las separaciones y las nuevas uniones, fundadas en el bienestar subjetivo de la familia y en el rechazo al carácter obligatorio del matrimonio indisoluble y al mandato social de sostenimiento de la unidad familiar. (Cosse, 2010) La Ley que contemplaba en ciertos casos el divorcio vincular fue aprobada en diciembre de 1954 y suspendida por decreto por el gobierno que derrocó al peronismo en septiembre de 1955. La ley de divorcio vincular aún vigente fue sancionada recién en 1987.⁹ Las uniones consensuales y la situación de irregularidad de quienes habían contraído segundas nupcias en el exterior –que generaba además la condena moral de amplios sectores de la sociedad a los nuevos cónyuges y a sus hijos, considerados ilegítimos- formaban parte de esta sociedad. (Barrancos, 2007) De todos modos, estas relaciones que se alejan de las formas familiares prescriptas no se acotan a este período sino que son características de la sociedad argentina –y también latinoamericana- desde épocas pretéritas. (Barrancos, 2001; Cosse, 2008) Estas prácticas movilizaron a diversos sectores conservadores y tradicionalistas en los '50-'60 por su expansión y visibilidad en las grandes ciudades, producto del incremento –en muchos casos hacinamiento- de la población atraída por el desarrollo industrial y comercial.

El proceso de cambio que atravesaba y protagonizaba la sociedad argentina de los '60 tuvo en las artes visuales otro de sus destacados protagonistas. La vanguardia –expresada fundamentalmente por el Instituto Di Tella, creado en 1958- renovó el lenguaje a través de la revalorización de la figura y el color en estrecha relación con el mundo cotidiano. Para los artistas el referente estaba permeado por los cambios políticos y sociales y comenzaba a estar en la calle: el equipo de fútbol, los reclamos, los rostros de las multitudes, lo bajo, lo morboso, la destrucción que presagiaba la Guerra Fría. La

⁹ Sobre la ley de divorcio sancionada en los '40 véase Barrancos, Dora. *Mujeres en la sociedad argentina. Una historia de cinco siglos*. Buenos Aires. Sudamericana. 2007.

representación de estas preocupaciones tenía como objetivo sacudir al espectador recurriendo al uso de nuevos materiales como plástico, piedras y telas engomadas para exhibir la otra cara de la industrialización y de la cultura del consumo. El mismo sentido conformaba una nueva retórica del cuerpo que remitía a la violencia pero también al placer. El cuerpo permitía explorar los límites de lo que era posible decir y mostrar. (Giunta, 1999)

1.3 ¿Revolución o rebelión?

La historia cultural y el campo de los estudios sobre la mujer han enriquecido el conocimiento sobre las transformaciones sociales y la renovación cultural aceleradas, contradictorias y conflictivas en el plano de las costumbres sociales, desde diversas perspectivas que intentan aprehender el alcance y la diversidad del proceso de cambio. El ciclo en estudio ha dado lugar a diferentes interpretaciones, algunas radicales en cuanto le atribuyen un sesgo revolucionario (Feijoo y Nari, 1996; Gilman, 2003); otras prudentes al evaluarlo como atravesado por una rebelión ambigua y contradictoria (Cosse, 2010; Felitti, 2007; Plotkin, 2003; Pujol, 2002; Varela, 2005).

Para Sergio Pujol (2002) se trata de un época caracterizada por una contradictoria mezcla de individualismo y utopía social, de hedonismo y compromiso, que destruyó con violencia convenciones antiguas, poniendo en crisis los diversos niveles de organización humana. El autor sostiene que se imponía una idea de rebelión por parte de los jóvenes contra el mundo de los adultos, haciendo de la revolución algo excepcional, mientras que la rebelión se percibía en la vida cotidiana. El autor concluye que con sus contradicciones y claroscuros, la rebelión de los '60 fue más un fenómeno de valores cotidianos y de estilo de vida que un gran quiebre en las formas del poder. En el mismo sentido, en su estudio sobre el desarrollo del psicoanálisis en el país Mariano Plotkin (2003) relativiza los cambios producidos en el período. Aunque destaca el rol de la disciplina en la legitimación de la discusión pública de temas otrora tabúes, su análisis revela que los discursos vigentes en la época no desafiaban los valores tradicionales en temas como las relaciones entre los sexos, la familia patriarcal y el lugar de la mujer en la sociedad. El autor sostiene que ideas y un lenguaje moderno legitimaban estos modelos, por lo cual atribuye el éxito del psicoanálisis a la combinación de modernidad y tradición.¹⁰

La modernidad había traído consigo la televisión, que desde su primera transmisión en el país en 1951 impulsaría mutaciones en el escenario de los medios gráficos y radiales. Para el período que nos ocupa, Mirta Varela interpreta que la televisión optó por una

¹⁰En conexión con estos postulados Isabella Cosse reflexiona sobre la brecha entre las prácticas sociales y las normativas jurídicas en torno al divorcio en "Una cultura divorcista en un país sin divorcio. La Argentina (1956-1975). En Cosse, Felitti y Manzano (ed.) *Los '60 de otra manera: vida cotidiana, género y sexualidad en Argentina*, Buenos Aires, Prometeo, 2010.

modernidad recatada, articulando de ese modo un momento de cambios sociales vertiginosos con el tradicional esquema familiar. La autora entiende los cambios operados en la televisión local como una pátina modernizadora, exhibida a través de peinados, objetos, poses, planos, espacios, formas, decorados. Los programas ponen en escena la estrechez económica, la juventud -en el marco de relaciones familiares conservadoras-, la joven esposa, el amor femenino, la moda, los espacios privados del hogar. (Varela, 2005) El análisis de Karina Felitti centrado en el debate médico sobre anticoncepción en los sesenta también abona la interpretación de una etapa de utopías y rebeliones que encontraron límites y resistencias. Años en los que convivieron la modernización y el autoritarismo, época de tensiones entre un nuevo clima de ideas sobre lo moralmente permitido, las formas de concebir el cuerpo y de considerar la sexualidad y el placer; y las concepciones tradicionales que ligaban el sexo a la procreación (Felitti, 2007).¹¹

Dora Barrancos atribuye las características de *época* a los casi veinte años de proscripción del peronismo, durante los cuales la democracia formal fue interrumpida por golpes militares. La investigadora sostiene que esos años mostraban una suerte de volcanes en ebullición por la exclusión de las masas que, privadas de manifestación política formal, constituían un acicate para la exacerbación de las conductas. El libro analiza exhaustivamente los roles desempeñados por las mujeres como actores sociales y políticos en diferentes organizaciones, permeados por profundas transformaciones y contradicciones (Barrancos, 2007).

Los estudios mencionados muestran la significación del período histórico elegido en este trabajo, caracterizado por prácticas políticas y culturales cuyas acciones, en muchos casos, pivotaron sobre la idea de transformación radical de la sociedad. Gilman (2003) problematiza el recorte y el límite de los lapsos temporales fechados por puros acontecimientos y remite a la conceptualización de la época en términos de una historia de las ideas como campo de lo que es públicamente decible y aceptable, en tanto 'genera las condiciones para que surja un objeto de discurso'. La autora aborda de acuerdo con su concepto de *época* el bloque temporal abierto en América Latina por la revolución cubana y clausurado por el comienzo de las dictaduras iniciadas con el golpe militar en Chile en 1973.

"El bloque de los sesenta/setenta, así, sin comillas, tiene un espesor histórico propio y límites más o menos precisos que la separan de la constelación inmediatamente posterior. Se trata de un lapso relativamente breve, de un enfoque de la cortísima duración para entender la continuidad interna en la que convergen coyunturas políticas, mandatos intelectuales, programas estéticos y expectativas sociales que modifican los parámetros institucionales y modos de leer y producir literatura y discursos sobre la historia". (Gilman, 2003: 35)

¹¹ Como parte de sus estudios sobre el tema, véase también Karina Felitti, "El control de la natalidad en escena: Anticoncepción y aborto en la industria cultural de los años sesenta". En: Cosse, Felitti y Manzano (ed.) *Los '60 de otra manera: vida cotidiana, género y sexualidad en Argentina*, ob. cit.

Se trata de una época en la que la autora citada encuentra una misma estructura de sentimiento (Williams, 1980), la percepción en distintos lugares del mundo de la inminencia de transformaciones radicales en la política, las instituciones, el arte y la subjetividad. Desde fines de la década del '50 la Revolución en Cuba, el inicio de la descolonización africana y los diversos brotes de rebeldía juvenil permiten entender los cambios en las relaciones institucionales, políticas, sociales y económicas. Sergio Pujol (2002) discute las convenciones que determinan el ordenamiento del tiempo histórico en décadas, periodizando la etapa de su estudio entre el gobierno de Frondizi y la caída de Onganía. Caracteriza al período como un tiempo de notable conciencia histórica y de rebelión cotidiana y recoge testimonios que recuerdan “un período dorado de la civilización”, con logros tecnológicos y artísticos que modificaron para siempre las esferas privada y pública de la vida humana. Pujol (2003) también aborda las particularidades y contradicciones de la adhesión de los jóvenes argentinos a “una cierta identidad juvenil mundial” de la época, que para el ámbito local denomina “sensibilidad colectiva afectada al concepto de fisura o brecha generacional”. El autor sostiene que entre “la esperanza frondizista y el oscurantismo de López Rega” estos jóvenes “participaron de una misma trama cultural, refractando un imaginario social signado por una urgente sed de futuro”.¹²

Tanto Gilman (2003) como Pujol (2002) realizan un recorte temporal desde una mirada latinoamericanista, que puede asociarse -desde una perspectiva global- con la denominada por Eric Hobsbawm “*edad de oro*” del capitalismo, comprendida para el historiador entre 1945 y 1973, desde el fin de la Segunda Guerra Mundial hasta la culminación del ciclo de expansión económica de la posguerra. Esta etapa fue caracterizada por el autor como un ciclo económico, político, social, demográfico y cultural en el que se desarrollan los sistemas de protección social en los países capitalistas avanzados, se inicia la descolonización en África, comienza la “guerra fría” y se acelera el desarrollo tecnológico (Hobsbawm, 1998).

Desde el análisis de la evolución del campo cultural argentino durante los años '60, Silvia Sigal (1991) señala una primera fase iniciada con el derrocamiento de Perón en 1955, con la apertura a la modernización económica y cultural, y ubica alrededor de 1958 la crisis de la unidad forjada en el antiperonismo y la movilización política alrededor de la candidatura a la presidencia de Arturo Frondizi, junto al horizonte abierto por la revolución cubana. Por su parte, Daniel James (2003) demarca el período histórico que se desarrolla entre el derrocamiento del gobierno de Juan Domingo Perón por la Revolución Libertadora en 1955 y el golpe militar de 1976. Los autores que integran el volumen temático que James dirige indagan en distintos componentes de la sociedad de esa época, analizando

¹²La expansión de la música orientada a los jóvenes y las prácticas de ocio y consumo pueden verse en: Manzano, Valeria. “Ha llegado la ‘nueva ola’: Música, consumo y juventud en la Argentina, 1956-1966. En: Cosse, Felitti y Manzano (ed.). *Los '60 de otra manera: vida cotidiana, género y sexualidad en Argentina*, ob. cit.

el desarrollo económico, el crecimiento demográfico y la urbanización de las grandes ciudades, el aumento de la conflictividad social y la emergencia de una cultura juvenil signada por la rebeldía. Las crecientes politización de los jóvenes, polarización política y escalada de la violencia estuvieron guiadas por la confianza en el cambio político.

En suma, la complejidad de la época en estudio se pone de manifiesto en las diferentes interpretaciones. Algunos autores ponen el énfasis en el carácter revolucionario de la época a partir del análisis de las condiciones que hicieron posible la transformación de las costumbres, la construcción de nuevas legitimidades y la emergencia de un nuevo tipo de discurso. En tanto, la mayoría de los investigadores citados relativizan la profundidad de los cambios e interpretan que la época estuvo caracterizada por una rebelión cotidiana ambigua y contradictoria. Sus reservas ante el concepto de revolución se basan en la interpretación de las transformaciones como cambios en los valores cotidianos y de estilo de vida, más que en las formas del poder y de los valores tradicionales, que operaron como límite ante la posibilidad de una transformación radical de la sociedad en general.

La elección del período 1957-1963 para este trabajo se fundamenta en la incorporación y consolidación en estos años de las páginas femeninas en los diarios *La Nación* en 1957 y *La Razón* en 1961, en un contexto en el que la mujer comienza a alcanzar nuevos roles y a ocupar espacios que antes le estaban vedados en la vida pública. Teniendo en cuenta que el estudio de los medios de comunicación se ha revelado de especial importancia en este período por la expansión de la prensa gráfica, analizaremos cómo estos medios dieron cuenta y a la vez intervinieron en las discusiones sobre el lugar de la mujer en la sociedad. La inclusión de estas nuevas páginas no parece arbitraria, ya que el estudio del campo periodístico de la época nos habilita a proponer que los diarios disputaron, mediante la segmentación de la información -destinada a diferentes públicos-, un segmento de lectoras que estaba siendo seducido por las revistas. Las mujeres resultaban cada vez más importantes para la propia dinámica de mercado de los diarios porque les permitía incrementar tanto el número de lectores como de anunciantes.

1.4 La prensa gráfica

Para ampliar la comprensión de los cambios culturales del período resulta de particular interés el estudio de los medios de comunicación, entendidos como intervenciones técnicas y políticas en el proceso de asignación de sentidos que permiten observar cómo lo público y lo privado se entrelazan narrativamente (Silverstone, 2004). Los antecedentes de investigación coinciden en señalar que desde finales de los años cincuenta comienza un momento de renovación en el periodismo (Ford y Rivera, Ulanovsky, Pujol, Plotkin, Varela).

Ford y Rivera (1985) sostienen que los cambios operados en el periodismo argentino durante los '60 estuvieron abonados por las inversiones de capitales extranjeros, la expansión y profesionalización del campo publicitario y la internacionalización de los contenidos y técnicas gráficos.¹³ En la misma línea interpretativa, Ulanovsky (1997) entiende que para mediados de los '50 se inaugura en el país el periodismo moderno, impulsado por la renovación generacional que supuso la incorporación de jóvenes universitarios al periodismo, la profesionalización de los periodistas y los avances técnicos. Los nuevos periodistas intentarán hacer más accesible el lenguaje especializado de todas las secciones de diarios y revistas, y en la misma búsqueda, algunas notas también comprenderán diferentes géneros, desde entrevista y crónica hasta testimonio y análisis.

Pujol (2002) plantea que aunque implacable en otros aspectos de la vida social y política, el golpe del '55 abrió un capítulo más favorable que el de antes para el periodismo. El autor sustenta su interpretación en la reconfiguración de la prensa como objeto de consumo en sí misma, y en la “avalancha” de revistas de actualidad, literarias y femeninas como resultado de la emergencia de un caudal de lectores producto de décadas de alfabetización¹⁴, entre otros factores locales y externos. La prensa gráfica activó además el consumo cultural mediante la articulación de abundante información del país y del exterior, a través de publicaciones muy variadas tanto en su contenido como en el público al que estaban dirigidas. Para Ulanovsky (1997) a pesar de haber padecido las consecuencias de las recurrentes crisis económicas y las dificultades en la provisión de papel, las empresas periodísticas interpretan la necesidad de los lectores de saber que sucedía en su entorno y entender la dimensión de las transformaciones que afectaban sus vidas.

Diarios y revistas propusieron al lector un recorrido más ágil y diverso, variedad de recursos tipográficos, mayor espacio para el comentario, la nota de color, la apostilla cultural y páginas de vida cotidiana, que se hicieron eco de las transformaciones de la época. Las notas sobre vida cotidiana abordaron temas hasta entonces ignorados como el psicoanálisis, la sexualidad, los roles genéricos, la psicología infantil y los nuevos tipos sociales. Para Pujol (2002) la gran novedad fue el liderazgo alcanzado por las revistas, que obligó a los diarios a tomar de ellas algunos elementos para modernizarse, ya que el flujo constante de nuevas revistas llegó a poner en jaque a muchos periódicos.¹⁵ Cosse

¹³A modo de ejemplo puede señalarse que la Editorial Haynes contaba con capitales ingleses. Por su parte, Editorial Abril se asocia con Time-Life y Mondadori para el lanzamiento en el país de la revista Panorama en 1963 (Ulanovsky, 1997: 154).

¹⁴Un detallado estudio sobre este proceso en las décadas previas a nuestro período ofrece Armus, Diego (comp.). *Mundo urbano y cultura popular. Estudios de Historia Social Argentina*. Bs.As. Sudamericana. 1990

¹⁵Para ampliar este tema: Ballent, Anahí. “La triple modernización de Claudia”. Ponencia presentada en el Encuentro Los '60 de otra manera: vida cotidiana, sexualidades y género en la Argentina. Bs.As. 2008; Sobre la representación de la mujer en la revista Para Ti desde fines

(2010) consigna que en 1958 se vendían mensualmente en el país casi cinco millones de revistas. El suceso de *Primera Plana*, editada desde 1962, mostró la opción del periodismo por la subjetividad y la crítica, perspectivas desde las que trató en profundidad temas como la sexualidad, los roles de género, la psicología infantil y el ocio en las grandes ciudades. (Plotkin, 2003).¹⁶

Las variaciones en las perspectivas y el contenido de los artículos periodísticos fueron acompañadas por importantes transformaciones en el diseño gráfico, que afectaron tanto el área editorial como publicitaria. El diseño estableció una relación sinérgica entre los componentes de un texto -idea, texto, arte y tipografía-, logrando que palabra e imagen se fusionaran en la expresión conceptual de una idea. Se acentuó en esta época la tipografía figurativa, que utiliza las letras o palabras como objetos y viceversa. (Meggs, 1991)

Un rasgo singular de la renovación periodística lo constituye la articulación entre periodismo y literatura, en un momento de esplendor de la industria editorial argentina, mediante el aporte literario de una generación de periodistas que eran o querían ser escritores. En consecuencia, el cruce de la ambición literaria con una demanda periodística en expansión situó a la prensa gráfica en un sitio privilegiado de la comunicación social. El auge de la literatura en los '60 será para Pujol (2002) uno de los factores que hará posible el esplendor del periodismo, impulsados ambos fenómenos por el paradigma escritural, la herencia de muchos años de alfabetización, la producción literaria y la lectura promovida desde la escuela y otros agentes mediadores como las bibliotecas populares, las revistas de actualidad que ofrecían abundante literatura, los diarios con literatura dominical y/o por entregas, y los ateneos literarios. El autor sustenta su análisis en la ampliación de la matrícula universitaria y la creación de EUDEBA en abril de 1958, que obedeció a una línea curricular en sus inicios y pronto se convirtió en un sello masivo que apuntó a la integración de la vida universitaria al resto de la sociedad. Para Ulanovsky (1997), el nuevo periodismo de los '60 crea el género no ficción, ubicado entre la realidad del periodismo y la ficción de la literatura, en el que la importancia radica en la verosimilitud de un episodio o de un personaje y donde hasta el propio autor se convierte en uno de los protagonistas. Pujol (2002) remite ese nuevo periodismo a las experiencias de Truman Capote con *A sangre fría* y Norman Mailer con *Los ejércitos de la noche* en Estados Unidos, y a nivel local, a las obras de Rodolfo Walsh *Operación Masacre*, *Caso Satanowsky* y *¿Quién mató a Rosendo?* como pilares del ensamble entre discurso periodístico y literatura.

de los '60 hasta principios de los '80: Margulis, Paola. "La piel busca sus formas". Tesina 1345. UBA. 2003.

¹⁶Análisis sobre *Primera Plana* pueden verse en Ulanovsky, Carlos. *Paren las rotativas*. Bs.As. Espasa Calpe. 1997; Alvarado, Maite y Rocco-Cuzzi, Renata. "Primera Plana: el nuevo discurso periodístico de la década del sesenta". *Punto de Vista* N° 22. Bs. As. Diciembre 1984. Acerca de la redefinición de la moral en los medios: Cosse, Isabella. "Una revolución discreta. El nuevo paradigma sexual en Buenos Aires (1960-1975)". *Revista Secuencias*. Instituto de Investigación Dr. José María Luis Mora. México. (en prensa).

1.5 Censura

Como una muestra más de las ambigüedades de la época, un rasgo que la caracterizó fue la profundización de las estrategias para aplicar la censura que, en diferentes grados, instrumentó cada gobierno. La clausura de diarios, la persecución de periodistas y la intervención de empresas periodísticas por el gobierno de turno se sucedieron durante el período. Los mecanismos de control comprendieron medidas económicas e impositivas, factibles en un mercado cuya demanda nunca logró ser abastecida por la fabricación nacional de papel. Entre otras, la restricción a la importación o al consumo de papel, el establecimiento de cupos (que provocó la reducción de páginas y ediciones en numerosos diarios y revistas) y el incremento de los aranceles de importación.

El período en estudio fue interpretado por Andrés Avellaneda (1986) en su indagación sobre la evolución del discurso de censura cultural, como etapa acumulativa del discurso de censura –sistematizado luego a partir de 1974- en la cual el Estado entendía que la juventud, el arte, la cultura y la educación podían ser penetradas por ideologías foráneas. Estas aparecerían como alternativas ideológico-políticas ante la crisis de consenso y de poder producida por la quiebra del sistema político oligárquico en los '40, el surgimiento de nuevos grupos sociales producto del proceso de industrialización y las demandas de los sectores urbanos y rurales en transformación. Estos cambios profundos produjeron reacciones que en todos los gobiernos contaron con el apoyo de las fuerzas armadas, cuya intervención recrudeció a partir de 1960. Esta estrategia por mantener el statu quo tendrá su corolario sangriento en la feroz represión de los setenta.

La lenta pero persistente constitución del discurso de censura, cargado de imprecisiones aunque por eso mismo omnipresente, indujo además a la autocensura de los productores culturales. Las manifestaciones de estos actos de censura son analizadas por Avellaneda, además de en escritos oficiales, en textos no oficiales que subrayan, explican o inducen desde afuera la acción del Estado. Este se erigía como garante de los valores argentinos atinentes a la moral, la sexualidad, la familia, la religión y la seguridad nacional ante los peligros de las tendencias extranjeras en expansión en la época, entre las cuales el comunismo era considerado la ideología de la penetración.

En su análisis de la formación de la nueva izquierda intelectual argentina en el período que nos ocupa, Terán (1993) sostiene que la identificación del ámbito cultural como uno de los puntales de la penetración subversiva impulsó las prácticas de vigilancia, control y represión. Para este autor la violencia de las ideas de la época, expresadas por grupos de intelectuales de diferentes tendencias, puso de manifiesto la imposibilidad de las clases dominantes de resolver la crisis desatada por la proscripción del peronismo, que llevaba implícita la negación de la legitimidad del oponente, e impidió resolver los conflictos políticos. La articulación entre política y actividad intelectual se profundizó durante el

período merced a la presencia de los intelectuales en el campo social, cuestionada duramente por vastos sectores tradicionales y autoritarios, que propugnaban el distanciamiento entre política e intelectuales. Terán refiere las proscripciones, la prohibición de periódicos y allanamientos de locales, con independencia del sector contra el cual se ejerciera. Para el autor, en los primeros años '60 se fue institucionalizando un pesado andamiaje represivo de la cultura que quedó testimoniado en las prácticas de censura instrumentadas a lo largo del período. Fueron recurrentes en esta etapa los operativos de las fuerzas de seguridad en su inagotable tarea de secuestrar libros, revistas y periódicos, allanar editoriales o prohibir películas (Terán, 1993).¹⁷ Al respecto, Manzano (2005) profundiza la investigación y recuerda las campañas moralizadoras de 1960-1961

Bajo el gobierno de la Revolución Libertadora, en 1957, fue asesinado el abogado del diario *La Razón* Marcos Satanowsky. El profesional había patrocinado en el reclamo judicial por la restitución de las acciones del diario a Ricardo Peralta Ramos, director y accionista mayoritario en 1946, cuando las acciones del diario pasaron a manos de un funcionario del gobierno peronista. Las pruebas de la venta nunca se presentaron y el diario fue devuelto a la familia Peralta Ramos. Los autores del crimen –presuntamente miembros de servicios de inteligencia, no fueron condenados-.¹⁸ En el caso del diario *La Prensa* parecen prevalecer los intereses políticos y la lucha por el poder por sobre la legalidad. El diario fue devuelto a sus propietarios, la familia Gaínza Paz, por la revolución Libertadora en 1956, luego de la expropiación aprobada por ley en 1951 durante el gobierno peronista. Desde esa fecha hasta su restitución el diario fue conducido por la Confederación General de Trabajo (CGT).

Ulanovsky (1997) sostiene que, a pesar de la censura que atraviesa la época, se fueron imponiendo la necesidad y el valor de informar en libertad. La mayoría de las publicaciones padecieron sanciones, interrupciones en su salida, escaso apoyo publicitario, clausuras, expropiaciones, secuestro de ediciones y prohibiciones por decreto –fue el caso de la revista cultural *El Grillo de Papel* en el marco del Plan Conintes durante el gobierno de Arturo Frondizi. El diario *Democracia* fue expropiado en 1956; los bienes de *Sintonía* fueron incautados en 1956; la revista *Che* fue clausurada en 1961; Editorial

¹⁷ Las medidas represivas del gobierno de facto de Onganía en: Barrancos, Dora. *Mujeres en la sociedad argentina. Una historia de cinco siglos*. Bs.As. Sudamericana. 2007; Felitti, Karina. “El placer de elegir. Anticoncepción y liberación sexual en la década del sesenta”. En: Gil Lozano, Fernanda y otros. *Historia de las mujeres en la Argentina*. Bs.As. Taurus. 2000; Ulanovsky, Carlos. *Parén las rotativas*. Bs.As. Espasa Calpe. 1997. El autor también recopila los eufemismos a los que debían apelar los periodistas para eludir la censura cuando los artículos se referían al peronismo.

¹⁸ Sobre este hecho el periodista y escritor Rodolfo Walsh publicó una serie de notas en la revista *Mayoría*, en 1958 -donde expone su propia investigación- que luego conformarían el libro *Caso Satanowsky*, editado en 1973.

Haynes, identificada con el gobierno peronista y responsable del diario *El Mundo* y de más de una decena de revistas, fue intervenida por la Revolución Libertadora.¹⁹

1.6 Las revistas

El cambio cualitativo y cuantitativo producido en el mercado de revistas argentino es inscripto por Pujol (2002) en un marco internacional signado por las renovaciones de *Time*, *L'Express*, *Newsweek* y *Der Spiegel*, entre otros medios de trascendencia e influencia internacional.²⁰ La “avalancha” de revistas a la que alude este autor se pone de manifiesto en la variedad de la oferta –literarias, políticas, femeninas, deportivas, infantiles, historietas, humor, interés general, campo, fotonovelas, decoración, manualidades- que superó los 5 millones de ejemplares en 1958 y se estabilizó en 4,6 millones entre 1960 y 1963 (Instituto Verificador de Circulaciones).²¹ Un relevamiento de las revistas editadas en los años '50 y '60 se incluye en el Anexo de este trabajo.

Las revistas femeninas en su mayoría ostentaban una larga trayectoria aunque en el marco de la renovación periodística surgieron nuevas opciones. *El Hogar* (Ed. Haynes, 1904-1957) y *Para Ti* (Ed. Atlántida desde 1922) mantienen sus características tradicionalistas, en tanto *Vosotras* (Ed. Korn, desde 1936) -destinada a lectoras de menores recursos- intenta modernizarse. Compiten en el mercado *Chicas* (desde 1948), *Damas y Damitas* (desde 1939), *Chabela* (desde 1939), *Temporada* (años '60), *Femirama* (1960), *Maribel* (desde 1909). Editorial Abril lanza *Claudia* en 1957, que articula tradición y modernidad, dirigida a mujeres de la clase media en ascenso.²²

1.7 Los diarios

Si el mercado de revistas evidenció un crecimiento exponencial durante el período en estudio, la variedad de diarios de que disponía el público lector completaba un campo periodístico por demás elocuente de la avidez por la información. Matutinos y vespertinos se disputaban el público recurriendo a las más diversas estrategias periodísticas y gráficas –como veremos en el Capítulo 2-, urgidos además durante este ciclo por la competencia

¹⁹ Sobre esta problemática, véanse las biografías profesionales de Laíño, Félix. *Secretos del periodismo*. Bs.As. Plus Ultra. 1986; Rotenberg, Abrasha. *Historia confidencial*. Bs.As. Sudamericana. 199; Maceira,

Enrique. *“La Prensa” que he vivido*. Bs. As. Dunkin. 2004. Estos y otros casos en Ulanovsky (1997) y Pujol (2002).

²⁰ Según datos de la Asociación Argentina de Editores de Revistas (AAER) en 1963 se vendieron en el país más de 5 millones de revistas extranjeras (Pujol, 2002:92).

²² Análisis de Revista Claudia en Cosse, Isabella (2011) (ob.cit.); Scarzanella, Eugenia (2009^a) (ob.cit.) Ballent, Anahí. 2008 (ob.cit.)

con la televisión en la captación de audiencia y, por ende, de anuncios publicitarios. En la caracterización de los diarios matutinos y vespertinos realizada por Félix Laíño (1986), el diario de la mañana es evaluado como un servicio del que no se puede prescindir, un medio reflexivo que informa y orienta, entablando así un diálogo cotidiano con sus lectores. En tanto, el diario vespertino brinda una apertura más superficial sobre el país y el mundo, con la ventaja de poder anticipar las noticias a medida que se producen.

Los matutinos disponibles durante el período en estudio alcanzaban una tirada que excedía el cuarto de millón de ejemplares diarios cada uno. *La Prensa* (325.313 en 1958, 235.620 en 1963); *La Nación* (256.475 en 1958, 222.393 en 1963), *El Mundo* (167.838 en 1960, 262.054 en 1963) y *Democracia*. Entre los vespertinos se editaban *Crítica*, *La Razón* (promediaba los 500.000 ejemplares), *Noticias Gráficas*, *Correo de la Tarde*, *Crónica* (fundado en julio de 1963, 114.000 ejemplares) (Instituto Verificador de Circulaciones). Como referentes para abordar el estudio de los diarios contamos con las minuciosas investigaciones que para otros períodos realizaron Sylvia Saítta (1998) sobre *Crítica* en la década de 1920, Ricardo Sidicaro (1993) sobre *La Nación* y Carlos Ulanovsky (1997) acerca de los grandes diarios y revistas argentinos.

En *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, desde una perspectiva histórica Saítta (1998) estudia las prácticas periodísticas y estrategias discursivas del medio. Realiza un análisis profundo de los suplementos temáticos cuya edición puede comprenderse merced a la contextualización que la autora construye para cada caso, que permite relacionar la edición de estos espacios con el surgimiento de nuevos públicos en diferentes períodos. En 1927 el diario incorpora la sección dirigida a la mujer “Charlas para el sexo débil” –escrita por hombres–, decisión que para la autora demora en tomarse ante la dificultad que implicaba para el diario la interpelación a un público femenino al que se suponía poco proclive a la compra y lectura de diarios. Un año más tarde la sección “Ellas escriben. Colaboración de la mujer argentina” invita a las lectoras a escribir artículos periodísticos. Carente de la repercusión deseada desaparece en poco tiempo y el medio opta por transitar un camino ya recorrido por otros diarios, ofreciendo a las mujeres espacios referidos a la cocina, moda, belleza y hogar.

Paula Alonso (2004) realiza un relevamiento de panfletos, diarios y revistas desde 1820 hasta 1920 para comprender el papel que cumplieron las construcciones impresas en el complejo proceso que llevó a la conformación de los estados nacionales en América Latina, bajo la premisa de que las publicaciones y sus discursos deben ser analizados en el contexto específico de su edición y circulación. La autora rescata la importancia del lugar que ocupó la prensa en esa etapa, evalúa los alcances y el impacto que las construcciones impresas tuvieron en la sociedad y en la política de entonces, análisis que le permiten aseverar la pertinencia de la prensa como fuente y objeto de investigación.

En *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación (1909-1989)* Sidicaro (1993) realiza un análisis sociológico que le permite interpretar que en este período el diario se erigió como orientador intelectual de la clase dirigente argentina. El diario es estudiado como matriz de decodificación de los hechos sociales que organiza el conocimiento sobre una realidad que al mismo tiempo construye, para ofrecer al lector formas de ver el mundo social. La Nación ocupó el lugar de reflexión, sistematización y difusión de las ideas liberal-conservadoras, en una constante tensión entre tradición y estrategia. Para el período que nos ocupa, Sidicaro interpreta que el diario fue un actor político e intelectual en cuyo pensamiento se reflejó la confusión reinante en los sectores sociales y políticos que le eran más próximos, perdió distancia de los intereses de las categorías dominantes y se hizo caja de resonancia de discursos corporativos.

Acerca de los grandes diarios y revistas argentinos resulta ineludible la historia construida por Ulanovsky (1997), donde articula datos de archivo y testimonios de periodistas que se desempeñaron en los medios estudiados. El autor contextualiza el surgimiento de los medios en cada coyuntura social, política y económica, brindando un exhaustivo análisis sobre su papel en cada etapa. Esta perspectiva alienta la lectura crítica de los medios y se convierte en una herramienta para organizar y profundizar la búsqueda de las fuentes necesarias para una investigación particularizada. En el capítulo “El diario de las mujeres”, Ulanovsky señala los años ’60 como etapa de importante acercamiento de mujeres a las redacciones, cuando los medios tratan de interpretar el clima de cambios que comprende el debate del papel de las mujeres en la sociedad, en los trabajos y en el matrimonio.²³ Este apartado recrea el desempeño de periodistas y escritoras en revistas como *Claudia*, *Mundo Argentino*, *Damas y damitas*, *Qué*, *Primera Plana*, *Confirmado*, *Maribel*, *Anahí* y *Nocturno*. Resultan de particular valor para nuestro trabajo los procesos de cambio que observa el autor en las páginas femeninas de los diarios y las referencias a periodistas que trabajaron en ellas. Es el caso *El Mundo*, *Clarín*, *La Nación*, *La Opinión*. La página femenina del diario *La Razón* no está contemplada en esta reseña.

1.8 Lo femenino y los medios de comunicación

El estudio de los discursos en las páginas para la mujer de los diarios no ha sido abordado como línea de investigación. Sin embargo, existen antecedentes en relación a la temática de las mujeres y los medios de comunicación. Por un lado, algunos de ellos están centrados, principalmente, en las dificultades que aquellas encuentran para insertarse en este medio laboral o, en caso de lograrlo, en el grado de participación que alcanzan como

²³Sobre estos temas, véanse Plotkin, Mariano. *Freud en las Pampas. Orígenes y desarrollo de una cultura psicoanalítica en la Argentina (1910-1983)*. Bs.As. Sudamericana. 2003; Suárez, Juan Carlos. *La mujer construida: comunicación e identidad femenina*. Sevilla. Mad. 2006

productoras de discursos.²⁴ Por el otro, presentan un relevamiento histórico del surgimiento de los medios, convirtiéndose en referencias ineludibles para aprehender las condiciones de producción en cada caso particular. Ante la escasez de trabajos de investigación específicos acerca de páginas para la mujer hemos recurrido a los estudios sobre revistas femeninas de diferentes épocas, que han concitado mayor interés en el campo académico.

La temática femenina en otro momento de cambios culturales e incertidumbre fue analizada por Paula Bontempo (2006) en su estudio del surgimiento de la revista *Para Ti* en 1922, donde indaga en particular la problemática en torno al cuerpo para estudiar la construcción de la mujer moderna de la época realizada por la revista, así como sus estrategias para imponerse y mantenerse en el mercado. Para la autora, el medio se convirtió en una revista de servicios multipropósito para la mujer moderna, operando como guía para la resolución de cuestiones cotidianas y en la difusión de nuevos hábitos y pautas de consumo. La mujer a la que se dirigía *Para Ti* era el ama de casa, saludable y profesional del hogar y de la maternidad en un momento; y atenta tanto a la apariencia de su cuerpo como a la atención del hogar y los hijos en una etapa posterior.

Eugenia Scarzanella (2009) estudia las publicaciones de la Editorial Abril, donde rescata el rol de las mujeres en la producción y en el consumo cultural de la época peronista a través de entrevistas a trabajadores que se desempeñaron en la empresa y el análisis de las revistas. El artículo analiza la revista de fotonovelas *Idilio* y la revista de moda y actualidad *Claudia*, creada en junio de 1957, que para la autora da comienzo a una nueva época, una nueva modernidad que las tradicionales revistas femeninas ya no representaban. Otra investigación de Scarzanella (2009a) indaga en la historia de la misma editorial -desde su creación en 1941 hasta su venta en 1976- para confirmar la importancia de las redes en la historia de la emigración. Editorial Abril pertenecía a Cesare Civita, judío italiano emigrado a la Argentina a causa de la persecución racial, quien no pudo sostener la empresa debido al desfavorable contexto económico y político de 1976. El análisis recorre las distintas publicaciones entre las que *Claudia* se revela como una de las más trascendentes por su propuesta de un nuevo modelo de mujer 'liberada' que se nutre de ejemplos europeos y estadounidenses. La autora subraya que la revista femenina era de vanguardia incluso desde el punto de vista gráfico, elegante por sus contenidos y por la estética de las tapas y por los servicios en colores.

Un análisis de la revista *Claudia* en tanto innovación en el campo del periodismo y de la imagen de mujer es abordado Isabella Cosse. (2011) El artículo analiza esta doble renovación en función de una preocupación más amplia por los cambios culturales de los años sesenta, especialmente los referidos a la imagen femenina y al papel jugado en ese

²⁴Estos abordajes pueden encontrarse en: Fainholc, Beatriz. *La mujer y los medios de comunicación social*. Bs.As. Humanitas. 1993; Bach Arús, Marta y otros. *El sexo de la noticia*. Barcelona. Icaria. 2000.

proceso por los medios de comunicación y el mercado editorial. La autora destaca las transformaciones operadas en la revista a través del período, impulsadas por la competencia del mercado editorial y por las nuevas concepciones sobre la condición femenina de la época para mantener la fidelidad de la revista con su público. La mujer moderna interpelada por *Claudia* era de clase media identificada con la apertura cultural y la disposición al consumo como vías para mejorar su estatus social, aunque el objetivo de conservar a las lectoras más tradicionalistas motiva la convivencia de contradictorias imágenes de mujer.²⁵

Cosse (2009) también compara los modelos femeninos en revistas de interés general como *Primera Plana*, *Panorama* y *Confirmado*, y en *Para Ti* y *Vosotras*, destinadas al público femenino. Analiza la difusión en estos medios de la transformación del modelo femenino de mujer vigente al de las mujeres jóvenes, independientes y modernas. El primer grupo de revistas intentó erigirse en exponente de la modernización promoviendo mujeres liberadas y modernas, mientras que las revistas femeninas convencionales contemplaron la aceptación social del nuevo prototipo y al mismo tiempo, aunque con diferentes perspectivas, mostraban los límites a la impugnación del modelo familiar doméstico.

Para la Argentina de los años '40-'50, Catalina Wainerman (1983) analiza la definición de la mujer y su relación con el mercado de trabajo mediante el estudio comparativo de los mensajes en las revistas *El Hogar* y *Para Ti* entre los años 1946 y 1950. Las dos revistas reproducen temas característicos de la prensa femenina como el corazón, la moda, la belleza, los consejos prácticos y la cultura, con diferencias en los espacios otorgados a cada uno aunque coincidentes en cuanto a las orientaciones valorativas respecto de la mujer y el trabajo. En ambas la mujer tiene como objetivo conseguir un marido porque no es considerada un individuo con características propias sino definida por la presencia o ausencia de un compañero. Las dos publicaciones refuerzan como temas centrales la belleza, el amor, el romanticismo y el rol reproductivo. Mientras en *El Hogar* la mujer está ligada de manera preeminente al hogar, en *Para Ti* los anuncios comerciales de productos de consumo la presentan como un objeto sexual y orientada al consumo. Con matices, la orientación general de ambas revistas es contraria a la inclusión de la mujer en el mercado laboral, aunque algunos artículos manifiestan el comienzo de un cambio en la participación de la mujer en el trabajo extra doméstico. El estímulo al trabajo parece estar destinado a la

²⁵ Análisis sobre revistas femeninas argentinas y brasileras están recopilados en Caldas-Coulthard y Luisa Martín Rojo (ed) en "Entre Nosotras: Las revistas femeninas y la construcción de la feminidad". Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad. Número monográfico. Bs.As. Gedisa. Setiembre de 1999; sobre revistas femeninas australianas son estudiadas por Eggins, Suzanne e Iedema, Rick. "Difference without diversity: semantic orientations and ideology in competing women's magazines". En: Wodak, Ruth (ed.) *Gender and discourse*. London. Sage Publications. 1997

joven soltera de clase media, comprobable principalmente en *Para Ti* a través de los anuncios sobre cursos de capacitación laboral.²⁶

El estudio de las revistas femeninas resultó un paso obligatorio en el camino hacia el análisis de las páginas femeninas de los diarios. Diferentes aportes sobre suplementos en general y aquellos destinados al público femenino en particular han sido realizados por tesinas de grado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. María Juliana Cevasco y Rocío González Abidor (2005) observan en su tesina que la propuesta editorial del suplemento femenino *Las/12* se sustenta en una actitud crítica respecto de las relaciones restrictivas de género, pero concluyen que los alcances de esa criticidad tienen como límite el propio carácter mercantil de las producciones de la industria cultural. Para las autoras, el suplemento desnaturaliza estereotipos sociales a través de la propuesta de múltiples modalidades de ser mujer, manteniendo la heterosexualidad como norma preferente. No obstante, se observa que el suplemento no constituye un espacio homogéneo en sus sentidos, usos e intencionalidades, sino que está atravesado por una multiplicidad de matices, tensiones y contradicciones internas. El trabajo obtura el análisis de contenido ante “ciertos riesgos de descontextualización a partir de la autonomización de las distintas unidades textuales”.

Desde mi análisis del suplemento *Las/12* (inédito), puedo sugerir que remitirse al análisis de los temas eludiendo la profundización de los contenidos impide aprehender la reproducción de estereotipos. Del mismo modo, la ausencia de referencias históricas, sociales, económicas y políticas de la época impide contar con elementos que excedan el marco del propio medio y que permitirían un análisis que se sustente sobre “el carácter históricamente específico de los medios, entendidos éstos como proceso eternamente social” (Silverstone, 2004).

La tesina de Gabriela Tunzo (2006) analiza si la imagen de mujer en el *Gran Álbum de Labores* concuerda con la posible destinataria o con el modelo femenino de la época. Trabajando sobre cuatro ejes temáticos: moda, mujer-madre, mujer-trabajadora e imagen femenina, Tunzo concluye que mientras los textos de los artículos intentan mantener a la mujer en el hogar, las publicidades la instan a descubrir otros ámbitos.²⁷ Estos estudios - brevemente referidos- presentan perspectivas estimulantes e instrumentos conceptuales válidos para ampliar el análisis de los medios de comunicación, atendiendo enfáticamente

²⁶ Un exhaustivo estudio sobre la institucionalización del lugar de la mujer, derechos laborales y civiles, educación y fuerza de trabajo brinda Wainerman, C. y Heredia, M. *¿Mamá amasa la masa? Cien años en los libros de lectura de la escuela primaria*. Bs.As. Belgrano. 1998.

²⁷ Santiago Pinsi (Tesina UBA, 2006) estudia todos los suplementos del diario *Clarín* y algunos de otros medios desde 1950 hasta 1990. Analiza el pasaje de las grandes audiencias masivas, homogéneas y no interactivas, a “medios para cada uno”. Melina Stefanich (Tesina UBA, 2007) analiza la tensión inclusión/exclusión, producto de las características que integran y excluyen a un suplemento de cultura de su propio medio.

a las condiciones de producción, que condicionan el significado de las representaciones construido en las prácticas y en las relaciones cotidianas de la comunidad.

* * *

En este capítulo articulamos los aspectos socio-políticos y económicos de la Argentina con la transformación cultural y la renovación del campo periodístico desde fines de los años '50 hasta principios de los '60. Se trata de una etapa en la que, trabajosamente imbricadas, coexisten modernidad y tradición en un escenario signado por la proscripción del peronismo, la inestabilidad política, la debilidad institucional, las presiones de la Iglesia católica y las estrategias de censura a los medios de comunicación. Estas estrategias no impidieron que la renovación cultural y las transformaciones sociales aceleradas y ambiguas produjeran una rebelión cotidiana atravesada por tensiones y contradicciones. Así, los cambios operados principalmente en el plano de las costumbres sociales, en la vida cotidiana y en los roles de género no lograron modificar radicalmente las relaciones de poder y los valores tradicionales. No obstante, el apogeo de la prensa gráfica en su momento de mayor expansión y de profesionalización periodística, publicitaria y técnica contribuyó a crear, cuestionar y difundir las nuevas pautas sociales. El acceso masivo de las mujeres a nuevos espacios como el académico y el laboral logró una creciente visibilidad en los medios, que intervinieron en la construcción de nuevos sentidos sobre la condición femenina. La oferta de revistas se multiplica en cantidad y en variedad, con prevalencia de aquellas dirigidas a las mujeres y que, en su mayoría, intentaban mantener sus lectoras tradicionales y, al mismo tiempo, modernizarse para conquistar a la nueva mujer moderna. Los diarios también se lanzaron a la disputa por el público femenino seducido por la diversidad de revistas y que podía conformar un importante caudal de lectoras, así como un argumento para obtener nuevos anunciantes. Para lograrlo, las páginas femeninas de los diarios debían encontrar un perfil propio. Sobre estos presupuestos reposa la necesidad de un estudio más profundo de los diarios, que han sido menos estudiados que las revistas de la época. En este trabajo analizamos las páginas femeninas del matutino *La Nación*, creada en 1957 y del vespertino *La Razón*, incorporada en 1961. Los diarios matutinos *El Mundo* y *Clarín* anexaron sendos espacios destinados a las mujeres recién en 1964.

La trayectoria de los diarios *La Nación* y *La Razón* en el campo periodístico argentino y sus estrategias de adaptación a los nuevos tiempos serán objeto de análisis en el próximo capítulo. Se abordarán las características y especificidades de los momentos en que se incluyeron las páginas para la mujer, la representación de la imagen femenina que ambos medios proponen y el tratamiento de los temas considerados femeninos.

Capítulo 2

La Nación y La Razón

En este capítulo describiré brevemente la trayectoria de los diarios *La Nación* y *La Razón* y analizaré sus estrategias de adaptación a los nuevos tiempos, atendiendo a la incorporación de espacios destinados a las mujeres. Referiré de manera acotada los primeros espacios femeninos surgidos en el campo periodístico capitalino y en otros diarios de circulación masiva de la época en estudio. Por último, abordaré las características y especificidades de los momentos en que se incluyeron las páginas para la mujer, la representación de la imagen femenina que ambos medios proponen y el tratamiento de los temas considerados femeninos.

2.1 *La Nación*, tribuna de doctrina

El diario matutino *La Nación* fue fundado el 4 de Enero de 1870 por el ex Presidente, general, abogado y periodista Bartolomé Mitre, como aporte a la reorganización nacional y con el objetivo de difundir los principios de la nacionalidad y de las garantías institucionales, como “tribuna de doctrina”, según se definía el propio diario en su primer editorial. Salió a la calle con una tirada de 1000 ejemplares, en tamaño “sábana” impreso a 9 columnas. Desde sus comienzos brindó a sus lectores amplia información internacional a través de los servicios de las agencias de noticias, no obstante, ante la demora en la llegada de estas informaciones, comenzó a formar una red de corresponsales propios.²⁸ Desde mediados de los '50 el matutino ofrece una tapa que combina de manera equitativa la información internacional y nacional. Diversos análisis del matutino realizados por destacados especialistas ofrecen perspectivas disímiles respecto de su desempeño como actor social, desde su posicionamiento como mediador entre la sociedad y el estado, portador de la verdad, hasta como conspirador contra gobiernos constitucionales.

Para el sociólogo Ricardo Sidicaro, durante sus primeras tres décadas el diario se mantuvo como “puesto de combate, soporte propagandístico de una facción partidaria, la expresión del punto de vista de un tribuno y sus partidarios”. En 1909 el diario se distancia de las luchas partidarias y es transformado por Jorge Mitre y Luis Mitre en expresión y educador de la clase dirigente argentina. La redacción reunía a representantes de las más diversas tendencias políticas, desde anarquistas y socialistas hasta conservadores y progresistas. En su análisis sociológico del pensamiento político del diario a través de los editoriales publicados a lo largo de 80 años (1909-1989), Sidicaro interpreta que el diario combinó lo pedagógico y lo normativo para construir la opinión pública, actuando como mediador entre la sociedad y el Estado. Al respecto, cita una definición del propio diario,

²⁸ El 29 de agosto de 1960 *La Nación* lanzó el primer número de la Edición Aérea Internacional, una síntesis semanal de ocho páginas sobre lo acontecido en la Argentina, destinada a setenta países. *Primera Plana*. 26 de diciembre de 1962. Pp. 23.

realizada en 1939, donde destaca “su arraigo en las clases dirigentes de la república y en las clases productoras, su prestigio en el terreno doctrinal y la honrosa adhesión que los hogares más tradicionales y representativos le han demostrado y le demuestran, pues no se ignora que *La Nación* es el diario de millares de familias en las cuales el hábito de leerlo se transmite de generación en generación”. (Sidicaro, 1993)

Para este autor, el destinatario de su mensaje ético-político eran los ocupantes de las “alturas” de la sociedad, los individuos que se encontraban en las posiciones más altas de la estructura del poder político, del sistema económico y de la jerarquía del reconocimiento social. Los gobiernos fueron siempre interlocutores privilegiados, a quienes les habló sobre el rol del Estado, diciendo en nombre de la Constitución lo que se debía y lo que no se podía hacer. Para el autor citado, la compleja trama de los sectores dominantes carente de unidad aumentó la autonomía del diario respecto de ellos. Para el período que abarca este trabajo, Sidicaro sostiene que el diario *La Nación* osciló entre la defensa del liberalismo, la crítica al intervencionismo económico del Estado, el optimismo intelectual y político y el desconcierto durante el gobierno de facto de 1955-1958. Durante la presidencia de Frondizi el matutino alentó el giro del gobierno hacia el liberalismo, al mismo tiempo que alertaba sobre la posible construcción de amalgamas ideológicas que homologaban al peronismo con el comunismo, con reservas ante la aceptación de una mayor participación de los militares en la política para evitarlo. Frente al gobierno de Guido mantuvo su posición contraria a la participación del peronismo en la vida política, así como a una intervención militar prolongada, principalmente si se trataba de la facción que enarbolaba el catolicismo nacionalista representada por Juan Carlos Onganía.

Una interpretación diferente realiza el historiador José Daniel Benclowicz (2008) en un estudio sobre el discurso del diario *La Nación* acerca del peronismo, la democracia y la subversión, en el que contradice las conclusiones de Sidicaro sobre las características pedagógicas de los editoriales del diario. Benclowicz analiza de manera conjunta las notas de actualidad y los editoriales del año 1975 para develar “los mecanismos sutiles utilizados para presentar un discurso de opinión como si fuera neutral, aumentando de este modo las posibilidades de aceptación por parte de los lectores de la opinión del diario”. (Benclowicz, 2008:76-77) Por su parte, Carlos Ulanovsky en su investigación sobre los medios de comunicación argentinos, sostiene que *La Nación* se reveló como “agitador intelectual en el golpe del '30 contra el presidente radical Hipólito Yrigoyen y demostró un alto grado de virulencia en sus editoriales contra el gobierno del presidente radical Arturo Illia”. (Ulanovsky, 1997:168-169). Para Víctor Gil, periodista del matutino entre 1960 y 1998, “en los '60 el diario era muy respetado, ecuaníme y, por mi experiencia interna, respetuoso. *La Nación* tenía una visión culta de la realidad, se decían las cosas que había que decir y se decían con un estilo”.²⁹

²⁹ Entrevista de la autora con Víctor José Gil, ob. cit.

La fidelidad a que aspira el matutino de parte de sectores de clase media alta y alta está basada en el reconocimiento de una línea editorial que orienta a sus lectores para lograr una comprensión relacional de los acontecimientos, mediante el tratamiento explicativo de la información. Así lo demuestran la amplitud y profundidad con que son abordados en forma permanente asuntos de política nacional e internacional y de economía. En este sentido, se muestra paradigmático el editorial, espacio diario que interpreta para el lector los temas de coyuntura brindando soluciones a los problemas planteados, generalmente relacionados con la defensa de intereses sectoriales en consonancia con su posición liberal, y con su reclamo por el fortalecimiento de las instituciones a través del compromiso y la participación ciudadanos.

En el período estudiado *La Nación* ocupaba el tercer lugar en ventas entre los matutinos, de acuerdo con los datos aportados por el Instituto Verificador de Circulaciones, con 256.475 ejemplares diarios, detrás de *Clarín* y *La Prensa*.³⁰ Los mismos datos revela la Sexta Encuesta de Opinión Pública realizada en 1962, que informa la preferencia del público de clase media y alta por los matutinos y, entre éstos, la elección de *La Nación* en tercer lugar.³¹ La cifra total de venta de diarios –más de un millón de ejemplares por día- y revistas –alrededor de tres millones por semana- sólo en Capital Federal resulta extraordinaria, teniendo en cuenta que la población ascendía a casi 3 millones de habitantes, según el censo de 1960. Los efectos de la alfabetización y, como consecuencia, el interés por la información y la propensión a la lectura como pilares de la expansión de los medios de comunicación se ponen de manifiesto en el mismo registro, que apunta 75.000 analfabetos –en su mayoría mujeres de más de 50 años-, cifra que muestra una reducción a la mitad respecto del relevamiento del censo anterior, realizado en 1947.³²

La renovación del campo cultural, la creación de nuevas editoriales como Abril y la expansión de las existentes a través de nuevos productos, impulsaron el crecimiento y los cambios cualitativos en el mercado de revistas, atento a un público cada vez más ávido de información diversificada y segmentada. (Ulanovsky, 1997, Pujol, 2002; Scarzanella, 2009 y 2009^a, Cosse, 2011) Como ya señalamos, la constitución de la prensa en objeto de consumo, el incremento del caudal de lectores y el liderazgo del mercado de revistas motivó que los diarios imitaran ciertos aspectos de éstas para modernizarse.³³ La hegemonía del mercado hace que el matutino actúe como intermediario estratégico entre grupos de poder económico y político cuyos intereses condicionan sus propias decisiones.

³⁰ Estadísticas del Instituto Verificador de Circulaciones. Agradezco la información a Pascual Orellana.

³¹ Archivo José Enrique Miguens. Sexta Encuesta de Opinión Pública. Enero de 1962.

³² Censo General de la Nación, Censo de población, t. 2. Dirección del Servicio Estadístico. Buenos Aires.

³³ Pujol, Sergio. *La década rebelde. Los años '60 en la Argentina*. Buenos Aires. Emecé. 2002.

Estos factores socio-culturales y económicos pueden haber operado como condicionantes en la decisión de *La Nación* de incorporar un espacio destinado a la mujer.

En 1957, cuando comenzó a editar la página femenina, la empresa comercial *La Nación* estaba marcada por una dinámica contradictoria. Debía lograr el equilibrio en el abordaje de la información entre su componente tradicional y, a la vez, dar cuenta de la novedad constante inherente a la función del propio medio periodístico. Mediante esta estrategia podrá conservar la fidelidad de sus destinatarios históricos y, al mismo tiempo, atraer a nuevos lectores. Esto queda de relieve en el análisis de los artículos sobre moda, donde la apuesta por la elegancia (exaltada en el tradicional suplemento dominical impreso en papel ilustración y en color sepia) convive con la ropa para uso cotidiano y moldes para la confección propia de algunas prendas. Las marcas de indumentaria y accesorios y los cosméticos costosos comparten espacio con consejos para administrar presupuestos hogareños acotados elaborando comidas sencillas o preparando cremas de belleza caseras.

El contenido de algunos avisos publicitarios permite aprehender estos cambios, en muchos coexisten expresamente las nuevas y viejas costumbres, y apuntan a consumidoras de diversas condiciones económicas. Presentamos dos avisos representativos del primer caso pertenecientes a Productos Nestlé, que se autodefine como “empresa vieja en experiencia, joven en sus miras”. La publicidad está encabezada por una amplia ilustración en la que un padre -elegantemente vestido de traje- entrega a su hijita algunos productos de la marca, mientras la madre -en segundo plano- acerca una bandeja con tazas. La escena es contextualizada mediante el uso de la pregunta retórica “¿Hay algo nuevo aquí?” y se responde “Todo es tradicional y todo es nuevo. Tradicional la pureza de la escena...” El padre trabajador compra los productos, será la madre la encargada de preparar con ellos el alimento para la familia. Otro anuncio de la marca, respetando el mismo diseño, expone en la ilustración una madre con dos pequeños hijos. Mediante la interpelación imperativa “¡Más tiempo con sus hijos!” enseña a la madre que los alimentos más modernos proporcionan más ratos libres para dedicar al esparcimiento y recreo de sus niños. El cierre de ambos anuncios con la frase “Si es Nestlé...merece fe!” recurre a la confianza del consumidor en la trayectoria de la marca. (Fotos 1 y 2)



Foto 1 Aviso Nestlé. La Nación 25-10-1961:15



Foto 2 Aviso Nestlé. La Nación 26-10-1961:15

La publicidad también exhibe al nuevo tipo de mujer autónoma que, en el caso del anuncio de Peugeot 403, maneja su propio automóvil. La mujer está sentada en el asiento del conductor, aunque con la puerta abierta posando sobre una mano en la parte baja del volante, su esposo la acompaña en el otro asiento de adelante y la hija va atrás. La leyenda confirma que el vehículo está destinado a ella cuando afirma "Para que Ud. Y los suyos viajen cómodos (...) Ud. Se sentirá verdaderamente identificada con su Peugeot 403". (Foto 3) Como demuestra este ejemplo, uno seleccionado entre muchos, será la necesidad del mercado la que otorgue a la mujer nuevos espacios y actividades, contrariando la indiferencia manifiesta de la postura editorial del matutino.

Foto 3 Aviso Peugeot 403. *La Nación* 8-03-1962:17

Los avisos publicitarios ofrecen mayoritariamente artículos para el hogar (heladeras Standard Electric, Patrick; cocinas Longvie, Martiri; lavarropas Drean (“amplísimas facilidades de pago”), Siam, Lince; muebles alemanes Hansa. Romano Larroca&Cía lotean 100 parcelas cerca de Lomas del Palomar, con todos los servicios y con amplias facilidades; Guibert& Cía. Venden semipisos de categoría. Harrods promociona la gran venta de comestibles y bebidas a precios rebajados; en este rubro se ofrecen aceite de oliva Piccardo, Hesperidina, sopas Royco, yerba Safac, productos Nestlé y la Confitería Los Dos Chinos promociona sus servicios de lunch. En indumentaria y cosmética reiteran sus anuncios casimires Burberrys, pieles finas Kummer, esmalte para uñas PeggySage, Max Factor y Helena Rubinstein. Para los niños publicitan Ungüento Abanta, calzados baby Bescos (“ahora también créditos”), colegio Burmeister (jardín, primario, liceo y nacional) e Inglés Leach Institute (nursery, jardín de infantes y escuela primaria). Para hacer turismo los lectores pueden optar por las líneas aéreas Panagra, Cinta, los cruceros Línea Génova (a Brasil o Europa) e Italmar (Europa). Para quienes confeccionan sus propias prendas, telas y moldes Nolia.

No obstante, la decisión editorial de incorporar una página para la mujer acontece en momentos en que el mercado de revistas de temáticas femeninas contaba con un

promedio de 20 títulos en el período 1958-1963, con una media de ventas de 2.500.000 ejemplares semanales en todo el país.³⁴ La cantidad de revistas desciende a 15 títulos en 1960 y, aunque retoma la veintena tres años más tarde, reduce la tirada total en medio millón de ejemplares. Estas cifras y la reducción de la pauta publicitaria -detectada en todos los medios de comunicación examinados para este trabajo- ponen de manifiesto la expansión de una nueva crisis económica en el país en los primeros años '60.

2.2 La Razón para todos

El vespertino *La Razón* fue destacado en diversas investigaciones como un diario innovador desde su aparición como vespertino el 1º de marzo de 1905, el primero dirigido por un periodista –Emilio B. Morales-, alejado de los diarios de partido, abocado a las noticias de interés general e impulsor, junto con *Crítica*, de la primera plana. Se convirtió en un diario moderno y ágil, que se identificaba por una gran tipografía, copetes, títulos y diseño de tapa fácilmente identificables, aunque mantenía la tradición de la mayoría de los medios locales en cuanto a la ausencia de firmas en las notas. El vespertino fue destinado a un lector masivo, aunque se autoproclamaba “popular sin ser populista”.

En 1911 el diario es adquirido por el profesor de letras y periodista José A. Cortejarena, quien integraba la redacción desde hacía cuatro años. El nuevo propietario era un político conservador que evitó convertir al diario en una hoja de tendencia y amplió la cobertura de información internacional frente al predominio de las noticias nacionales. Al morir en 1921 lo sucede en el cargo de director Angel Lojo, creador de los suplementos especiales. Distintos periodistas gestionaron la dirección hasta que en 1935 el puesto fue asumido por Ricardo Peralta Ramos, yerno de Cortejarena, quien impulsó una importante renovación tecnológica. En 1937 asume como Secretario General de Redacción Félix Hipólito Laíño, integrante de la redacción desde 1931, quien detentará el cargo hasta 1984 (NP). Desde que asumió el cargo, Laíño definió una diagramación más ágil, agrandó el tamaño de las fotos, amplió el espacio para la información política, incluyó noticias policiales en tapa y abundantes notas curiosas e insólitas. Una de las características salientes entre las innovaciones fue la confección de copetes, porque “la gente tiene poco tiempo para leer y hay que seleccionarle la noticia, si la síntesis lo atrae, leerá la nota”, argumenta Laíño en su autobiografía profesional.³⁵

³⁴ Estadísticas del Instituto Verificador de Circulaciones. La oferta total de revistas alcanzaba los 60 títulos, con una venta promedio de 5 millones de ejemplares mensuales en todo el país.

³⁵ El periodista refiere que en La Sorbona, en 1968, se dictó un curso de análisis de diarios de América Latina, en el cual estudiaron títulos y copetes de *La Razón*. También en un Congreso en Colombia analizaron *La Razón* por sus innovaciones en la diagramación, ya que hasta entonces los diarios se diagramaban como las revistas. Primer reportaje que Laíño concedió a un medio, realizado por Renée Sallas para la revista *Gente*, edición del 23 de agosto de 1984, pp. 84.

Durante el período que nos ocupa *La Razón* era el diario de mayor circulación nacional con una venta de 500.000 ejemplares diarios. Según datos del Archivo Miguens, del 45% de lectores que preferían los vespertinos a los matutinos, el 70% elegía *La Razón*, público que pertenecía, según el mismo estudio, al segmento de clase media. En el relato de su participación en el diario a través de la sección “Escuela para Padres”, la doctora Eva Giberti enfatiza que eligió ese medio para su columna porque era el de mayor tirada, el que más se vendía y el más popular.³⁶

En una edición de la revista *Primera Plana* de 1963, el periodista Moisés Jacoby (*Clarín*, *El Mundo*) sostiene que *La Razón* es “un monstruo económico de primera magnitud y el órgano más influyente y temido de la Argentina”, conducido por un Secretario de Redacción al que denomina “dictador del periodismo vespertino, despótico y tajante, tímido e introvertido”. (*Primera Plana*, 8-1-1963: 36) En el mismo sentido, el periodista Néstor Oscar Linari (*La Nación*, *UPI*, *La Razón*) en sus impresiones sobre el Secretario de Redacción afirma que “en el periodismo argentino no se dice ‘es Gardel’ sino ‘es Laíño’ (*Revista Para la historia del periodismo*, Nº 12, Otoño 1992). En uno de los escasos reportajes que Laíño concedió a un medio de comunicación, lo presentan como “el hombre fuerte de *La Razón*, para muchos un tremendo dictador periodístico; el más grande desconocido del periodismo argentino: ni reportajes, ni fotos, ni créditos de dirección. Hombre metódico, riguroso, duro, exigente, implacable con el error. Uno de los hombres mejor informados del país (*Revista La Semana* Nº 403, 23-08-1984).

El rol desempeñado por *La Razón* durante el gobierno de Frondizi es fustigado en el libro de Carlos Ulanovsky por el periodista Horacio Verbitsky, para quien “*La Razón* de Laíño es el medio golpista por excelencia de esa época, como agitador de las posiciones militares en contra de los gobiernos democráticos (...) no tenía la menor independencia por ser del Servicio de Informaciones del Ejército”. Sin embargo, el periodista minimiza esta aseveración unos párrafos más adelante, donde relativiza la influencia de los medios en las cúpulas del poder, recordando que “Perón, que controlaba toda la prensa, perdió sostén en la sociedad y fue derrocado en 1955”. (Ulanovsky, 1997:147)

Una opinión diferente expresa el experiodista de *La Nación* Víctor Gil, para quien *La Razón* desempeñó un papel muy importante porque fue el atajo noticioso a los matutinos (“si ocurrió hoy léalo hoy”), contaba con un equipo periodístico muy bueno y presentaba innovaciones gráficas como los títulos, que “pegaban mucho porque tenían un fraseo muy atractivo”.³⁷ Las páginas de *La Razón* se caracterizan por utilizar un lenguaje directo y conciso, “en cada línea un dato y en cada párrafo un concepto” era el lema de su director. Los grandes titulares mantienen una cuidada armonía con los subtítulos, copetes y textos. Estos últimos, de contenido en general descriptivo-narrativo, suelen tornarse ambiguos,

³⁶ Entrevista de la autora con la doctora Eva Giberti, Buenos Aires, 20 de noviembre de 2010.

³⁷ Entrevista de la autora con Víctor J. Gil, ob. cit.

opacidad que evidencia la dinámica de complicidad y reconocimiento propuesta por el vespertino a sus lectores. El lenguaje coloquial y emotivo se reserva para las notas policiales y de espectáculos.

La Razón pretende la adhesión de un espectro amplio de lectores, desde los pertenecientes a los sectores populares hasta aquellos de las esferas empresariales, lo cual motiva un eclecticismo informativo observable en todas las secciones del vespertino. En el mismo sentido, el periodista Jacoby también destaca la preocupación de Laíño por los temas médicos y psicológicos y le atribuye “algunas respuestas a consultas de los lectores sobre temas sentimentales, sexuales o psiquiátricos”. Para el periodista, “La Razón es Laíño” (*Primera Plana*, 8-1-1963, pp.36).

En octubre de 1958 *La Razón* comenzó a publicar la sección “Escuela para padres”, firmada por Eva Giberti, en tres entregas semanales. La profesional recuerda que, envalentonada por el éxito de una nota sobre la Colonia Ricardo Gutiérrez en *Tiempo Argentino*, le ofreció a Félix Laíño dos ó tres artículos de “Escuela para padres”, “quise publicar mi columna ahí porque era el diario más popular”, asegura la psicóloga. La aceptación fue inmediata, aunque la especialista exigió que los artículos llevaran su firma, basándose en el carácter profesional de su intervención. El vínculo se extendió por 11 años, aunque fue distante debido a que las notas debían ser dejadas en la portería del diario y Giberti nunca integró la redacción sino que se desempeñó como colaboradora externa.³⁸

La incorporación del discurso psicoanalítico en los medios de comunicación para esta época respondió, entre otros factores, a una nueva concepción de la familia, producto de transformaciones sociales que redefinían los roles de género. Entendiendo que las familias necesitaban ayuda para comprender y asimilar los cambios “el psicoanálisis legitimó la discusión pública de temas que habían sido tabúes y que habían pertenecido al dominio de la medicina tradicional o del confesionario”. (Plotkin, 2003:4)

Los mismos días en que se incluye “Escuela para Padres”, el diario publica una sección llamada “La salud y la felicidad”, firmada por Sara M. Jordan. Además, periódicamente incorpora otras secciones relacionadas con la educación, la salud y las relaciones humanas, en las que cita la voz autorizada de distintos profesionales en congresos y consejos. En el diario la mujer es protagonista en diversos artículos relacionados con su nuevo lugar en la sociedad. “Por los derechos de la mujer” informa sobre el 14º período de sesiones de la Sección Derechos de la Mujer de las Naciones Unidas, realizada en Buenos Aires (21-3-1960, pp. 6). Sobre los avances en las reuniones

³⁸ Entrevista de la autora con E. Giberti, ob. cit.; acerca de la obra de Giberti, Mariano Plotkin, ob. cit.; Cosse, Isabella. “Progenitores y adolescentes en la encrucijada de los cambios de los años sesenta. La mirada de Eva Giberti.” En *Revista Escuela de Historia*. Año 7. Vol. 1. Núm. 7. Facultad de Humanidades Universidad Nacional de Salta. 2008

de la UN se publican “Temas de vital importancia para el mundo femenino se están tratando”, (29-3-1961, pp.10); “Los seminarios de la UN, tema de hoy en la reunión de mujeres” (30-3-1961, pp. 12). Sin embargo, en estos artículos, aunque los temas prioritarios son las propuestas e intervenciones de las mujeres en el encuentro, se mantienen las alusiones y las fotos acerca de la belleza y la coquetería femeninas. Los epígrafes son elocuentes al respecto: “La delegada de Japón arregla un ramo de flores”, “La conferencia interesa, pero conviene arreglarse el sombrero”, “Una reunión de mujeres requiere tener los aros bien puestos”.

Persiste *La Razón* en el tratamiento de la actividad femenina desde los estereotipos, a pesar de la relevancia que supone la inclusión de las notas en que las mujeres juegan el rol protagónico y activo en numerosas funciones. Un artículo presenta a Miss Universo colombiana como “mujer moderna e independiente”. En otra nota la reina de la fotografía resalta en una entrevista sus ocupaciones como profesora de piano y modelo publicitaria de gráfica y televisión, y también su aspiración a casarse y tener tres hijos. Casos como los referidos abundan en el diario y ponen de manifiesto la dualidad que las propias mujeres experimentan frente a la elección de un modelo de vida doméstico o el camino del desarrollo personal.

Las páginas de espectáculos constituyen el espacio casi obligado para la difusión de la actividad femenina, aunque las mujeres suelen ocupar lugares destacados cuando obtienen algún logro importante en el deporte, las artes o la política y su aparición es frecuente en policiales –más como víctimas que como victimarias-.³⁹ Hasta la incorporación de la página femenina en 1961 el vespertino carece de artículos referidos al hogar, la cocina y los quehaceres domésticos en general. La apuesta de *La Razón* parece tomar el camino de la superación personal y de la transmisión de conocimientos para el mejoramiento de las relaciones familiares. En este sentido, podemos inferir una defensa del modelo familiar tradicional. Los numerosos artículos sobre educación y psicopedagogía encuentran cierto correlato en la abundante publicidad de cursos y carreras. Publicitan Inglés Leach Institute (mismo aviso que en *La Nación*), Centro de la moda francesa (corte, confección, creaciones y diseño de modas), profesorado de belleza en la Academia Briones (Madrid-Buenos Aires), Escuela de cosmetología Artez Westerley, Centro Italo Francés de alta costura, estudio de pintura Kaperotxipi, Nueva escuela de actores Crilla, Schönberg y Werberg, Universidad del Salvador (orientación vocacional), Instituto Argentino (bachiller o perito mercantil), Sociedad Argentina de Grafología (cursos), Escuela Argentina de la lengua rusa.

³⁹ Sobre el tratamiento de la información policial en diarios véase Caimari, Lila. *Apenas un delincuente. Crimen, castigo y cultura en la Argentina, 1880-1940*. Buenos Aires. Siglo XXI. 2004. De la misma autora, un análisis sobre *Crítica* en particular, que forma parte del libro citado; “*Crítica*, o las extravagancias de la justicia popular”. En: *Revista Prismas* Nº 7. 2003. Pp. 139-152.

El modelo de mujer que debe ser educada para el desempeño de sus funciones de ama de casa, esposa y madre, vigente para el vespertino, se expresará también a través de la publicidad. El anuncio del “Instituto de preparación integral de la mujer” (IPIM, Miembro de la Unión Internacional de Organismos Familiares) expone en su encabezado el rostro expectante de una joven que representa a las destinatarias explícitas “Futura Novia, Esposa, Madre...”. La institución ofrece un curso integral teórico-práctico de relaciones humanas familiares, psicología, puericultura, nutrición, administración y economía del hogar, decoración, ikebana, manualidades, belleza y cocina. (Foto 4)



Foto 4 Aviso IPIM. *La Razón* 30-06-1961:16

Los anuncios publicitarios destinados al hogar ofrecen muebles Aristócrata, placards Demarchi, cortinas americanas Promat, gas en garrafas, mesas y sillas Casa Paz, muebles Independencia, placards Brothers, prefabricadas Colosales, sanitarios Blaisten, fotos para decoración y murales Nanny Roitman, cortinas de voile. Para uso personal

promocionan Peletería Suipacha, lencería Tesira, Pielés Luis Spanier, tweed Vándor, desodorante Duc, Claudia Moda, Portofino (vestidos importados de Estados Unidos), Fotos Rodin. La oferta para los niños comprende calzado escolar Gamycuer y Grimoldi, indumentaria escolar Chelsea, La niña parisienne (tapados, vestidos, trajecitos) y numerosas escuelas, colegios e institutos para las diferentes etapas de la educación. En el rubro laboral encontramos anuncios de modistas y profesora de inglés. Para viajar auspician California Hotel (Montevideo), Gran hotel Provincial de Mar del Plata, Hotel Hermitage. El diario publica numerosos avisos de empresas de ahorro y crédito, entre otros, Argos Sociedad Anónima de Ahorro y Vivienda, Créditos de Cooperativa Apostólica Cristiana, La Americana Sociedad Anónima de Ahorros y Financiera Buenos Aires S.A..

2.3 Secciones y suplementos

La segmentación de los periódicos en secciones especializadas había comenzado ya en los años '20, como estrategia empresarial para captar nuevos lectores entre un público inmerso en el proceso de alfabetización iniciado poco más de dos décadas antes. En 1924, el diario *Crítica* entregaba semanalmente suplementos de deportes, infantil, femenino, entre otros.⁴⁰ Avanzado el siglo XX, recién en 1957 el matutino *El Mundo* incluía en la 2º sección de los domingos los apartados “El mundo femenino comenta” y “La mujer en ‘el mundo’”, donde combinaba recetas, moda, belleza, figurines, ejercicios para cuidar la apariencia y consejos para la mujer acerca del manejo de la casa. Dos años más tarde esta sección trocará en “Para la mujer y el hogar”, ofreciendo peinados, modas, recetas y destinos turísticos. De martes a sábados, el diario publica el espacio “Rincón femenino”, firmado por M. Serrano –la inicial impide saber si se trata de hombre o mujer-, compuesto por noticias breves del mundo, historietas, correo de lectoras, relatos de vida de mujeres trabajadoras y ‘La madre y el hijo’, donde recrea una escena familiar conflictiva y aporta una solución. En 1960 el espacio destinado a la mujer, con variaciones sobre los mismos temas, se editará todos los días bajo el nombre “Esas cosas nuestras”, con la firma de Valentina. En los primeros años '60 el matutino *Clarín* incluye recetas de cocina, moda y moldes para indumentaria, en la 3º sección dentro del apartado Sociales.⁴¹ Desde marzo de 1960, los jueves, el matutino *La Prensa* edita una sección de media página destinada a la mujer. Este espacio se trasladará a los domingos en 1963, ocupando media página en la contratapa de la 1º sección. Los vespertinos compartían la misma tendencia, *Noticias*

⁴⁰ Saítta, Sylvia. *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*. Buenos Aires. Sudamericana. 1998.

⁴¹ En esa misma época el diario del domingo entrega *Clarín Revista*, que contiene un espacio femenino denominado “Juventud y belleza”. Tardíamente con respecto a los demás periódicos, los jueves a partir de junio de 1964, *Clarín* incorporará en la 3º Sección –Artes, literarias, etc.- “En familia”, que incluye el recuadro “La mujer, el niño y la salud”. El suplemento “Clarín Mujer” se edita desde setiembre de 1998.

Gráficas incorpora desde noviembre de 1959 dos columnas dirigidas a la mujer, “Amas de casa” –sin firma- y “Mujeres célebres” –firmada por una mujer-. Este último apartado desaparecerá en 1961 y al año siguiente el diario no contará con recuadros específicamente femeninos.

El suplemento es una publicación regular, que se mantiene a lo largo del tiempo, anexo al diario. Este vínculo produce una autonomía relativa del suplemento respecto del diario en tanto es producido y editado por el mismo medio (R.Williams, 1994). Caracterizan al suplemento como género la continuidad y el detalle de su contenido, que sostiene el perfil de lector que busca construir y captar el medio, un lector especialista, de saberes cerrados, limitados, producto del consumo parcial de información (Gubern, 1991). El autor citado también interpreta que ante la escasez de tiempo para la lectura, se persigue la lógica gratificacionista. Los suplementos buscan entonces fidelizar al lector con los contenidos de su afición pero ignorante de la actualidad general del país. Esto fomenta una diversidad cultural que no promueve la lectura de lo desconocido, desde donde generar conocimiento, sino creando especialistas en saberes cerrados. (Gubern, 1991) Martín Barbero (1987) sostiene que el suplemento reviste una doble funcionalidad, por un lado representa los intereses del lectorado y, por otra parte, es una herramienta de financiación para el diario ya que las temáticas consideradas en los artículos atraen publicidad del rubro.

La incorporación de secciones destinadas a diferentes segmentos del público integradas al cuerpo de los diarios *La Razón* y *La Nación* subvierte los sustentos teóricos señalados. El exdirector de *La Razón* fundamenta esta decisión en su autobiografía profesional, argumentando que debe ser el diario como un todo el que mantenga su posicionamiento en el mercado según la seriedad con la que trabaje porque “los temas no atraen la publicidad”. Así, las secciones independientes de la redacción sólo podrán integrarse en un conjunto armónico, por lo cual la adición de suplementos a las ediciones diarias para atraer el favor del público es “errónea en tanto el diario mismo es el que debe despertar su interés” (Laiño, 1986: 28, 157). Aunque, reconociendo al mercado como factor determinante, Laiño admite que en ocasiones los suplementos resultan de utilidad – muchas veces efímera- para incrementar la publicidad, aún cuando puede ser restada del cuerpo principal del diario (Laiño, 1986). El experiodista de *La Nación* Víctor Gil recuerda que Laiño “era muy conservador, creía que todo aquello que fuera manejo del tiraje o tracción de publicidad era un elemento perverso contra lo que debía ser lo periodístico del diario”.⁴²

Sin embargo, nuestra indagación acerca de la edición de secciones especiales y suplementos en matutinos y vespertinos de la época en estudio -referidos en el inicio de

⁴² Entrevista de la autora con Víctor José Gil, periodista del diario *La Nación*, La Plata, 15 de setiembre de 2010.

este apartado- nos permite lograr una perspectiva más global. Esta mirada nos induce a conjeturar otras explicaciones posibles acerca de la segmentación de la información en páginas o secciones en lugar de suplementos. Por una parte, resulta ineludible considerar las medidas económicas e impositivas implementadas por los distintos gobiernos, que dificultaban la provisión de papel. Las restricciones impuestas a la importación o al consumo (establecimiento de cupos) provocaron la reducción de páginas y hasta de ediciones. Por otra parte, dentro de este mismo encuadre económico, apreciamos cierta prudencia de los editores frente a un mercado publicitario atravesado por crisis económicas recurrentes, que pueden observarse claramente en la alternancia periódica entre incremento y disminución notorios de la pauta publicitaria en los diarios estudiados.

El interés del medio por segmentar sin separar -captando a todos los miembros de la familia y haciendo prevalecer el diario mismo por sobre el suplemento- estimula dos lecturas posibles. Por un lado, permite inferir que la página para la mujer integrada al diario intenta que la lectora acceda al diario en su conjunto. La edición de la página destinada a la mujer varios días a la semana, que en algunos períodos no son fijos, puede evidenciar una estrategia destinada a incrementar el caudal de lectoras. Por otro lado, como veremos más adelante, el espacio restringió destinado al espacio femenino y la ausencia de fotografías –en comparación con *La Nación*- habilita a suponer un interés editorial relativo en la inclusión de esta sección, en una coyuntura en la que el campo periodístico, como vimos, instrumentaba todos los recursos posibles para conquistar nuevos lectores; o condicionamientos financieros a los que sólo podemos referirnos de modo conjetural en este trabajo.

2-4 *La Nación, la mujer*

De acuerdo con los estudios mencionados, los destinatarios principales del diario *La Nación* eran quienes estaban ubicados en las estructuras del poder social, político o económico, es decir, quienes tenían capacidad de intervención en los procesos de toma de decisiones. No obstante, resta comprender qué tipo de mujer intentó construir como lectora el medio en esta etapa. De manera taxativa, el experiodista del matutino Víctor Gil asegura que “con respecto a la mujer, *La Nación* era machista, tenía un target de moda de altísima costura y presentaba a la mujer como la eterna mujer objeto, con producción estética y decorativa en función del hombre. A veces balanceaba con alguna nota de mujeres importantes”.⁴³

La afirmación de una entrevistada –requirió anonimato- que trabajó por décadas en el diario acerca de la página femenina como “una cosa difusa, que se hacía porque había

⁴³ Entrevista de la autora con Víctor José Gil, ob. cit.

que hacerla, sin una política al respecto”⁴⁴, habilita a conjeturar sobre el peso del potencial mercado femenino en la decisión empresaria de anexar un espacio destinado a la mujer, frente a la competencia desigual que planteaban las revistas. Estas se habían adelantado en la percepción de los nuevos roles y espacios que las mujeres venían ocupando desde fines de los '40, post Segunda Guerra Mundial. Por su parte, otra entrevistada –también anónima- que se desempeñó por más de 30 años en el matutino -desde mediados de los años '70- recuerda que el espacio para la mujer se hizo como prueba y se encargó a colaboradores externos. No había mujeres en el diario, salvo en sección sociales y en secretaría, en esa época (los '60) los encargados de definir las páginas eran hombres y se hacían con colaboraciones, algunas mujeres cubrían los desfiles.⁴⁵

El análisis del matutino revela que en el período estudiado los contenidos relacionados con las mujeres en el cuerpo principal del diario resultan escasos y, usualmente, consolidan los roles de la mujer como madre y esposa. En un comentario publicado en ocasión del Día de la Madre el matutino asevera que “se ha incorporado a nuestras costumbres en virtud de la unánime devoción que suscita la figura de la madre en todos los sectores populares”⁴⁶ Las menciones a las mujeres están ubicadas principalmente en las secciones de información general y numerosos artículos las refieren en función de su belleza o de sus tareas sociales. La elección de reinas de belleza locales, así como la de Miss Universo ⁴⁷—quienes solían visitar la redacción del diario- obtenían una importante cobertura periodística que, en ocasiones, comprendía una entrevista a la protagonista. La mayoría de las entrevistadas expresaba su anhelo de formar una familia con varios hijos y dedicarse a tareas que pudieran desempeñarse en el hogar, como profesoras de piano o de labores. Algunas eran o pretendían ser modelos o actrices, además de constituir un hogar. Las acciones llevadas a cabo por las damas de las sociedades benéficas eran difundidas de manera recurrente en el matutino. En otros casos, los artículos exaltaban el desempeño profesional, en general de mujeres extranjeras. Así lo representaba el diario en “Un homenaje a la mujer argentina”, señoras y señoritas destacadas por su capacidad, talento y actividades en diversas esferas por un grupo de damas de Kansas City.⁴⁸ Las actrices extranjeras y nacionales ocupaban un lugar preponderante, no sólo en la sección espectáculos sino en las primeras páginas del diario cuando la noticia se relacionaba con sus actividades sociales.

⁴⁴ Entrevista telefónica de la autora con S.P.I., Buenos Aires, 17 de noviembre de 2010.

⁴⁵ Entrevista telefónica de la autora con S.P.I., Buenos Aires, 15 de noviembre de 2010.

⁴⁶ Diario *La Nación*, 20 de octubre de 1958, pp.4.

⁴⁷ Acerca de las reinas de belleza véase un exhaustivo análisis en Mirta Zaida Lobato (ed.). *Cuando las mujeres reinaban. Belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX*. Buenos Aires. Biblos. 2005.

⁴⁸ Diario *La Nación*, 19 de octubre de 1958, pp. 3.

La Nación se maneja con prudencia ante los cambios sociales y, en particular, frente a los nuevos espacios y tareas ocupados por las mujeres. Sin desdeñar la progresiva participación femenina en la vida pública desde los más diversos espacios, las notas que conforman el cuerpo principal del diario sostienen una perspectiva que revela cierta ambigüedad en el tratamiento de los temas referidos a las mujeres, con prevalencia de la posición tradicionalista y conservadora del medio. Las referencias a mujeres que trabajan fuera del hogar son escasas en los artículos, aunque pueden atisbarse a través de algunos anuncios publicitarios. Como muestra, una noticia breve ubicada en el cuerpo principal del diario anuncia la “capacitación profesional del personal femenino de oficina y tropa de la Policía Federal”. (*La Nación*, 23-03-1960:3) Entre los escasos anuncios publicitarios que solicitan mujeres lo hacen para las áreas de servicios. Lo vemos en “Importante compañía necesita secretaria dactilógrafa, idiomas castellano francés” (Foto 5): “Decoradora diplomada proyecta y diseña”; “Modista”; al... en Academia Manero”. Como veremos luego, en este apartado *La Nación* apunta a reforzar la relación madre-hogar-niños.

El espacio de *La Nación* destinado a la mujer, titulado “La Mujer y el Hogar” entre febrero de 1957 y marzo de 1958, devendrá en la página “La Mujer, el Hogar y el Niño” a partir de la edición del 14 de marzo de 1958. “La Mujer y el Hogar” comenzó a publicarse los días viernes, a partir del 8 de febrero de 1957, rotando entre diferentes secciones como Espectáculos, Provincias, Economía y Finanzas y Clasificados. En julio de ese año, en plena campaña electoral, se incluye sólo tres días en el mes -un viernes y dos sábados-. Parece una sección que intenta lograr un espacio definitivo pero aún no se ha establecido. No obstante, estos movimientos pueden interpretarse como estrategia editorial para captar nuevas lectoras.⁴⁹



⁴⁹En este sentido observamos cierta analogía con la variación de nombres de que fue objeto años más tarde la sección femenina en el diario *La Opinión* -La Mujer; Vida cotidiana; Tiempo libre-, sobre la que su directora la periodista Felisa Pinto interpretó que el tema resultaba ambiguo (Ulanovsky, 1997).



Foto 6 "La mujer y el hogar". La Nación 8-02-1957:12



Foto 7 "La mujer, el hogar y el niño". La Nación 14-03-1958:16

Los temas tratados en "La Mujer y el Hogar" están agrupados en las columnas 'La moda al día', 'La Vida Práctica', 'Mundo Femenino' y 'La Gastronomía'. La primera ofrece desde consejos para el cuidado del cabello, las uñas y la piel hasta la última moda en la temporada europea, sombreros de visita y guantes, prendas de tarde y de noche, "blusas y delantales para los quehaceres cotidianos", utilizando numerosos términos en francés como haute couture, coiffure "Merveilleuse". 'La Vida Práctica' enseña y aconseja en tareas como el armado de valijas, rejuvenecimiento del cuero, cuidado de las flores, limpieza de prendas; y "de la sabiduría popular" para calmar la tos, el hipo y los calambres. 'Mundo Femenino' constituye un apartado particular dentro de la sección, donde se resaltan en negrita los nombres de las mujeres destacadas en actividades artísticas, profesionales, deportivas, políticas, diplomáticas de distintos países del mundo. También refiere a la vida privada -casamientos, divorcios-, en general de actrices, artistas y políticas. 'La Gastronomía' brinda los pasos a seguir para preparar las más variadas recetas de cocina, destinadas según sus denominaciones a mujeres de amplios sectores sociales. Ofrecen desde 'Recetas fáciles con huevos' hasta 'Garniturevol-au-vent; Macaretti a la Nicolsé' o 'Pecho de carnero Gambinus'.

La página está encabezada por artículos sobre moda -ilustrados por una o varias fotografías- firmados por Rachel Gayman, desde París. El resto de la página contiene una amplia variedad de pequeñas notas que comprenden desde recetas de cocina y consejos prácticos para la vida hogareña hasta noticias de mujeres destacadas por sus actividades en todo el mundo. Estas notas carecen de autor explícito, la utilización del “nosotros”, “decimos”, “daremos”, remite a la redacción en su conjunto -posee carácter institucional (Sidicaro, 1993)- un locutor colectivo que se ubica en el lugar de poseedor del saber.

El viernes 14 de marzo de 1958 el diario inicia la sección “La Mujer, el Hogar y el Niño”, que pasará a integrar la edición de los sábados desde el 24 de mayo del mismo año, en la contratapa de la segunda sección, denominada “Bellas Artes- Notas del Hogar-Teatro-Cine-Música-TV”. La sección femenina se establecerá como publicación diaria en un espacio reducido a un cuarto de página en octubre de 1960, ocupando la página completa sólo los días jueves. Uno de los cambios



Foto 8 Aviso Martiri. *La Nación* 8-03-1962:12

más importantes en esta nueva sección de los jueves es la inclusión de un espacio dedicado a los niños -el apetito; la dentadura, entre otros temas- y dos recuadros dedicados a la salud y firmados por especialistas; menús semanales, palabras cruzadas, programa de radio, cartelera teatral. La columna ‘La Salud Bucal’ está a cargo del doctor R. H. Martí, mientras que el ‘Micropanorama médico’ es firmado por el Dr. Herman N. Bundesen. En un recuadro destacado se realiza la entrega semanal de una serie de historia -el Far West, la Conquista del Desierto, entre otras-. La página continúa ofreciendo consejos de estética, recetas de cocina y, fundamentalmente, consejos útiles para el hogar.

El rol asignado a la mujer como ama de casa y madre es consolidado permanentemente desde la publicidad. Un claro ejemplo en el que se destacan ambas funciones es el anuncio de Cocina Dante Martiri, donde mediante una ilustración se exhibe el modelo de familia tradicional y se refiere un sector social acomodado, según surge del diseño del ámbito de la cocina –separado del comedor, que se observa en segundo plano- de sus muebles y la presencia de electrodomésticos sobre la mesada. La madre, elegantemente vestida y con calzado de taco, señala feliz con sus manos, hacia un lado la flamante cocina y hacia el otro lado, su familia sentada a la mesa a la espera de ser servida. (Foto 8)

La página carece de un espacio destinado a recibir consultas de las lectoras, lo cual sugiere escaso interés en establecer contacto con ellas. Esta interpretación se confirma en un artículo incluido en la página femenina, que recurre a la ironía para clausurar cualquier posible intervención de las mujeres. El título del artículo, “La voz de las mujeres”, remite al primer periódico comunista anárquico del país, *La voz de la mujer*, editado en Buenos Aires entre 1896 y 1897, que bajo el lema ‘Ni dios, ni patrón, ni marido’, rechazaba toda forma de autoridad. El sarcasmo que connota el título surge de la lectura del contenido. Citamos el primer párrafo:

“Hay un elemento de belleza en la mujer que ella no puede ver reflejado en el espejo y, sin embargo, es una de las cosas que más recuerda el hombre cuando piensa en ella: su voz (...) su voz adquirirá color y distinción (...) con constancia obtendrá una voz suave, cadenciosa y variada, modulada y expresiva, agregando un encanto más a su persona.” (*La Nación*, 31-10-1959:20)

Los periodistas brindan consejos para mejorar la voz aprendiendo canto, realizando ejercicios respiratorios y realizando grabaciones para poder escucharse. Así, la voz se convierte en otro aspecto femenino objeto de control y construcción según las expectativas sociales. Será la voz para los otros, una nueva dependencia que integrará la bella apariencia que debe devolver el espejo. Como sucede en el caso citado con la grabación de la propia voz, el espejo permite transferir a uno, aunque más no sea por un momento, la mirada social. (Traversa, 1997)

Exceptuando los artículos médicos, sólo la columna permanente sobre moda “Desde París” lleva firma (Rachel Gayman). El análisis del contenido revela un locutor colectivo -nosotros-, formas impersonales en el tratamiento de los temas y la reproducción recurrente de estereotipos femeninos. Lo vemos en “Si bien hemos visto...”, “En estos salones observamos las mismas tendencias...”, “Siempre es aconsejable...”, “vestidos...para lucir la silueta...sobre todo por las más jóvenes que, como es lógico, siempre están bien”. El uso de formas impersonales otorga a los apartados un status de cientificidad-objetividad, refrendando la ideología del medio que, parafraseando a Sidicaro, “mira a la sociedad desde arriba”. Lo vemos en “Guía para adultos, beneficios para educar a los niños...”, “Ha de usarse...”, “...el cabello exige mucha atención...”, “Suele decirse...”, “Hay cosas que no por bien sabidas resulta inútil recordar, las madres deben vigilar el estado de los dientes de sus hijos”. Este locutor colectivo se ubica en un lugar asimétrico con respecto a las lectoras. Desde la posición de portador del saber el locutor puede ordenar, confirmando en el mismo acto a una lectora carente de ese saber, como en el apartado “Para que lo haga usted misma” (Foto 9) ofrece algo que supone la mujer desconoce y debe enseñársele. Para una lectora a la que imagina tanto productora como consumidora, el medio combina el orden de la necesidad -guías, recetas, consejos- con noticias breves de actualidad del espectáculo, el deporte, las artes y la política mundial protagonizadas por mujeres, y una

amplia gama de anuncios publicitarios en los que predominan los artículos y productos para el hogar y la belleza femenina.



Foto 9 "Para que lo haga usted misma". Foto 10 "Los grandes escotes exigen un cuello perfecto". *La Nación* 19-12-1959:18

La mujer construida por el medio es bella, ama de casa y madre, roles que son reforzados en forma reiterada. Algunos ejemplos: "Los grandes escotes exigen un cuello perfecto". El cercenamiento del cuerpo de la mujer para moldear cada zona según los dictados de la moda, exhibiendo en este caso una mujer casi sin rostro para resaltar su cuello, desborda los límites y alcanza la desmesura. (Foto 10) Para ser una excelente ama de casa aconsejan "Tener el parquet brillante como un espejo es un orgullo de toda ama de casa...", "La lectora ha heredado un encantador juego de vajilla que, se sabe, debe estar siempre perfectamente limpio y brillante...". Luego de una sorprendente serie de reglas para el "amo de casa", el artículo aclara que "las damas pensando que, de todos

modos, si no las usan los señores -firmes en su latina independencia y libertad- las podrán usar las señoras”. No obstante, en algunos artículos y tal vez en consonancia con la posición tomada por otros medios como *La Razón*, los destinatarios de los consejos sobre los hijos son “los padres”. Sobre los padres y la TV el diario anuncia “Algunas buenas reglas para los padres. Tratar de...No tratarlo...Enseñarle...Reconocer...”; “¿Necesita el niño ayuda del psiquiatra? No es necesario espantarse...Si los padres atacaran a tiempo...bajo la orientación de un especialista... Los padres no deben asustarse”. En este artículo de diciembre de 1959 el diario ofrece consejos de un psicólogo norteamericano, suscribiendo la tendencia de los medios a divulgar las teorías psicoanalíticas en boga y, al mismo tiempo, poniendo de manifiesto la influencia mundial de estos saberes.

Como hemos planteado, en esta etapa el psicoanálisis disputaba tanto a la psicología como a la medicina/psiquiatría, así en los medios como en los consultorios, la interpretación de las relaciones familiares en una sociedad en transformación. La posibilidad que planteó el psicoanálisis de difundir y discutir de manera pública temas otrora tabúes generó una creciente demanda del público -principalmente femenino- en busca de respuestas de los profesionales a sus inquietudes sobre los vínculos en la familia y acerca de la vida afectiva y sexual, ampliamente propagadas por revistas y diarios.⁵⁰ En el tercer capítulo abordaré esta cuestión en el análisis del sugerente correo de lectoras de *La Razón*.

Desde su nominación la sección valoriza el rol de la mujer como madre, condición a la que apelan los profesionales para transmitir a las familias los conocimientos médicos considerados indispensables para alcanzar una sociedad sana. El análisis de estas secciones permite establecer una doble mediación. Por un lado, la sección femenina se ofrece como mediación pedagógica de conocimientos médicos y, por otro lado, los exponentes del saber científico intentan que la mujer-madre actúe como mediadora entre ellos y su familia, renovando el papel de agente sanitario que le ha sido impuesto. Esta tendencia pone de manifiesto la continuidad del proceso de maternalización de la mujer que, desde fines del siglo XIX reactualiza periódicamente la condición de madre como actividad exclusiva y excluyente de las mujeres. La medicina otorgó entonces el fundamento biológico para que el estado legislara e institucionalizara este proceso, que sentó las bases para que ciencia y política se arrogaran la facultad de educar y tutelar a las mujeres. No obstante, la disminución de la cantidad de hijos fue el camino de la

⁵⁰ En relación con la divulgación del psicoanálisis en la Argentina remito a Plotkin, Mariano. *Freud en las Pampas. Orígenes y desarrollo de una cultura psicoanalítica en la Argentina (1910-1983)*. Buenos Aires. Sudamericana. 2003; Vezzetti, Hugo. “Las promesas del psicoanálisis en la cultura de masas”. En Devoto, Fernando y Madero, Marta. *Historia de la vida privada en la Argentina*. Vol. 3. Taurus. 1999.

resistencia a este ideal, en diferentes períodos condicionados por coyunturas económicas, sociales y políticas particulares.⁵¹

En una época en que la innovación era considerada la esencia del desarrollo y se abría el mercado internacional de los bienes culturales y de las comunicaciones, la nueva sección se destaca del resto del diario por la relevancia otorgada a la composición de la página y a la tipografía. Nos acercamos a la fotografía entendiéndola como enunciado histórico (Vilches,1993) y considerando que es utilizada como uno de los principales puntos de entrada a la página (Cuarterolo y Longoni, 1996) Así lo entiende el diario toda vez que la página femenina está encabezada por numerosas fotografías. En esta etapa “la tecnología y el material comenzaron a ser considerados en su dimensión semiótica (...) el diseño gráfico comienza a explorarse como dispositivo de enunciación” (Devalle,2009: 287, 309) Los principales ejes temáticos de esta página giran en torno a indumentaria, accesorios, cortes de cabello, gastronomía y ejercicios gimnásticos. La nueva concepción del espacio manifiesta el nuevo modo de significar mediante una diagramación dinámica, sin límites estrictos para cada apartado, tipografías modernas -la tipografía entendida acontecimiento visual- y abundantes fotografías e ilustraciones.⁵² Algunos artículos ofrecen montaje (Foto 11) o encadenamiento (Foto 12) de dos o más fotografías alrededor de un tema común. (Vilches, 1993) Las tomas fotográficas y las ilustraciones se caracterizan por presentar mujeres en poses estáticas y centradas en un entorno limitado al estudio, que anula el contexto, convirtiéndolas en meros objetos decorativos. Los rostros suelen mostrarse faltos de expresividad, en general semejan maniqués ataviados y maquillados a la moda, con excepción de algunas modelos que ofrecen miradas o bocas seductorales, adecuándose a las denominadas funciones parainformativas, centrando toda la fuerza del mensaje en el carácter icónico de la fotografía. (Vilches, 1993)

⁵¹Nari, Marcela. *Políticas de maternidad y maternalismo político, Buenos Aires (1890-1940)*. Buenos Aires. Biblos. 2005. Sobre la política de protección de la maternidad durante el peronismo, Di Liscia, María Herminia. “Ser madre es un deber” (maternidad en los gobiernos peronistas, 1946-1955). En: Villar, Daniel y otras (ed.). *Historia y género. Seis estudios sobre la condición femenina*. Buenos Aires. Biblos. 1999. Sobre natalidad en los años sesenta, Felitti, Karina, “El control de la natalidad en escena: anticoncepción y aborto en la industria cultural de los años sesenta” En: Cosse, Isabella y otras (ed.). *Los '60 de otra manera. Vida cotidiana, género y sexualidades en la Argentina*. Buenos Aires. Prometeo. 2010. De la misma autora, “El debate médico sobre anticoncepción y aborto en Buenos Aires en los años sesenta del siglo XX”. *Dynamis*, núm, 27. 2007. Pp. 333-357. Y “El placer de elegir. Anticoncepción y liberación sexual en la década del sesenta”. En: Gil Lozano, Fernanda y otras (dir.). *Historia de las mujeres en la Argentina*. Buenos Aires. Taurus. 2000. “Mujeres. Cuando ellas intentan alcanzar el status de un verdadero ejecutivo”. *Primera Plana*. 28 de mayo de 1963. Pp. 23-24.

⁵² En *La travesía de la forma: emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires. Paidós. 2009, Verónica Devalle sostiene que el concepto de diseño gráfico y la conciencia de la gráfica como área autónoma surgirán a partir de los años '60, desligados de la arquitectura y del arte.



Foto 11 Montaje. *La Nación* 20-03-1960:20



Foto 12 Encadenamiento. *La Nación* 17-10-1959:16

Algunas fotografías carecen de epígrafe, delegando su contextualización en el texto escrito, de modo que la narración visual se realiza en forma paralela a la narración escrita. No obstante, algunos artículos contienen numerosas fotografías acompañadas sólo por epígrafes o pequeños textos escritos, que parecieran querer amplificar la intensidad del acontecimiento. (Vilches, 1993:159) Las ilustraciones, por su parte, complementan o realzan el texto escrito adoptando formas exageradas que rozan la fantasía, para transmitir un mensaje impactante, de una carga narrativa evidente y directa. (Lambert, 1996) Las ilustraciones resaltan tanto las joyas como las expresiones del rostro, el maquillaje, el peinado y la perfección del cuello, requisitos indispensables para lucir estos accesorios. (Foto 13)



Foto 13 Ilustración. *La Nación* 11-10-1959:17

2.5 La Razón de las mujeres

El diario vespertino *La Razón* comienza a publicar en marzo de 1961 el espacio “Entre Nosotras...Estrictamente para mujeres”, incluido en diferentes secciones varios días a la semana -no siempre fijos- y sin firmas.⁵³ Desde su denominación y contenido está destinado a diversos tipos de mujeres, a las que les propone una relación intimista. Aunque no se pudo establecer la participación de mujeres en la redacción a través de la firma de secciones, apartados o artículos, la entrevistada Felisa Pinto asegura que no había mujeres en *La Razón* hasta que llegó Jacobo Timerman, director del diario por un breve período en 1984.



⁵³ Entre 1922 y 1925 “Entre Nosotras” era una sección de la *Revista Para Ti*, según refiere Bontempo, María Paula. “*Para Ti*: el cuerpo de la mujer moderna (1922-1928)”. Tesis de Maestría en Investigación Histórica. Universidad de San Andrés. 2005.

La página femenina presenta una diagramación ordenada y estática, con límites precisos y estables para cada apartado. Utiliza tipografías modernas, aunque carece de fotografías o ilustraciones. Está organizada en columnas breves que brindan consejos y soluciones a las necesidades más diversas. La construcción de la interpelación a las lectoras alterna tres modalidades, formas impersonales –prescriptivas-, nosotros incluyente –generadoras de una relación simétrica- y nosotras incluyente –para el acercamiento intimista con la lectora, a quien en reiteradas ocasiones menciona como “amiga”-. Aunque en el tratamiento de temas relacionados con la niñez el diario en ocasiones se dirige a la familia, en general interpela a la madre y, para lograr empatía, el tono prescriptivo y las preguntas retóricas suelen alternarse con la persuasión y la comprensión hacia las lectoras.

“Entre Nosotras...” ofrece herramientas para alcanzar objetivos, plasma la idea de servicio con escaso desarrollo informativo, construye como destinatarias a mujeres de amplios sectores, populares, medios y medios-altos, y plantea una retórica poco compleja, simple y de fácil lectura. El relato es construido en la página desde el consejo, en el cual los integrantes de la redacción se expresan como aliados de las lectoras para resolver algunas situaciones o anticiparse a otras, aunque sin abandonar el rol paternalista. Sin embargo, algunos apartados como ‘Charlemos’ y ‘Correo’, considerados en este trabajo como “espacios de lo posible” pueden interpretarse como fuentes de reflexión y también de servicios. Como se verá en el próximo capítulo, ambas columnas resultan especialmente sugerentes para el análisis. ‘Correo’, escrito en un tono coloquial, está abierto expresamente a mujeres de todas las edades y se revela como un espacio en el que, a través de la supuesta voz de las lectoras, el diario aborda temas ausentes en los artículos como maltrato, embarazo, conflictos familiares, oficios y carreras para mujeres, entre otros. Las voces de quienes escriben al Correo están legitimadas por el propio género epistolar, en tanto quien escribe y firma la carta se evalúa como una persona auténtica (Bannon y Muslip, 1998). Tal interpretación surge de la asociación de la carta al mito de la sinceridad, la transparencia y la espontaneidad de la escritura. (Bouvet, 2006). La carta enviada al Correo de lectores reviste la ambigüedad entre lo privado –propio del género epistolar- y lo público. Muchos de los temas planteados a través de este espacio ponen de manifiesto que algunas mujeres lo utilizan como instrumento para salir del espacio privado de la vida doméstica y acceder al espacio público que les permite un medio de comunicación masiva. Aunque para lograrlo deben sortear las restricciones y modificaciones que la redacción disponga como mecanismos de control, mediante estrategias como recorte, titulado o inclusión de comentarios (Bouvet, 2006).

Avanzados los años ‘60 “Entre Nosotras...” expone un cambio en la lógica entre información y publicidad, ésta se ha incrementado en la sección femenina y en numerosas ocasiones se relaciona directamente con algún tema tratado en la página. El aumento en

cantidad y variedad de publicidad revela también una contradicción entre los contenidos de las notas, que mantienen a la mujer en el hogar, y las publicidades, que la incitan a asomarse a un mundo público –gimnasios, cursos-. Durante el año 1963, los cambios en la vida cotidiana se expresan en artículos sobre arquitectura y decoración de interiores, y la necesidad de optimizar el tiempo de la dueña de casa, que suele estar empleada, aunque el ámbito del hogar continúa siendo el espacio femenino por excelencia.

El modelo de mujer que construyen ambos diarios se evidencia también en los anuncios de Avisos Clasificados propios, para quienes necesitan emplearse en el trabajo doméstico en *La Nación*; para aquellas mujeres que requieren contratar ese servicio en *La Razón*. Ambos utilizan un diseño semejante y recurren a ilustraciones, que les permiten exagerar las figuras y dotarlas de una importante carga narrativa. Sin embargo, alcanzan una clara diferenciación en el mensaje. El matutino presenta una empleada doméstica ataviada con el uniforme de trabajo y encarnada en un modelo juvenil, alegre, moderna, dispuesta a la acción en una pose que crea la ilusión de movimiento, feliz y agradecida al medio por haberle posibilitado conseguir ese trabajo, manteniendo el estereotipo de mujer que propone el diario, que debe estar siempre bien vestida y bella, aún para realizar las tareas en el hogar. El vespertino una mujer mayor, en actitud servicial sumisa, con una media sonrisa que connota resignación, y una apariencia más clásica en relación con las características más tradicionales del servicio doméstico. (Fotos 14 y 15)



Foto 14 Aviso empleo.
La Nación 8-03-1962:9



Foto 15 Aviso empleo. *La Razón* 6-07-62:8

* * *

Considerando sus estrategias periodísticas, *La Nación* y *La Razón* dan prioridad a una sociedad de consumidores, de productos y de noticias, aunque el primero se destaca por el tratamiento más profundo y extenso de las informaciones consideradas relevantes en materia política y económica. Ambos medios ofrecen una cantidad casi inabarcable de noticias breves. Ambos diarios realizan cambios relativos en la representación de lo

femenino en el período estudiado pero las temáticas continúan pivotando básicamente sobre la tríada mujer-hogar-madre. Los artículos revelan una moderada tolerancia hacia la mujer trabajadora en los casos en que su tarea remunerada fuera del hogar resulta imprescindible para el sostenimiento económico del grupo familiar. Mientras *La Nación* construye una mujer madre y esposa, joven y elegante, de sectores sociales medios y medios-altos y altos, mediante un discurso pedagógico y prescriptivo; *La Razón* aspira a contar entre sus lectoras a mujeres tradicionales y liberadas (o con aspiraciones a serlo), no obstante madres y esposas abnegadas, bellas y femeninas, de sectores populares y medios, apelando al diálogo y la complicidad.

La Nación logra articular tradición y modernidad actuando con prudencia ante los cambios sociales, sin desestimar la inserción de la mujer en los ámbitos públicos pero defendiendo el modelo familiar tradicional. Esto queda en evidencia en los artículos médicos, en los que se utilizan frecuentemente dos estrategias. Por un lado, es manifiesto el esfuerzo de los editores por incorporarse a los nuevos estilos periodísticos que, como planteamos, suponen intervenir en las discusiones sobre el lugar de la mujer en la sociedad, al menos desde las temáticas y las formas, aún cuando los contenidos mantengan un perfil predominantemente tradicional. Por otro lado, instruye a las madres acerca de los cuidados familiares, reforzando su rol como agentes sanitarios dentro del hogar. En los artículos sobre moda, el acento en la elegancia comienza a compartir el espacio con la ropa para uso cotidiano y con moldes para la confección propia de algunas prendas. Paralelamente, el diario continúa editando el suplemento dominical en tono sepia como lazo inalterable con el pasado y la tradición. Esta evidencia nos permite asegurar que el matutino intenta, por una parte, mantener su espectro de lectoras tradicional pertenecientes a los sectores medios-altos y altos de la sociedad; por otra parte, convocar a lectoras de sectores medios que, supone, necesitan ser instruidas en múltiples tareas y en la administración cautelosa de la estrecha economía hogareña confeccionando sus propias prendas, elaborando comidas sencillas o preparando cremas de belleza caseras.

La pátina de modernidad brindada por el diseño suelto, las tipografías, las fotografías, confrontadas con el contenido de los artículos de la página femenina de *La Nación* dan como resultado un eclecticismo estimulante. Por un lado, revelan la modernización de las formas, por otro lado, contrastan con contenidos que, en la mayoría de sus apartados, mantienen a la mujer en el ámbito privado del hogar. Esta semejanza temática sólo es quebrada en un pequeño apartado donde se refiere el desempeño de mujeres en actividades artísticas, profesionales, deportivas, políticas y diplomáticas del exterior. Así, *La Nación* inicia una tímida pero insoslayable apertura a la difusión de los nuevos roles y espacios ocupados por las mujeres, convocadas principalmente a través del diseño moderno de su página.

A pesar de las semejanzas, *La Razón* se destaca por su mayor apertura hacia el abordaje de los cambios en las relaciones entre varones y mujeres, y de los debates planteados por las propias mujeres acerca de sus desafíos en una sociedad en transformación, principalmente pertenecientes a la clase media heterogénea y móvil de los años '60. Puede interpretarse que *La Razón* incita a cuestionar los lugares asignados socialmente a muchas mujeres por el matiz de complicidad que conllevan numerosas columnas femeninas, instigándolas a convertirse en actores en lugar de espectadores, aún sin descuidar el cuidado de la familia.

La página femenina articula consejos hogareños y las tendencias de la moda con artículos médicos avalados por profesionales en pediatría, odontología y psicología. Estos especialistas sostienen un discurso pedagógico para instruir a las lectoras e interpelan directamente a las madres sobre el cuidado de la salud en sus distintos aspectos. El discurso femenino normativo y pedagógico de *La Nación* resulta estático, de fácil lectura y connota distancia en la construcción de grupos genéricos en los que se diluye la individualidad. Combina las últimas tendencias de la moda con consejos banales para el ama de casa y el tratamiento de las problemáticas relacionadas con la salud y la crianza de los hijos. Las lectoras que esta publicación construye parecen ser poco hábiles e inseguras porque siempre necesitan ser guiadas y aconsejadas en tareas como una sencilla receta de cocina o los pasos para maquillarse.

En definitiva, en esta página el diario imbrica la vida pública y la vida privada de mujeres reconocidas internacionalmente con la vida hogareña de las que, parece suponer, son la mayoría de sus destinatarias. Entendemos que en esta operación la redacción aporta cierta confusión al reenviar a la mujer al ámbito del hogar pero, al mismo tiempo, proponerle modelos estéticos quiméricos difícilmente imitables. El estudio del contenido permite inferir que el medio propone imitar la estética de aquellas mujeres inalcanzables mediante el consumo de productos de belleza e indumentaria. No serán esas mujeres pero se les parecerán, podría ser la consigna de la página femenina. Esta estrategia editorial se convierte en una oferta paliativa, conformista y, al mismo tiempo, económicamente redituable. *La Nación* reconfigura un prototipo estético femenino ilusorio para la mayoría de las mujeres en un instrumento de mercado.

El siguiente capítulo se centrará en el análisis de dos secciones de cada diario. En *La Nación* se pondrá el foco en los apartados que versan sobre temas médicos. *La Razón* amerita un estudio reflexivo de los recuadros 'Correo' y 'Charlemos'. La elección precedente obedece a la relevancia que presentan tanto los temas abordados en cada apartado como las características del tratamiento periodístico y los modos que emplea cada medio para interpelar a las lectoras.

Capítulo 3

LA PALABRA COMO ACCION POLITICA

El análisis de secciones específicas de las páginas femeninas del matutino *La Nación* y el vespertino *La Razón* resulta de especial interés para observar la representación que ambos medios proponen de la mujer, en una sociedad que en la época estudiada atraviesa un período de mutaciones y resignificaciones en todos los planos de la vida social. La propuesta de ambas páginas femeninas comparte ejes temáticos como belleza, moda, gastronomía y el cuidado de la casa y de la familia. Los apartados seleccionados para este capítulo abordan asuntos diferentes y el análisis de su contenido demuestra que ambos medios apuntan a captar lectoras de sectores sociales similares, aunque proponiendo modelos diferentes de mujer. En la primera parte analizaré las secciones ‘Correo’ y ‘Charlemos’, contenidas en la página femenina “Entre Nosotras. Estrictamente para mujeres” del vespertino *La Razón*. En la segunda sección examinaré los segmentos profesionales contenidos en la página femenina “La mujer, el hogar y el niño” editada por el matutino *La Nación*.

3.1 *La Razón*, palabras de mujeres

Las secciones ‘Correo’ y ‘Charlemos’, incluidas en “Entre Nosotras. Estrictamente para mujeres”, la página femenina del vespertino *La Razón*, se presentan como inigualables espacios para estudiar qué tipos de representaciones de mujeres realiza el diario, teniendo en cuenta que de manera expresa buscan la identificación de lectoras de una amplia franja etaria. Además de testear las inquietudes y preocupaciones de las lectoras, ‘Correo’ permite abordar temas desde el punto de vista de las supuestas lectoras, como los conflictos familiares, de pareja, vocacionales, el maltrato, la castidad, el divorcio y la adopción, entre otros.

Si bien algunas de estas problemáticas suelen ser tratadas en el cuerpo principal del diario en secciones específicas (como “Escuela para padres”, de Eva Giberti y “La psicología y la vida”, firmada por el psicólogo Marcos Victoria), las inquietudes expuestas en ‘Correo’ se manifiestan particularmente relevantes porque posibilitan el acercamiento a vivencias de personas comunes –pertenecientes a sectores socio-económicos diversos– válidas como discurso a pesar de que podamos dudar de su autenticidad. Soslayando el estatuto de verdad o falsedad de estos testimonios se toma en cuenta para el análisis el efecto de verosimilitud que producen las cartas.⁵⁴

⁵⁴ Ejemplares del diario *La Razón* consultados en la Biblioteca Nacional, Buenos Aires, durante los años 2009 y 2010. Referencias a algunos casos tratados en los encuentros de organizados por Giberti pueden verse en Cosse, Isabella. *Pareja, sexualidad y familia en los años sesenta*. Buenos Aires. Siglo XXI. 2010; Marcos Victoria fue profesor titular en la Facultad de Psicología

La importancia de 'Correo' se incrementa en épocas de mutaciones en las costumbres porque interpela a un público que atraviesa situaciones desconocidas. Esta circunstancia parece impulsar a la redacción a combinar la complicidad con las lectoras y la necesidad de encauzarlas dentro de la normatividad social. (Cosse, 2010) Desde sus inicios ambos apartados promueven la participación de las lectoras, de manera directa en 'Correo' y de forma indirecta, como variante conversacional, en 'Charlemos'.

3.2 'Correo', voces femeninas

Los correos de lectores son secciones fijas en algunos diarios y revistas como *La Nación* y *Primera Plana*, y en particular las columnas de correspondencia sentimental aparecen como uno de los apartados característicos de las revistas femeninas como *Para Ti*, *Vosotras*, *Idilio*, *Nuestro Hijos*, *Claudia*, entre otras. La relevancia de la correspondencia como objeto de análisis se pone de manifiesto porque, como ha explicado Bouvet "la carta imita la comunicación personal, oral, directa y se asocia al mito de la sinceridad, la transparencia y la espontaneidad. En un mismo gesto lo epistolar articula dos dimensiones, la ilusión de un acercamiento y la realidad de un distanciamiento, en una coexistencia que imposibilita una elección entre ambas posiciones. Conlleva la continuidad fragmentada encarnada en la espera de una respuesta". (Bouvet, 2006:24)

En un tono intimista 'Correo' convoca a compartir las inquietudes personales -sin restringirlas a las consultas sentimentales- a las que el diario contestará en algunos casos desde una posición amigable, contenedoray hasta maternal, y en otros casos de manera reprobatoria. Las respuestas a las consultas de las presuntas lectoras brindan consejos sobre decisiones personales acerca de la vida cotidiana al interior de la familia nuclear, el estudio, el trabajo y también sobre relaciones sociales; tareas hogareñas, salud, belleza, servicios.

Todas las secciones de la página femenina "Entre nosotras..." carecen de firma y los intentos por identificar a quienes las escriben resultaron infructuosos. El uso constante del pronombre 'nosotras' –situándose en una posición de igualdad y buscando la identificación, aunque al mismo tiempo erigiéndose en portavoz de las mujeres- quiere dar a entender que los diversos apartados son escritos por mujeres. No obstante, algunos de los testimonios recabados en esta investigación, como los de Felisa Pinto y una colaboradora anónima de *La Nación*–citados en el Capítulo 2- afirman la ausencia de

UBA y autor de numerosos libros sobre su especialidad. Referido en Julián Antman. Historia de la Psicología. <www.julianantman.com.ar/juliso.html>[última consulta: julio de 2012]En su autobiografía, Tabita Peralta Lugones –hija de la periodista y escritora Susana "Pirí" Lugones y bisnieta del escritor Leopoldo Lugones- recuerda al "muy respetado doctor Marcos Victoria" como "padrastro y violador de mi madre desde que tenía 12 años hasta que se casó". *Retrato de familia*. Emecé. Buenos Aires. 2009.

mujeres en la redacción de *La Razón* en la etapa estudiada.⁵⁵ Consolida estos testimonios el periodista Moisés Jacoby, quien en un artículo sobre el vespertino atribuye al director del diario Félix Laíño “algunas respuestas a consultas de los lectores sobre temas sentimentales, sexuales o psiquiátricos”. (*Primera Plana*, 8-01-1963:36) Condicionada por esta circunstancia me referiré a los responsables de la página femenina como ‘la redacción’.

En la primera entrega de “Entre Nosotras. Estrictamente para mujeres”, del 23 de marzo de 1961, se presenta formalmente la sección ‘Correo’ como propuesta de comunicación con las lectoras. Será reiterada de manera literal al día siguiente.⁵⁶ En esta introducción la redacción explica con precisión los objetivos de la novel sección e identifica a sus destinatarias, a quienes les propone abordar un amplio espectro de problemas – veremos luego las restricciones-, alentándolas a participar. Este preámbulo expresa:

“Abrimos esta sección a la inquietud de nuestras lectoras. Pueden acudir a ella con sus dudas, sus problemas, con sus preguntas. Trataremos de satisfacer todos sus planteos, diariamente, desde estas columnas. No sólo podrán acudir a nosotras las mujeres jóvenes con sus problemas sentimentales; cualquier tipo de situación relacionada con la mujer será bien recibida. Extendemos esta invitación desde la abuela hasta la nieta que está entrando en la adolescencia; y nos ocuparemos por resolver desde los conflictos que sobre conducción infantil puedan plantearse a una madre o maestra, hasta el pequeño detalle doméstico que aflige a una novel señora. Queda, pues, abierto este correo. A escribir, entonces.” (*La Razón*, 23 y 24-03-1961:18)

Esta presentación es clausurada por una cita atribuida a “Elizabeth, Princesa de Bilesco”⁵⁷: ‘Un matrimonio perfecto es un hogar y un horizonte’”, que previene respecto del peso de la tradición del modelo familiar doméstico vigente en la época en el tono que

⁵⁵ El periodista de *La Nación* Víctor Gil recuerda que “en *La Razón* no hubo mujeres hasta que llegó Timerman”. Jacobo Timerman ocupó la dirección del vespertino durante un año desde agosto de 1984. La trayectoria de este controvertido periodista es profusamente estudiada por Graciela Mochkofsky en *Timerman. El periodista que quiso ser parte del poder (1923-1999)*. Buenos Aires. Sudamericana. 2003.

⁵⁶ Las citas al pie de la página femenina se mantendrán sólo durante 1961. Las menciones reproducen estereotipos femeninos alternando, al mismo tiempo, la apelación a mujeres pasivas y activas. Entre otros: Galileo Galilei “Son muchos los afectos a los que las palabras no llegan” (*La Razón*, 24-03-1961:18); Beauchenne “La mujer que más se ama es precisamente aquella a quien menos se le dice” (*La Razón*, 27-03-1961:18); Séneca “La mujer sabia edifica la casa; la mujer tonta derrumba la ya construida” (*La Razón*, 29-03-1961:12); Maeterlinck “No hay vidas pequeñas; cuando la miramos de cerca toda vida es grande...” (*La Razón*, 12-06-1961:18); Balmes “El mundo marcha, quien se detenga será aplastado, y el mundo seguirá andando” (*La Razón*, 19-06-1961:19); Demócrito: “La verdadera hermosura de la mujer es el hablar escaso y limitado” (*La Razón*, 12-09-1961:19)

⁵⁷ Se refiere a la “Princesa de Bibesco”, Elizabeth Charlotte Lucy Asquith (1897-1945), hija Herbert Henry Asquith -primer ministro inglés entre 1908 y 1916-. Escritora prolífica, casada con el príncipe Antoine Bibesco, diplomático rumano destinado en Londres. Las citas que cierran la sección se mantendrán sólo durante el año 1961. Las menciones reiteran la ambigüedad que caracteriza a la sección ‘Correo’, alternando en sus textos la reproducción de estereotipos femeninos y las características de las nuevas mujeres modernas.

permeará la sección en estos primeros años de su edición. Aunque, como veremos, muchas respuestas distan de representar a las mujeres en los roles tradicionales de ama de casa, esposa y madre. Como evidencias podemos referir los correos adjudicados a “Madre en duda” y Marilú, de Buenos Aires. En el primer caso la supuesta destinataria se desempeña como dibujante de publicidad, con 7 años de matrimonio y madre de dos niños. La redacción explica que la lectora no necesita el dinero pero sí trabajar fuera de la casa porque “la rutina le hace daño”, pero por hacerlo pregunta “si es mala madre y qué debe hacer”. La redacción omite toda referencia al desarrollo personal y alienta la necesidad de satisfacer a los miembros de la familia cuando le responde que “una mujer que trabaja fuera de su casa por placer es capaz de enriquecer su personalidad en beneficio de los suyos, una madre así puede dar mayor sostén a sus hijos...crear una atmósfera benéfica dentro del hogar.” (*La Razón*, 20-3-1962:16) Como sostiene Cosse (2010), la fuerza del mandato maternal se impuso en muchas familias a las innovaciones sociales en los roles de la mujer. El deber ser de la mujer madre se delineó en este período desde distintas disciplinas cuyos discursos fueron ampliamente difundidos por los medios de comunicación. Como ya mencionamos, *La Razón* publicaba varias veces a la semana la sección “Escuela para Padres”, a través de la cual Eva Giberti divulgaba nuevas técnicas de crianza basadas en el psicoanálisis.⁵⁸ En el segundo caso, la supuesta signataria de la misiva es orientada acerca de instituciones donde estudiar en la modalidad nocturna para perito mercantil, para que pueda conservar su empleo y a la vez estudiar. La redacción la alienta en su meta y subraya “nos gusta la mujer con afán de aprender y necesidad de superarse”. (*La Razón*, 08-06-1962:18) Mediante el análisis de la sección destacamos una clara diferenciación en las respuestas según estén dirigidas a mujeres solteras, estimuladas a buscar su desarrollo personal a través del estudio o del trabajo, o a mujeres casadas, a quienes se les sugiere compatibilizar las actividades fuera del hogar con la atención de la familia, priorizando a esta última.

La relevancia otorgada a la sección ‘Correo’ y las numerosas cartas que la integran mostrarían la importancia atribuida por los editores a este recurso periodístico y a la conexión personal con las lectoras. Este espacio se incrementa y obtiene mayor espacio en la página en 1963. La participación atribuida por el diario a las lectoras en esta sección indicaría que, como sostiene Bouvet (2006), para las mujeres este espacio es una forma de evadirse de la vida privada-doméstica, mitigando la rutina y el aislamiento de la vida de ama de casa. Para esta autora, quien escribe al correo se convierte en interlocutora de la redacción y comparte sus inquietudes con el resto de las lectoras, accediendo así a un nuevo espacio de sociabilidad femenina.

⁵⁸ Junto con su esposo Florencio Escardó -médico del Hospital de Niños y profesor universitario- también dictaban charlas y cursos sobre crianza, relaciones familiares y sexualidad. Análisis y casos en Plotkin, ob.cit. y Cosse, ob.cit.

La heterogeneidad de las temáticas publicadas en 'Correo' pone de manifiesto que las transformaciones sociales del período admiten la discusión pública de aspectos otrora tabúes de la vida femenina, que son legitimados al hacerse visibles en un medio de comunicación masivo como es el diario. En este sentido es necesario recordar que el vespertino *La Razón* registra un promedio de tirada de 500.000 ejemplares diarios en el período 1958-1963.⁵⁹ Los periodistas aconsejan acerca de una multiplicidad de cuestiones a lectoras que, supuestamente, han solicitado su ayuda. Durante los años analizados, las orientaciones predominantes giran en torno a las tareas hogareñas (limpieza, cuidado de muebles y enseres, recetas de cocina y de paliativos caseros, jardinería, pintura, tratamiento de manchas); relaciones familiares (madre casada en segundas nupcias, enfrentamiento entre hermanas, duelo por muerte de la madre; deportes, lecturas y otras actividades recomendadas para niños problemáticos, preocupación ante el noviazgo de una hija); sentimentales (problemas de pareja, incomunicación en la pareja, amores no correspondidos, amores desviados de las normas sociales, dificultades para acceder a una casa propia, apego al recuerdo de un novio adolescente, temor al abandono, maltrato familiar); vocación (profesorados, carreras terciarias y universitarias, actriz de cine, perito mercantil, cursos de literatura y de decoración) y servicios (personal de servicios varios; dirección, teléfono y horarios de atención de hospitales, médicos, bibliotecas, espacio de gimnasia gratuita, Club de Madres, Obra de Protección a la Joven, Dirección Nacional de la Mujer).

En un segundo nivel de importancia podemos ubicar las respuestas sobre relaciones sociales (dificultad para establecer amistades, desempeño en reuniones, carácter difícil en la familia y el trabajo, falta de madurez); salud (acné juvenil, bolsas bajo los ojos, alopecia, psicoterapia para tratar problemas personales, miopía) y belleza (peinados, cortes de cabello, proceso para quitar manchas de la piel, maquillaje para ojos, decoloración de pecas, ejercicios, dieta para bajar de peso). Resultan escasas pero novedosas las cuestiones planteadas acerca de conflictos de pareja relacionados con la opción de la mujer por el estudio o el trabajo fuera del hogar; sobre el embarazo en relación con la moda y con el peso ideal; y algunas consultas acerca de cuestiones jurídicas. Citaremos el correo donde se trata el caso de maltrato familiar por considerarlo relevante para nuestra argumentación acerca de las temáticas disruptivas difundidas por el medio.

"Alicia, de José C. Paz: La solución, en este momento, es independizarse y llevar consigo a su hijita. Ahora bien, usted necesita trabajar, diríjase en nombre de esta sección (llevando este recorte) a la Dirección Nacional de la Mujer, departamento de orientación social, Junín 1060, tercer piso. Solicite telefónicamente (83-2620) una entrevista con la señora Bengochea. El horario es de 13 a 19. Exponga allí su caso y las habilidades que posee para trabajar. Lo ideal, quizás, sería colocarse en una casa de familia para coser o cocinar. Esta actitud suya quizás sirva también para

⁵⁹ Datos del Instituto Verificador de Circulaciones (IVC). Las cifras comparativas con otros diarios –vespertinos y matutinos- fueron reseñadas en el Capítulo II.

que su marido reaccione. El es un hombre vencido, que no se atreve a hacer frente a las circunstancias, por eso actúa como lo hace. Mientras se gestiona su empleo, mantenga en su casa una actitud de reserva absoluta: no discuta, no conteste a las injurias, no pida. Haga su trabajo callada, como si nada ocurriera: no deje traslucir ninguna actitud de cambio. Pensamos que usted está necesitada, también del consejo de un médico, que la oriente y le dé una medicación adecuada para su sistema nervioso. Le recomendamos acudir a la Policlínica de Lanús, Río de Janeiro 1910, 241-3326 (consultorio externo de psiquiatría) de parte de esta sección. No deje de hacerlo aunque represente un sacrificio por la distancia. Todo esto contribuirá a restablecer su equilibrio. Le pedimos que una vez obtenido algún resultado vuelva a escribirnos para saber de usted.” (*La Razón*, 10-10-1963:10)

El correo citado nos permite abordar los múltiples sentidos que se ponen en juego en el rol desempeñado por los periodistas. La puesta en palabras de una situación de maltrato familiar, no explicitada pero claramente referenciada, manifiesta la decisión de exponer problemáticas que no se abordan en el resto del diario, brindando en el mismo acto la contención que evalúan indispensable. Este respaldo se concreta mediante dos estrategias, por un lado transmite el poder de los periodistas toda vez que piden invocar su sección para conseguir soluciones, por otro lado, brinda un servicio concreto brindando referencias precisas acerca de lugares y referentes con quienes contactarse. A su vez, sugerir una consulta psiquiátrica manifiesta la incorporación en la vida cotidiana de las disciplinas que atienden la salud mental.

Esta diversidad temática sugiere que la redacción aspira a convocar un amplio abanico de lectoras, de diferentes edades, intereses y sectores sociales. Además de consagrarse como confidente para acompañar, aconsejar, exhortar o instruir a las lectoras, y brindar un servicio, según los casos, la voz de ‘Correo’ se erige como consejera o guía que tanto sugiere como ordena la manera correcta de actuar ante determinadas situaciones. En algunas ocasiones de acuerdo con la moral y las costumbres tradicionales y, ante otras problemáticas, desde una perspectiva disruptiva. Consejos y órdenes abrevan, a manera de péndulo, entre la tradición y la modernidad. Resulta estimulante analizar la coexistencia de ambas perspectivas en cuatro correos de diferentes ediciones, que incorporamos de manera textual:

“Estela Ferrari, Adrogué – Tiene dieciocho años y se ha enamorado de un hombre de cuarenta y cinco. Cree que él la corresponde, pero no tiene pruebas concretas. -Cree que lo que usted espera de ese señor es protección, no amor. Recuerde que el amor es cosa de adultos, y no lo confunda con deseo de seguridad y amparo. Nadie es tan sólido, que pueda compensar su propia inseguridad actual, y en cualquier caso la desilusionaría. Cuando usted haya alcanzado la madurez sentirá el amor de otra manera, y, por lo tanto, se enamorará de algún varón accesible.” (*La Razón*, 02-06-1961:14)

“Normita Triste, Capital, 27 años: Si quiere una vida satisfactoria, fuerza para que nadie la tiranice; no que un novio la libere de su padre porque es cambiar de dueño.” (*La Razón*, 06-03-1962:11)

“Corambé, Capital: Muchas cosas tenemos que decirle, amiga: la primera es que está muy equivocada y que se complace en esa equivocación: ¡cuidado! Esta no será la única carta que usted nos escriba: la autorizamos para que continúe abriendo su corazón necesitado de confidencia, y contándonos los progresos que hará, a no dudarlos. Tiene que aclarar un punto fundamental: ¿por qué esa incomunicación con su marido? Seguramente gran parte de la culpa es suya. Convengamos en que, como dice, no ha

madurado y es todavía una niña que se siente vieja. ¿No cree que cronológicamente es lo suficientemente joven como para empezar con ahínco de niño que está dando sus primeros pasos? La vejez existe en su espíritu sólo porque está vacío. No extreme su deseo de atormentarse. Tendrá que aprender muchas cosas y la primera –que le costará bastante trabajo- es que la alegría es una planta que se cultiva y que la angustia es tan execrable como la falta de higiene física. Si le hacemos doler, no se enoje: es por su bien. ¿Sabe cómo se empieza a vivir? Amando. No haga un gesto de escepticismo. El amor humano es muy rico y muy grande. ¿Ha pensado alguna vez en los niños que están solos y esperan la ternura de una madre para aferrarse a ella con esa tibieza que sólo ellos pueden dar? ¿Ha pensado en lo hermoso que es reconquistar el amor de un hombre, haciéndolo sentirse pleno? ¿Ha pensado alguna vez en todo este mundo vivo y hambriento que la rodea? Hay muchos caminos, amiga. Escribanos. Piense que ya no está sola.” (*La Razón*, 11-06-1962:15)

“Humana, de Capital – Las mujeres pasaron y pasan por situaciones iguales o parecidas a la que hoy te conturba. Porque no es fácil ser mujer y menos en una sociedad de transición como la que nos toca vivir. Vamos a aclarar un poco las cosas: Primero, no debes dar un solo paso hacia ese muchacho. Segundo, no pienses (como en “A una perdida ilusión”) que eres egoísta, tonta o torpe. Los argumentos masculinos muchas veces desorientan a las muchachas, pero no te dejes desorientar hasta el punto de dudar de ti misma. Por el contrario, reconoce tus verdaderos valores, tu potencial humano y –fírmelo en esa posición- haz que el hombre que se acerque a ti, sepa comprenderlo: ante esta firme resolución interior se estrellarán los argumentos que ellos esgrimen como un leit-motiv. No eres neurótica; simplemente estás desorientada. El mundo real no es totalmente bueno ni totalmente malo. El hombre no es sólo carne ni tampoco espíritu solo. La unidad, la armonía de los contrarios que se mueven en nosotros es lo que debemos buscar. El amor auténtico hace una síntesis de esos contrarios, y unifica al hombre y a la mujer sin luchas. Conéctate con el mundo que te rodea en una actitud optimista y firme. Trabaja, estudia, vive plenamente a los seres y las cosas. Cuando llegue el hombre que verdaderamente te está destinado, existirá entre los dos un entendimiento tal –tan en profundidad, tan de núcleo a núcleo del ser- que no habrá problemas, ni explicaciones torturantes. La mujer de hoy se está liberando de pesadas cadenas, pero para lograrse en plenitud debe fijarse una meta: la del propio respeto, la del amor pleno que, como siempre, da hijos, da un hogar, da estabilidad integral.” (*La Razón*, 08-10-1963:14)

Sin dejar de considerar que la primera respuesta intenta reencauzar a una joven en la elección de relaciones socialmente esperadas (un hombre de su edad), el aspecto sustancial del correo radica en la decisión editorial de hacer visible una problemática disruptiva. El segundo caso propone, sin eufemismos ni cuestionamientos, un nuevo estilo de mujer autónoma. La tercera respuesta abona el rol otorgado tradicionalmente a la mujer como iniciadora de las relaciones sentimentales y le impone la responsabilidad por la estabilidad matrimonial. En palabras de Wainerman (2005), para el marido trabajador el hogar debía ser un lugar de reposo y afecto y la esposa debía asistirlo. De acuerdo con los cánones tradicionales, para la redacción la lectora debía esforzarse por transitar el matrimonio como rito de pasaje a la vida adulta (Cosse, 2010:115). El cuarto ejemplo condensa en un mismo correo la exhortación a la revalorización de la mujer como sujeto autónomo, como individuo, rozando la defensa de la liberación femenina, para remitirla como designio último a la constitución de un hogar y la maternidad. Esta oscilación entre la mujer tradicional y la mujer moderna hace posible percibir, por un lado, el carácter histórico del sujeto mujer, que al propio medio no le resulta ajeno y que trata de construir, y al

mismo tiempo representar, en un período signado por nuevas conductas que para el diario no admiten la indiferencia; por otro lado, pone de manifiesto la presión ejercida sobre el discurso por las costumbres arraigadas en la sociedad acerca de los roles femeninos, la familia y la felicidad.⁶⁰

Las primeras cartas de las lectoras serán respondidas el 27 de marzo de 1961. Las misivas e presentan como pertenecientes en su mayoría a mujeres jóvenes y adultas – algunas adolescentes y pocas de edad avanzada-. Estas mujeres se presentan de diversas maneras, unas con nombre y apellido, otras sólo con nombre e inicial del apellido y algunas sólo con iniciales. También encontramos cartas firmadas por “ama de casa” o “futura mamá”, como categorizaciones que subsumen la condición de mujer, esencializando lo femenino en esas tareas, sin siquiera iniciales que denoten una identidad posible. (*La Razón*, 3-10-63:12) Al respecto, Nora Domínguez (2007) interpreta que “la madre reemplaza y borra a la mujer en lo simbólico, constituyéndose en una identidad indeleble”. En el mismo sentido, Cosse (2010) concluye que los años sesenta no modificaron la centralidad de la maternidad en la configuración de la identidad femenina, aunque complejizaron los sentidos atribuidos a los deberes y la experiencia maternal.⁶¹

Según Bannon y Muslip (1997) las voces de quienes escriben al ‘Correo’ están legitimadas por el género epistolar, que permite inferir que hay alguien detrás de esa firma y cuya voz es auténtica. Hay una pretensión de veracidad en tanto se conjetura que quienes escriben son lectoras reales que comparten sus problemas. Tanto Bannon y Muslip como Bouvet destacan un estatuto ambiguo entre lo privado y lo público, interpretando que a través del ‘Correo’ muchas mujeres logran asomarse al espacio público que brinda un medio de comunicación, aunque manteniendo casi el anonimato. Desde la perspectiva psicoanalítica Hugo Vezzetti asevera que un rasgo destacado de este dispositivo epistolar es que “hace posible la expresión de la individualidad en medio de la masa anónima” (Vezzetti, 1999:178)

⁶⁰ Las transformaciones en los roles de la mujer a través de revistas femeninas en este contexto de cambios pueden verse en: Cosse, Isabella. “Claudia: La revista de la mujer moderna en la Argentina de los años sesenta (1957-1973)”, *Revista Mora*, IIGE. Universidad de Buenos Aires. En prensa; Plotkin, Mariano. Ob. cit.; Scarzanella, Eugenia. “Entre dos exilios: Cesare Civita, un editor italiano en Buenos Aires, desde la Guerra Mundial hasta la dictadura militar (1941-1976)”. *Revista de Indias*. Vol. LXIX. Núm. 245. Enero-Abril. Madrid. 2009.

⁶¹ Nora Domínguez estudia en la literatura argentina la maternidad como enigma y matriz desde donde analizar aspectos de la cultura, en *De dónde vienen los niños. Maternidad y escritura en la cultura argentina*. Rosario. B. Viterbo. 2007. Cosse (2010), ob.cit. también analiza la emergencia de un nuevo modelo de paternidad y las diversas relaciones que éste generó entre los progenitores. En conexión con estos postulados, en su análisis de la política desarrollada por el peronismo en torno a la protección de la maternidad, María Herminia Di Liscia sostiene que “la revitalización de la maternidad otorgó a la imagen femenina la dosis necesaria de tradicionalismo, que podría haberse visto amenazada por la participación política”. “Ser madre es un deber. Maternidad en los gobiernos peronistas, 1946-1955”. En Villar, Daniel y otros. *Historia y género. Seis estudios sobre la condición femenina*. Buenos Aires. Biblos. 1999.

La labilidad del límite entre lo privado y lo público en el género epistolar cuando las cartas están destinadas a un medio de comunicación se ponen de manifiesto en algunas esquelas. Escasas respuestas -no por ello menos relevantes- mantienen absoluta privacidad entre la lectora y la redacción al exponer sólo la indicación o sugerencia sin que pueda atisbarse el tema de que se trata. Lo vemos en “Le daremos nombre y dirección de un instituto para ese tipo de reeducación” (*La Razón*, 19-6-61:18) o “No podemos darle un consejo en el sentido que pide. Sí que deje pasar algún tiempo para tomar decisiones y anteponga la generosidad al egoísmo” (*La Razón*, 7-6-61:18). La redacción opta por brindar estas respuestas veladas tanto en conformidad con su premisa de no responder de manera privada ni personal, como para demostrar de manera fehaciente su respeto a la privacidad de las lectoras y, en el mismo acto, continuar convocando a quienes requieran preservar su intimidad. “No contestamos consultas particularmente, sólo a través del Correo”, les responde la redacción a Haydée y Ana (*La Razón*, 22-03-1962); “No respondemos personal ni telefónicamente”, aclaran en el encabezado de ‘Correo’, reforzando de esta manera el vínculo estrictamente periodístico y no de otro tipo. (*La Razón*, 2-07-1962:10)

La inclusión del lugar de procedencia en la correspondencia constituye una variable relevante ya que permite evaluar el alcance del diario. Quienes suscriben las cartas pertenecen a diferentes barrios de la Capital Federal y a numerosas localidades y ciudades de la provincia de Buenos Aires. La articulación de la zona de residencia con los temas abordados en las misivas hace posible inferir la diversidad de sectores socio-económicos a los que pertenecen las lectoras. Así, podemos considerar que la carta de una señora de Vicente López, que interroga sobre el régimen laboral que le corresponde a su empleada doméstica; la misiva de otra señora de Banfield que consulta sobre la ropa que debe llevar en un viaje a Brasil o la de aquella que pregunta cómo invertir una suma importante de dinero indican su pertenencia a un sector de clase media en ascenso. (*La Razón*, 27-03-61:18; 11-09-61:15 y 6-07-1962:10) Como refiere Inés Pérez (2010) en su análisis del trabajo doméstico y la mecanización del hogar, en nuestro país en los años que abarca este trabajo la práctica de contar con una empleada doméstica siguió siendo habitual entre los hogares de sectores medios o altos.

Algunas esquelas piden consejos de belleza acerca de, por ejemplo, cómo tratar el acné juvenil o lograr una cabellera más abundante (*La Razón*, 29-03-61:12), otras consultan sobre la peligrosidad de animales como los murciélagos (*La Razón*, 6-6-61:19); piden consejos para mantener las flores (*La Razón*, 2-6-61:14) o sobre la mejor época para plantar (*La Razón*, 6-6-61:19). Varias cartas ponen de manifiesto un eclecticismo estimulante, como la de María Esther, de Villa Caraza, quien en una misma misiva consulta acerca del trámite para dar por muerto a un cónyuge desaparecido, cómo sacar manchas de la piel y sobre el peinado adecuado para un corte moderno (*La Razón*, 8-6-

61:18). La diversidad de cuestiones que plantea la lectora permite inferir que la redacción se impone como voz capacitada y autorizada para dilucidarlas.

En algunos casos la redacción parece arrogarse atribuciones que la exceden, tal vez en un intento desmedido por mostrarse comprensiva con las lectoras o, en otro plano, utilizar este espacio para plasmar una posición política sobre un tema crítico para la sociedad. Abona estas interpretaciones la misiva expuesta como perteneciente a “Soledad de Villa Urquiza”, hija mimada y viuda reciente, a quien la redacción le sugiere adoptar un niño. (*La Razón*, 12-7-62:13) La situación planteada puede generar dudas respecto del rol desempeñado por la redacción, teniendo en cuenta los requisitos exigidos para ser adoptante y la inscripción falsa de niños, práctica frecuente tolerada socialmente. El desempeño de los periodistas a través de numerosas ediciones nos permite asegurar que esta redacción no desconocía los alcances de la ley de adopción vigente en la época, que requería un mínimo de 8 años de matrimonio o 40 años de edad de los adoptantes. (Villalta, 2010) Para la viuda Soledad estas condiciones eran excluyentes y el único camino posible sería el de la ilegalidad, que en este caso podemos considerar avalado de manera implícita desde un medio de comunicación.⁶²

A pesar de haber convocado en su presentación, de manera explícita, a “mujeres jóvenes con problemas sentimentales”, la redacción de ‘Correo’ también expone casos en los que la juventud resulta afectada por los conflictos en las relaciones familiares generados por las transformaciones en los roles en este período. Es el caso exhibido como perteneciente a Esther N., 17 años, del barrio de Belgrano, quien se opone al nuevo casamiento de su madre. Le aconsejan “alegrarse por la felicidad de su madre y no ver al padrastro como usurpador del lugar del padre”. (*La Razón*, 30-03-1961:10) Las familias modernas que introducen nuevas relaciones en los grupos nucleares adquieren también en esta etapa una visibilidad signada por no pocas contradicciones. Omitiendo el análisis de la subjetividad de la lectora, que condiciona su posición frente a la nueva realidad que la tiene como protagonista involuntaria, cabe considerar la incidencia del entorno social en

⁶²En el marco restrictivo de la ley de adopción 13.252 de 1948, la inscripción falsa de niños zanjaba, en cierta forma, el rechazo que generaba en la época en amplios sectores el encierro de los niños en grandes instituciones por las consecuencias negativas que producía en su desarrollo emocional. Los especialistas del área demandaban entonces la flexibilización de los procedimientos y requisitos exigidos a los potenciales adoptantes, ya que consideraban la adopción como el único mecanismo tendiente a preservar a los niños mediante su plena integración a la nueva familia. Carla Villalta. “Imitar a la naturaleza. La adopción de niños en los años '60: entre ficciones legales y prácticas consuetudinarias” en Cosse, I. *Los '60 de otra manera. Vida cotidiana, género y sexualidades en la Argentina*. ob.cit. La ley de 1948 fue provisoria, sancionada bajo la influencia del terremoto de San Juan, que hizo público el drama de la infancia desvalida. En 1971 se aprueba la ley 19.134, también de carácter transitorio. Recién en 1985 la ley 23.264 incorpora la adopción al Código Civil argentino. Leyes de adopción en Argentina www.genargentina.com.ar/glosario/leyes-adopcion.html [última consulta: julio de 2012] En 2012 se está debatiendo en el Congreso Nacional una reforma al Código Civil que contempla modificaciones en el sistema de adopción, tendientes a reducir los tiempos que ésta demanda, el acceso a ella por parejas del mismo sexo que contemple derechos plenos para el menor, y el tráfico de niños, entre otros aspectos.

la situación que atraviesa su familia, aún marcado por la tradición del matrimonio para toda la vida. En palabras de Vezzetti (1999), se trata de “lo privado como dimensión replegada en la intimidad, enraizado en los afectos y en los vínculos primarios de la vida familiar, que se expone como confesión pública incitado por este espacio de comunicación”. (Vezzetti, 1999:173)

Otra estrategia adoptada por la redacción es el uso de reenvíos intertextuales, mediante la inclusión de frases o párrafos del mensaje original en las respuestas. La redacción transcribe y transforma los hipotéticos relatos de las lectoras como estrategia no sólo para responder a la destinataria sino para dirigirse a otras lectoras que atravesasen el mismo problema, logrando que la respuesta adquiriera carácter general. Como ha analizado Bouvet (2006), en apariencia el discurso de las cartas no es controlado pero “las formas de control que se ejercen sobre ellas son múltiples: recorte, titulado, inclusión de comentarios”. Lo vemos en la respuesta a Belinda de Chivilcoy, donde la pregunta debe inferirse. La redacción expresa que “Las manifestaciones exteriores de duelo sólo tienen valor en la medida en que son la expresión de un sentimiento íntimo”, en respuesta a Belinda, de Chivilcoy. (*La Razón*, 3-10-1963:12) También en “En realidad no existen escuelas para perfeccionarse en la creación literaria”. (*La Razón*, 13-06-1962:16)

Algunas cartas son expuestas como pertenecientes a mujeres de sectores sociales de escasos recursos en busca de ayuda. La redacción aconseja a una joven aceptar la propuesta de casamiento de su novio aunque la nueva pareja deba compartir la vivienda con sus suegros. No obstante, les exigen a “ambos” continuar preocupándose por “buscar sus cuatro paredes”. (*La Razón*, 27-03-61:18). Otras respuestas informan acerca de un afinador de pianos, que “no cobra muy caro” (*La Razón*, 9-06-1961:16), lugares donde practicar gimnasia gratuitamente (*La Razón*, 3-10-63:12), sobre una migrante del interior del país, viuda, que busca empleo (*La Razón*, 19-09-61:17)

En numerosas ediciones el apoyo de la redacción a aquellas mujeres que anhelan avanzar en sus estudios se reitera en las respuestas. La más efusiva resulta la que enuncia “Felicitaciones, amiga, nos gusta la mujer con afán de aprender y necesidad de superarse” (*La Razón*, 8-6-1962:18). La redacción apoya las elecciones de las lectoras ante la disyuntiva familia o trabajo, aunque sugiere realizar esfuerzos para compatibilizar ambas esferas de la vida. A Alicia V., de Lomas de Zamora, preocupada porque su novio le exige dejar su trabajo como maestra –que le brinda satisfacciones- argumentando que “la mujer debe dedicarse exclusivamente al hogar” la redacción le responde que no debe abandonar su profesión y le recomienda “tratar de convencerlo de que no es incompatible con el hogar”. (*La Razón*, 19-6-1961:19).

El habla de tipo asertivo utilizado en las respuestas anteriores es atenuado cuando se intenta establecer un vínculo empático con las lectoras para persuadir a las lectoras acerca de una decisión. La redacción alienta el acceso a la universidad en la respuesta a una

joven cuyo prometido se opone a que continúe el curso preparatorio de medicina enfatizando que “ningún hombre puede exigirle que deje trunca su carrera”, aunque le aconseja hablar y explicarle que “así no sería la mujer que habría querido para él”. (*La Razón*, 30-03-1961:10) A pesar del apoyo brindado a la lectora, el deseo de superación personal vuelve a quedar subordinado a los deseos de otro, fluctuando entonces la posición de la redacción entre concebir la mujer para sí y la mujer para otro.

Mujeres de sectores medios urbanos y también algunas de los segmentos populares accedieron en este período a la educación universitaria, preparación estrechamente relacionada con la tendencia femenina a participar en el mercado laboral. Wainerman (1998) sostiene que mientras en el período 1946-1950 las mujeres que obtuvieron un título universitario ascendía al 17%, entre los años 1961 y 1965 las graduadas alcanzaron el 28,2%. Para Barrancos (2005) aunque la motivación principal en la “feminización” de la matrícula está relacionada con la necesidad económica, en otros casos la decisión de seguir una carrera está determinada por la vocación. Cualquiera sea el fundamento, el acceso de las mujeres a la universidad en ocasiones encontró reparos en las relaciones más cercanas, como vimos en el ejemplo del párrafo anterior.

Una lectora, seducida por la idea de ser actriz de cine, recibe como respuesta una recomendación que alcanza el tono de advertencia, “no es sólo publicidad y halagos sino que requiere un estudio intenso”. No obstante, le indican dos lugares donde puede dirigirse. (*La Razón*, 12-06-1961:18) Las actrices locales y extranjeras eran las mujeres que ocupaban importante espacio en la prensa, intentando seducir desde el *glamour* y la notoriedad pública. Representaban un universo relativamente inalcanzable pero, al mismo tiempo, posible de anhelar con vistas a salir del anonimato y conseguir relevancia social. Debieron configurar un modelo a seguir para muchas mujeres que desearan iniciar una carrera que las sustrajera de la vida doméstica, dada la persistencia con que los diarios las exponen en diferentes secciones y en los más diversos artículos.

En definitiva, el hogar y la familia como horizonte donde alcanzar la felicidad, basado en la división de roles de mujer ama de casa y varón proveedor, es el modelo que en la época comienza a ser cuestionado, conforme fueron surgiendo nuevas oportunidades de enriquecimiento personal a las que podían acceder algunas mujeres. Esta dicotomía lograba generar en muchas mujeres cierta extrañeza ante la dificultad de congeniar las actividades hogareñas con las laborales o académicas, para mantenerse dentro de los cánones instituidos. La carta atribuida a F. de Pollack, de Capital es ilustrativa al respecto. La redacción exime de culpa a quien lamenta carecer de experiencia pedagógica para conducir correctamente a sus niños y manifiesta deseos de superación en su “misión humana de mujer y de madre”, aunque apoya la necesidad de preparación para la maternidad asegurando “hay una solución para usted (...) cursos de orientación para madres y atención de consultas individuales”. Le informan dirección y teléfono del Consejo

Argentino de Mujeres Israelitas. (*La Razón*, 19-3-1962:20) El rol de ama de casa y madre es reforzado en forma permanente por los avisos publicitarios de los más variados productos y artículos de consumo hogareño como polvos para lavar la ropa, cortinas, telas, muebles, calzados, cursos de alta costura y de decoración, alimentos, entre otros.

A pesar de la relevancia otorgada a las preocupaciones en torno a la maternidad, también la adaptación a la vida marital y los conflictos en las relaciones familiares constituyen aspectos recurrentes en las cartas reproducidas en 'Correo' en esta etapa. La redacción actúa como la conciencia moral del diario y de las propias lectoras, cercenando en muchos casos los deseos y sentimientos, a través de un llamado a la reflexión o directamente exigiendo una posición acorde a la moral y las costumbres tradicionales. Así, la redacción comprende la preocupación de Elizabeth, de Capital, casada y con hijos, temerosa de abandonarse a la pereza espiritual e intelectual, pero apoya el reclamo del esposo de la lectora, quien le pide que "abandone algunas de sus numerosas actividades para dedicarse un poco más al hogar". (*La Razón*, 4-7-1962:13)

En las respuestas a esas misivas, los cambios en las relaciones entre los géneros encuentran obstáculos cuando se trata de transgresiones a las relaciones de pareja esperadas, que contemplan como valores sociales el noviazgo y el matrimonio. La respuesta ya citada a la consulta de una joven de 18 años enamorada de un varón de 45 acerca de las dificultades que entraña la diferencia de edad (*La Razón*, 2-6-1961:18) se consolida en un artículo periodístico incluido en una edición posterior del mismo mes, en la misma página de que contiene "Entre Nosotras...", titulado 'Manual para novias'. La nota ofrece una "receta para futuras esposas: la misma religión, afecto recíproco, cultura similar, idéntica condición social y poca diferencia de edad". (*La Razón*, 30-6-61:16) Como ha analizado Cosse (2010), la inquietud de la lectora subvierte el ideal conyugal vigente. Conlleva un cuestionamiento al modelo doméstico encarnado en las nuevas generaciones que, en muchos casos, se oponen a los valores familiares tradicionales. En este sentido, la autora citada analiza el noviazgo como una etapa encaminada al casamiento, y caracterizada por ser una institución rígida y pautada cuyas reglas simbolizaban las bases del modelo familiar instituido.⁶³

La naturalización de la mujer como esposa, su realización en función del bienestar del varón, y la felicidad alcanzable en el marco del matrimonio eran los cánones sobre los que transitaba la vida de muchas mujeres, caracterizadas como arquetipos de bondad, ternura, tolerancia, debilidad y, para la redacción, de inmadurez e inseguridad. Estos estereotipos son reafirmados desde las citas que cierran diariamente la sección. Es el caso de "Lacordaire: La bondad, más que cualquier otra cosa, desarma a los hombres"; "Tasso: No

⁶³El noviazgo iría adquiriendo nuevos sentidos conforme avanzaban los sesenta. "La idea del noviazgo entendido como una etapa encaminada al casamiento comenzó a convivir con otros sentidos que lo alejaban de la elección definitiva de una pareja para casarse". Cosse, ob.cit., pp.62.

hay más bello color para las mejillas de una mujer que el color de la vergüenza”; “José Martí: Sin sonrisa de mujer no hay gloria completa de hombre” (*La Razón*, 20-9-1961:17; 22-9-61:19; 28-9-1961:18)⁶⁴A Marlif de 30 años, de Capital, la redacción la acusa de querer seguir viviendo como una niña, sin responsabilidad, porque le reprocha a su marido no haberle dado la vida confortable que habían planeado. (*La Razón*, 26-09-1961:18)En el mismo sentido la redacción aconseja a Luisa T. de J., de Bernal que “intente integrarse a las aficiones de su esposo –fútbol y ajedrez- para no quedarse sola” (*La Razón*, 8-09-1961:17)

Desde ‘Correo’ intentan brindar respuestas profesionales, recurriendo a la terminología utilizada por el psicoanálisis, como vimos, difundido ampliamente por los medios de comunicación en la época, para orientar a quienes escriben sobre sus problemas. Así, la labor de la redacción combina la divulgación científica con respuestas de sentido común. (Vezzetti, 1999:190) En la respuesta a Elena T., de Núñez sobre la mala alimentación de su bebé por situaciones de tensión familiar, le recomiendan un ambiente tranquilo, sin ansiedad porque “los niños son muy sensibles al estado de ánimo de los mayores y, especialmente, de la madre”. A Adelina, de San Vicente, le confirman que el recién nacido tiene emociones, basándose en “investigaciones psicológicas modernas acerca de la determinación del ambiente y fundamentalmente por la relación con la madre”. (*La Razón*, 13-9-1961:18 y 16-9-1961:17)María Inés C., de Villa Devoto es reprendida por la redacción por su “inseguridad personal” ante el temor expresado de que su novio desde hace tres meses deje de quererla. (*La Razón*, 21-06-1961:16). La misma respuesta recibe una joven de Luján, quien manifiesta tener problemas con una amiga porque un muchacho “les hace la corte a las dos”. La redacción le contesta que ella tiene “problemas de competencia por inseguridad”. (*La Razón*, 5-09-1961:19).

El auge de las nuevas disciplinas para trabajar con la subjetividad pero a la vez la incertidumbre que genera su desconocimiento inducen a la consejera a advertir a la lectora que “no se asuste ante la palabra psicoterapia”. La sugerencia es acompañada por dirección y teléfono del lugar recomendado. (*La Razón*, 5-06-1962:14) El apogeo del psicoanálisis en este período también parece autorizar a la redacción a orientar a una lectora preocupada ante la timidez de su hija pequeña. Le sugieren encargarle tareas de mediana responsabilidad, lecturas acordes a la situación y enviarla a practicar gimnasia o danzas para lograr un mayor dominio de su cuerpo (*La Razón*, 1-10-1963:13)Una mujer que lleva seis años casada se muestra preocupada “sin mucho fundamento” por una sospecha de infidelidad del marido. El recurso psicológico vuelve a ponerse de manifiesto

⁶⁴ La referencia a gloria como sustantivo o como nombre propio se reitera en varias ediciones. Cita a San Pablo: “La mujer es gloria del varón y creada a causa del varón”. (*La Razón*, 22-06-1962:18) Aunque en esta edición la redacción opina “como ustedes ven, no se ahorran argumentos para buscar las formas de inferiorizar a la mujer y de este modo esclavizarla”. No obstante esta defensa de género, en 1969 la página femenina utilizará el nombre “Gloria” como autora de una nueva sección, infantilizada al ser representada por el dibujo de una niña.

cuando la redacción responde que el marido “puede tener un temperamento cíclico” y responsabilizan de la situación a la lectora porque “sus dudas demuestran una personalidad ansiosa y una inseguridad muy grande”. (*La Razón*, 12-09-1961:19)

Las sugerencias de los periodistas a quienes se expresan insatisfechas en su matrimonio intentan evitar la ruptura matrimonial. Para la redacción el divorcio no constituía una opción viable y así se lo hacen saber a E.P., de Llavallol. (*La Razón*, 29-06-1962:10) Es ésta la única carta que plantea el tema, lo cual habla de la medida con que era abordado en este medio de comunicación, probablemente condicionado por la posición de la Iglesia, que sostenía el fundamento natural y religioso del matrimonio indisoluble. De todos modos, esto no impedía a los medios la aceptación de anuncios publicitarios de estudios jurídicos que ofrecían realizar los trámites de divorcio en el extranjero. (Foto 16 y 17) En esta etapa, según estudia Cosse en “Una cultura divorcista en un país sin divorcio”, la ausencia de divorcio vincular –aprobado en 1954 por el peronismo y vigente sólo entre 1955 y 1956- no evitó que las prácticas instauraran una “cultura divorcista”, de separación matrimonial a través de mecanismos jurídicos como los divorcios en el exterior y la conformación de nuevas familias, cuyos integrantes privilegiaban la felicidad individual y familiar a los deberes sociales.⁶⁵



Foto 16 Aviso “Asuntos de familia”. *La Razón* 2-07-1962:10



Foto 17 Aviso “Divorcios”. *La Razón* 11-09-1961:15

La posición de la redacción difiere notoriamente cuando la ruptura se produce en un noviazgo. A L.S. desesperada, de Adrogué le desaconsejan seguir su impulso de buscar al novio que terminó la relación y la instan a “conseguir trabajo, estudiar o realizar alguna actividad que le interese para adoptar otra perspectiva”. (*La Razón*, 4-09-1961:18) Las posiciones terminantes adoptadas por la redacción en estos ejemplos se expresan mediante un estilo directo e imperativo en la comunicación con sus lectoras. Este recurso es aplicado de manera recurrente tanto para promover la independencia de las mujeres,

⁶⁵Sobre las fases y controversias en torno a la ley de divorcio sancionada en 1954 véase Dora Barrancos, *Mujeres en la sociedad argentina. Una historia de cinco siglos*. ob. cit.

como para retenerlas en su situación sumisa frente al varón, lo cual vuelve a poner en evidencia los múltiples sentidos que los periodistas atribuyen a la condición femenina.

Las inquietudes atribuidas a las lectoras por conflictos en las relaciones dentro del núcleo familiar parecen poder resolverse para la redacción con un cambio de actitud, paciencia y alegría femenina. María Esther P., de Caballito, 18 años, refiere la mala relación con su hermana de 15 años, quien es desordenada e irrespetuosa pero “mis padres la defienden porque los compra con sonrisas”. La redacción no duda en afirmar que “debe ser conciente de sus propios defectos, su hermana parece tener una espontaneidad y alegría que a usted le faltan. Tiene que darse cuenta por qué”. (*La Razón*, 22-06-1961:18) La respuesta evita la complacencia y obtura a la joven afectada el acceso a otras posibilidades de análisis del caso. Aquí la redacción suspende el rol de confidente para atribuirse prerrogativas que la exceden, quizás en un exceso de defensa de la familia como bastión inexpugnable del orden social. El mismo trato recriminatorio recibe de la redacción Clara M., de Liniers, viuda y madre de dos hijas, cuando plantea su preocupación porque la hija de 17 años tiene un novio de 20 y, a pesar de que les exige que no se vean solos, descubre que lo hacen una vez a la semana. La lectora se siente engañada y ha perdido la confianza en su hija. “Usted no ha perdido la confianza en su hija por la sencilla razón de que nunca la ha tenido” la increpa la redacción y le explica que “si la ha educado debe dejar que ella utilice los instrumentos que le dio...si van a casarse algún día necesitan un mínimo de soledad para conocerse”. (*La Razón*, 30-06-1961:18) El desafío a las reglas impuestas por la madre se enmarca en una etapa en que la ruptura generacional se profundizó, conforme el protagonismo de los jóvenes en todos los aspectos de la vida social.

Las soluciones brindadas por la redacción evidencian reparos cuando se tratan temas relacionados con la salud. En general, más allá de un breve consejo se indica la consulta con el profesional médico (*La Razón*, 6-06-1961:19) Una carta recibe como respuesta un lacónico “No podemos contestar en esta sección el problema que usted nos plantea, debe dirigirse a un médico” (*La Razón*, 22-06-1961:18) En otras ocasiones se recomienda tratamiento, como en el caso de la lectora a quien le sugieren acudir a sesiones de psicoterapia de grupo. Con el mismo criterio aborda la redacción los problemas jurídicos. Una señora mayor que consulta por la ocupación de una casa de su propiedad recibe como respuesta un lacónico “no nos corresponde responder a su pregunta porque es de tipo jurídico y no tiene ninguna relación con el carácter de nuestra sección”. Sin embargo, le aclaran que “esta única vez, por simpatía, haremos una excepción: debe iniciar juicio por desalojo”. (*La Razón*, 6-09-1961:18)

Otros temas recurrentes en el ‘Correo’ resultan el interés por el cuidado del cuerpo y los recursos de belleza. Mientras en los dos primeros años de su publicación el tema se ceñía a la estética consultando sobre aspectos como el cuidado de la piel, el cabello, el

exceso de peso y el maquillaje, luego estas inquietudes se complementan con el cuidado del cuerpo en la búsqueda de una vida más saludable, por ejemplo a través de la práctica de gimnasia.⁶⁶En algunos aspectos las respuestas se atienen a las costumbres más rigurosas, como en el caso de la lectora a quien le explican las reglas del protocolo para desempeñarse en reuniones (*La Razón*, 21-06-1961:16). En otro caso alientan a la lectora que consulta sobre las costumbres ante el duelo por una madre a respetar sus sentimientos íntimos y el propio criterio “más que por las reglas sociales”, aunque las explican. (*La Razón*, 3-10-1963:18)

‘Charlemos’, un soliloquio

El vespertino *La Razón* publica el apartado ‘Charlemos’ desde enero de 1962 como nuevo espacio de comunicación con las lectoras. Como expresiones de apertura y cierre utiliza recursos estilísticos dialógicos del tipo “¿Cómo están?, ¿No les parece?, ¿No es así?” Mediante un vocabulario directo, coloquial, de frases breves y cargado de expresividad habitualmente interpela a las lectoras con preguntas retóricas del tipo “¿Qué les parece si hacemos un poco de historia femenina?” (*La Razón*, 5-06-1962:14) No obstante la elocuencia del nombre del espacio, que parece alentar el diálogo, se trata de un monólogo en el que la redacción propone y desarrolla un tema en cada edición – aunque por su extensión en ocasiones continúa en los días subsiguientes-. A pesar de convocar a las lectoras a escribir no reproduce inquietudes ni respuestas directas a las temáticas abordadas.

‘Charlemos’ parece proponer los temas, como narrador omnisciente que ofrecerá muchas historias en capítulos, para que sean las lectoras quienes se apropien de ellos. La estructura de ‘Charlemos’ puede remitir al tango homónimo –del poeta Luis Rubinstein, escrito en 1940- que personifica a un hombre necesitado de hablar desde su soledad, que se siente imposibilitado para relacionarse por padecer ceguera. Este referente habilita una analogía con la situación de mujeres silenciadas, a quienes la nueva sección intenta convocar desde diversas miradas sobre la condición femenina. Algunas son estimuladas para participar en la vida pública, a través de una charla tácita que pone en discusión temas como el amor real e imaginario, la evolución de la mujer a través de los siglos, el matrimonio, las luchas femeninas y feministas, y el voluntariado, entre otros. A pesar de que según la Real Academia Española el vocablo charlar se refiere a “conversar, especialmente si se hace por pasatiempo o sobre temas poco importantes”, las temáticas tratadas, su inclusión en la página femenina y su articulación implícita con las temáticas de ‘Correo’ impiden considerarlo un espacio que aborde asuntos menores.

⁶⁶En 1963 la página femenina incorpora la sección ‘Vivamos mejor’, que aborda temas relacionados con la salud como insomnio, jaqueca, verrugas, diabetes, nuevas investigaciones y tratamientos para diversas enfermedades, entre otros asuntos afines.

'Charlemos' es un soliloquio escrito como se habla, lo cual genera que el texto logre un efecto de diálogo constante entre las lectoras y la redacción. Este espacio se constituye en una muestra del eclecticismo de ideas que permeaba la época en estudio, a pesar de su anclaje en la familia, arduamente defendida como elemento inmutable de la matriz social. Este apartado se transforma en un sincretismo de las tendencias sociales en las que coexisten diversas nuevas prácticas desarrolladas por algunas mujeres, que en muchas ocasiones parecen entrar en conflicto en el propio discurso del diario. Iturriza y Pelazas (2001) postulan que ya en los años '20 *La Razón* parecía ubicado en el medio de las posiciones, como conciliador en el tema de la mujer.

La presentación del nuevo apartado se realiza el 2 de enero de 1962, invitando a las lectoras "amigas" a charlar de "los temas que más nos interesan, de los sentimientos y las emociones...Nosotras guiaremos estas charlas pero nuestra intención es convertirlas en diálogos" y ordenan "respondan a nuestras sugerencias y sugieran los temas que las inquietan o atraigan..." Esta primera entrega trata acerca del matrimonio y con humor cita a Bernard Shaw "si el matrimonio es deseado por la mujer, es sufrido por el hombre". La relevancia otorgada al matrimonio se pondrá de manifiesto en las primeras ediciones de 'Charlemos', dejando en claro –igual que en 'Correo'- la defensa del modelo de familia tradicional, a pesar de que el abordaje de muchos temas pareciera querer iluminar otras facetas de la vida de las mujeres. Así, ofrecerán una breve historia por entregas de la lucha de las mujeres por la obtención de los derechos civiles y laborales el movimiento feminista, para retomar luego el matrimonio como asunto subyacente.

Con una información sesgada –acorde al espacio disponible- el relato propuesto por la redacción comienza con "el matrimonio primitivo, producto de la compra o la captura, y los matrimonios concertados" y explica que "para algunos autores el amor es menos exigente de lo que imaginamos". Para sostener su posición ejemplifica con el caso de una mujer entrevistada por la redacción en una playa, quien dijo que "fue casada por sus padres y es muy feliz". (*La Razón*, 3-01-1962:16) En ediciones sucesivas la apuesta es por la construcción del amor, revalorizando el peso de la razón sobre el sentimiento, evitando la ilusión excesiva y la pasión, calificadas de "engañosas". Avalan su posición citando a autores como Balzac, Proust y Stendhal, a favor y en contra del amor. Induce a las parejas a pensar en un compromiso para toda la vida, "lo contrario es fracaso desde el comienzo" y aconsejan obrar desde la razón y la voluntad, "debemos conectarnos en profundidad (no sólo sensualmente)" (*La Razón*, 8-01-1962:16)

Presuponiendo que "a todas nos gustan las historias de amor" el relato transitará los caminos de la literatura, narrando desde los amores puros hasta los trágicos. Serán referidas las leyendas de amor de Tristán e Iseo, del filósofo Abelardo y su joven alumna Eloísa, Marco Antonio y Cleopatra, la gitana Carmen y Don José (*La Razón*, 1-3-62:13; 2-3-62:13; 6-3-62:11; 8-3-62:14) Estas exposiciones carecen de comentarios u opiniones,

sólo narran los cuentos, lo cual constituye una opinión en sí misma, que no deja de mostrar contradicciones en tanto en algunos ejemplos destaca la elección de libertad por parte de algunas mujeres que, no obstante, son personajes literarios. “Se confunden lo real, la imaginación y el arte”, asegura la redacción. (*La Razón*, 8-03-1962:14) Aunque reconoce que “para el ideal romántico que todas nosotras guardamos en un rinconcito del corazón las parejas inmortales son una necesidad” (*La Razón*, 13-03-1962:14)

Para cerrar la temática, la redacción reniega de los amores ideales, románticos y novelescos sosteniendo que “la felicidad de todos los días y cimentar una familia es más difícil”. Para ejemplificar su aseveración recurre a los estereotipos de la intimidad de una familia “en un mal día, el padre cansado y malhumorado, la madre agotada y los hijos molestos” aunque destaca “ese calor creado por la familia, sentirse en el clan familiar, rodeados de seres que llevan nuestra sangre y nos quieren porque sí, porque somos los suyos”. (*La Razón*, 22-03-1962:18)

La redacción pone de manifiesto la adecuación a los tiempos históricos para el abordaje de los temas que, cree, son de interés femenino. Resulta evidente que no escapan a su evaluación factores que hicieron posible instalar en el debate internacional, durante los '60, la situación de desigualdad en que vivían las mujeres. Como sostiene Gil Lozano (2004) esta cuestión se transformó en decible ante la modificación en las relaciones internacionales por la emergencia del Tercer Mundo, y por los avances en cuanto a derechos sociales y económicos producto de las presiones de los movimientos sociales, entre otros factores. En este contexto, durante más de dos meses ‘Charlemos’ narrará parte de las luchas femeninas y feministas “para conocer la evolución que la posición de la mujer ha sufrido a través del tiempo”, aunque no evalúa la situación en los años '60. La redacción reproduce párrafos de un artículo de *The Times* de 1797 acerca de la venta de mujeres e interpela a las lectoras con “¿Qué nos dicen de ésto, amigas?” (*La Razón*, 5-06-1962:14) Recurrir a las preguntas para dialogar con las lectoras implica un acto de habla directo y directivo, que opera como demanda hacia los propios periodistas y hacia las lectoras. Se trata en el caso citado de una pregunta retórica, formulada sobre la base de creencias que se suponen compartidas.

Los periodistas explican que comenzando el siglo XIX el matrimonio no era considerado una forma de protección económica y social porque la mujer debía contribuir al sustento de la familia. (*La Razón*, 6-06-1962:18) No obstante, lo considera una forma más de sumisión porque los trabajos eran muy poco calificados y mal remunerados. “Un siglo después el matrimonio fue la salida más fácil para los problemas económicos, entonces comienza la astucia femenina a entretejer una fina red para pescar marido. Se trataba de halagarlo, hacerlo sentirse poderoso y fuerte”. (*La Razón*, 8-06-1962:18) En el mismo sentido, la caracterización de las mujeres románticas del siglo XIX para asegurarse un buen marido y una adecuada subsistencia, como ser digna, amar, respetar y obedecer

según un orden establecido por Dios y la naturaleza merece la crítica de la redacción. “Fue interpretado por aquellas mujeres como algo dictaminado fatalmente por la divina providencia”. (*La Razón*, 11-06-1962:15)

Sin embargo, las diatribas de los periodistas a favor del matrimonio y la familia se reiteran periódicamente, exponiendo la posición del diario frente al tema, aunque matizada regularmente por otras alternativas que ubican a las mujeres en otros espacios sociales. Para ejemplificar sus dichos, la redacción reproduce columnas de correspondencia de periódicos londinenses del siglo XIX acerca de las tácticas utilizadas para llegar al matrimonio, como mostrarse desinteresadas, ser débiles y frágiles. (*La Razón*, 13-06-1962:16) A fines del siglo XVIII y principios del XIX las mujeres eran vistas como “muñecas frívolas o un adorno en las clases pudientes”, mientras que la mujer pobre era “costurera o institutriz, trabajos condenados por la sociedad. Estudios o trabajo fuera del hogar eran denigrantes” (*La Razón*, 14-06-1962:20)

En la etapa siguiente la redacción presenta al hombre como único aportante de salario a la familia, aunque refiere que desde mediados del siglo XIX algunas mujeres inician los reclamos por sus derechos mientras la mayoría prefiere mantener la sociedad tradicional. “En esta instancia para quienes fueron tildadas de feministas, el hombre era visto como enemigo, las mujeres se desvirtuaron a sí mismas”. Las tradicionalistas aconsejaban “mesura, ocultar sus conocimientos, no demostrar talento y cultivar un perfil bajo de voz y fingir interés en la conversación masculina porque la única meta era el matrimonio” (*La Razón*, 17-6-1962:18)

La narración es contextualizada en acontecimientos generales como la Revolución Industrial, la incipiente ciencia social y los movimientos migratorios, que “daban lugar a otros procesos mentales”. La cronología recorre el comienzo del trabajo femenino en industrias sin legislación que amparara a las mujeres, las primeras asociaciones femeninas, y ya en el siglo XX los inicios de la defensa gremial, las conquistas socialistas, los clubes y los periódicos femeninos y feministas. (*La Razón*, 3-07-1962:16) “Necesitamos las mujeres tomar conciencia de los procesos transitados para ser consideradas seres humanos ¿no les parece?”. (*La Razón*, 4-07-1962:18) En este ejemplo los periodistas recurren nuevamente al acto de habla directo y directivo como interrogación orientada, estrategia que busca que las lectoras confirmen su posición. La sección refiere los derechos de la mujer conseguidos en 1869, el primer congreso internacional sobre el tema realizado en 1879, las luchas por el voto femenino en distintos países, la violencia que suscitaba y su obtención paulatina (*La Razón*, 11-07-1962:18) y las tácticas utilizadas por los opositores para explotar la vanidad y la emotividad de las mujeres (*La Razón*, 12-07-1962:16). Sin embargo, el relato omite la situación jurídica y laboral de las mujeres en los años en que se editan estas secciones.

Continuando con la planificación temática la redacción propone el trabajo femenino, desde la llegada de la máquina hasta los beneficios obtenidos luego de la Segunda Guerra Mundial, ilustrados por censos de países europeos, Estados Unidos y la India. (*La Razón*, 30-07-1962:20) Al respecto interpelan a las lectoras preguntándoles “¿por qué separamos nuestra tarea de la de los hombres nosotras mismas?” (*La Razón*, 8-08-1962:18) y las conmina a participar en la comunidad, al tiempo que resalta la capacidad de acción de las palabras (*La Razón*, 9-08-1962:18) Luego ilustra brevemente sobre política económica y acerca de la necesidad de las mujeres de prepararse para votar (*La Razón*, 10-08-62 a 13-08-62) El desempeño de la mujer como administradora del hogar es subrayado también desde el propio gobierno a través de una campaña diseñada de acuerdo con el estilo de los anuncios publicitarios.

No obstante, un día más tarde ‘Charlemos’ retoma de manera abrupta la temática amorosa, que se extenderá en varias ediciones como prólogo a sucesivas entregas acerca del rol maternal y la familia. (*La Razón*, 14-08-1962:18) A pesar de haber insinuado cierta liberalidad en la exposición de los diversos roles femeninos, estimamos que la intención de mantener entre sus lectoras a aquellas que eligen el modelo de mujer tradicional, reencauza a la redacción en el camino de la defensa de la familia. La posición de la redacción en esta sección resulta análoga a la adoptada en ‘Correo’, alternando permanentemente el anclaje en la tradición y la apertura a la modernidad. ‘Charlemos’ pone de relevancia “los procesos transitados por las mujeres para ser consideradas seres humanos” y, al mismo tiempo, el ataque al “nuevo tipo de familia, que acrecienta las libertades individuales pero a riesgo de desintegrar la familia”. En este sentido, reiterando ejemplos de modelos extranjeros, la redacción alerta que “En algunos países la atomización de la familia lleva a estados peligrosos”. Esta aseveración es respaldada por psicólogos que confirman “mayor delincuencia juvenil por crisis de la familia”. La responsabilidad para evitar esta crisis recae totalmente en la mujer. “El papel de la mujer en la sociedad antes estaba claramente definido, hoy mujeres liberadas, rodeadas de ideas



Foto 18 Aviso Ministerio de Economía.
La Razón 10-08-1962:7

falsas. Tienen un deber ineludible con la vida, somos o seremos madres. Vayamos a la calle con cualquier deber social pero muchos seres dependen de nosotras”.

En el mismo sentido, la redacción previene a las mujeres acerca de la confusión que pueden generar los términos de la liberación femenina, “no ser ni masculina ni femineidad epidérmica en términos subalternos”. Les propone ser “con dignidad, funcionaria en planeamiento social”. Subraya además que la única dependencia es voluntaria, el amor a los seres que cobija: esposo, hijos, la familia toda. “Antes que madres seremos mujeres maduras, saber que la vida tiene una meta, las leyes de la vida están por encima de nosotras”. Sin caer en postulados religiosos recomienda la logosofía para la superación humana a través del conocimiento de uno mismo, en tanto disciplina que fomenta el estudio, las actividades sanas y el respeto por el individuo y por la familia” (*La Razón*, 03-1963:18,20)

En el mismo mes de marzo de 1963 la sección resalta las actividades de las ligas de madres y de padres de familia y busca ayuda en el psicoanálisis para interpelar a las madres sobre la ayuda que deben brindar a sus hijos para definir la vocación. En el mismo sentido, un espacio clave donde la mujer podrá defender los valores familiares será para los periodistas la comunidad en la que vive. Será entonces su misión como voluntaria la que se constituirá en una extensión del ámbito hogareño y del rol servicial que se le otorga en tanto esposa y madre. La sección ‘Charlemos’, desde un espacio más amplio en el mes de octubre, exaltará y promoverá la participación de las mujeres en el voluntariado. Como explica Laura Golbet (1996), en los años ‘60 la comunidad reemplazó al individuo como objeto de interés ante la necesidad de intervenir sobre los grupos marginales para motivar su participación y remover viejas actitudes y aptitudes. Esta mirada estaba permeada por las ideas desarrollistas predominantes en toda América Latina, que proclamaban la necesidad de eliminar los obstáculos para el desarrollo, entre los que se incluía a la población marginal que, por el tipo de tareas que desempeñaban o por su nivel educacional, no estaban en condiciones de participar en el proceso económico.⁶⁷ Lejos de considerar el incremento de las relaciones comunitarias como un cambio de paradigma, podemos entenderlas como reacción frente el patrón individualista que atraviesa la época.

La redacción apunta a integrar en el trabajo voluntario a personas solas, jubiladas y jubilados, a quienes brinda información acerca de diversos cursos y los lugares donde se dictan. Apela a que personas pobres ayuden a otros en su misma situación “brindando sus dones y su tiempo”. Bernardo Kliksberg (2003) analiza el voluntariado como una de las fuerzas motoras del desarrollo y capital social de las sociedades, que si existe en grados considerables se manifiesta en una sociedad civil activa y articulada. Con el objetivo de promover la participación de las mujeres en el voluntariado la redacción difunde en varias

⁶⁷ Los profesionales del servicio social ocuparon en forma dominante los espacios abiertos por el trabajo en comunidades, al mismo tiempo que se formaban líderes comunitarios, en un intento de superar la concepción asistencialista, exacerbada durante los gobiernos peronistas.

notas consecutivas la tarea de la Asociación Cristiana Femenina, dirigida por una líder. Allí se brindan cursos, charlas, gimnasia y gimnasia correctiva. “Todo lo que puede hacer la mujer por la comunidad, aprender, enseñar”, argumenta. De este modo retiene a la mujer en su infantilismo, necesitada de aprender, para luego, en su rol de servicio/maternal, poder enseñar. Es probable que el sugerir tareas relacionadas con el servicio doméstico, como es el caso del voluntariado, esté relacionado de manera directa con la intención de evitar que la visibilidad de la mujer en el ámbito público se tornara amenazante.

3-2 La Nación, la madre

Los apartados profesionales de la página femenina “La mujer, el hogar y el niño” del matutino *La Nación* ofrecen un ‘Micropanorama médico’ -firmado por el doctor Herman B. Bundensen-, ‘La salud bucal’ -a cargo del doctor H. Martí- y un espacio enfocado en la crianza de los hijos -carente de rúbrica-. Estos espacios se destacan por su diferenciación del resto de la página, dedicada en extenso a la belleza, la moda y las artes culinarias. La página femenina carece de Correo de lectoras, lo cual expone el escaso interés de esta redacción en la diálogo con sus lectoras. Las escasas pero no por ello menos importantes inquietudes planteadas por mujeres son reproducidas en las Cartas de lectores del cuerpo principal del diario.⁶⁸

En esta página femenina, entre 1958 y 1963 se pueden apreciar algunos cambios en los espacios analizados. La página se inicia con predominio de recetas, estética, moda, decoración y algunos apartados breves acerca de los hijos -especialmente referidos al cuidado de la salud- la actividad escolar, las conductas ejemplares que deben exhibir los padres y numerosos consejos para las futuras mamás. Será la intervención de profesionales en la página femenina a partir de 1960 el punto de inflexión que marcará el inicio de una etapa de educación constante a las madres para preservar la salud de la familia.

Las columnas especializadas en temas de salud incluidas en la “La mujer, el hogar y el niño” están respaldadas y legitimadas por el conocimiento científico. Como sostiene Karina Felitti (2010), los medios actúan como mediación pedagógica de una serie de cambios sociales. Por su parte, Calvo Hernando (2005) valoriza el papel de la **prensa escrita** para la difusión de noticias científicas, teniendo en cuenta que “cuando se trata de reflexionar o de comprender, la letra impresa es insustituible en su papel de acumulador de experiencias e historiador del presente”. La incorporación de las columnas médica y

⁶⁸Una maestra bonaerense expresa su descontento por las injusticias que se cometen con las jubilaciones docentes; una mujer de Paraná denuncia la faena de cerdos en un predio sobre la ruta, al sol; y una madre, vecina del barrio, pide reponer un refugio en Avenida Córdoba y Larrea para brindar seguridad a los niños que cruzan estas arterias para concurrir al Colegio Bernardino Rivadavia.

odontológica en la página femenina se ofrece como correlato de la posición adoptada por el diario *La Nación* en la sociedad -como vimos en el Capítulo anterior- ubicado como mediador entre la sociedad y el Estado, como vocero de la verdad -respaldada en estos casos por el conocimiento científico- cuyos representantes están avalados y legitimados por el Estado.

Consecuentemente, las columnas especializadas revisten el mismo carácter pedagógico y prescriptivo que caracteriza al diario, en un contexto cultural signado, como analiza Plotkin(2003) por la tendencia a enseñar a través de distintos medios todo lo concerniente a las diferentes facetas de la maternidad, que no podía limitarse en la época a la mera experiencia. En este sentido, se reafirma el rol de la mujer como responsable de la atención del hogar, el marido y los hijos para la preservación de la familia. (Wainerman y Heredia, 1998:3) Sin embargo, como señala Felitti (2006) la posibilidad de la maternidad como elección y no como destino inevitable -mediante el uso de anticonceptivos- pasó a ser entendida como una profesión que requería entrenamiento, aprendizaje y control.

Las columnas médicas trasuntan el sentido paternalista que caracteriza la relación médico-paciente en la época, en las que el profesional está en posesión de todo el poder y la autoridad, generando una asimetría en la posición que ocupan ambas partes. Borrás Andrés (1999) explica que será recién en décadas posteriores cuando este vínculo comenzará a manifestar un cambio de paradigma, expresado en una actitud más participativa de parte del paciente. Así, en las primeras ediciones de "La salud bucal", el Dr. H. Martí se limita a educar y aconsejar a los padres -especialmente a las madres- acerca de los problemas dentales que pueden padecer sus hijos y a disminuir los temores ante la consulta a través de informaciones detalladas sobre las diversas prácticas. "El temor muchas veces superior de la madre al del hijo, es la causa de que caries pequeñas se posterguen hasta ser incurables, esto es negligencia", reprende Martí a la madre. (*La Nación*, 27-10-1960: ...) En el segundo año de la publicación, en ocasiones el odontólogo recurre a un léxico particularmente sarcástico para interpelar a las madres que no asisten al consultorio. Luego de explicar el proceso de formación de una caries, el profesional sentencia "Total, si las caries son tan rápidas, qué se gana con una mirada cada seis meses para lo que puede ocurrir en 24 horas". (*La Nación*, 9-03-1961:...)

Avanzado el año 1961, el apartado odontológico se torna en un alegato en defensa de la profesión. Un artículo acerca del dolor reflejo está dedicado a sostener el respaldo profesional de sus argumentos ordenando "aceptar el diagnóstico que dictan la experiencia y el saber". En el último párrafo del apartado Martí ironiza acerca de los supuestos dichos de una madre "¡Pero doctor, es esta otra muelita la que le duele al nene!". (*La Nación*, 26-10-1961:...) La arenga profesional continúa aún en 1962, en un artículo que informa "el apoyo de visitantes profesionales extranjeros a nuestra campaña por la salud bucal de los niños". Y valiéndose del medio como tribuna reclama al gobierno por el incumplimiento de

un decreto de 1956 que dispone la fluoración de las aguas de Buenos Aires. (*La Nación*, 1-03-1962:....)⁶⁹

La insistencia en la afirmación de la profesión odontológica continuará vigente en 1963. Bajo el título “La fuerza del conocimiento” Martí informa acerca de la especialización y la interacción entre las especialidades y oficios más diversos ante la cantidad de conocimientos disponibles. Dirigiéndose a las madres enfatiza “Usted señora, puede poner al servicio de sus hijos todo el saber...con confianza en el especialista...contra la superstición o los consejos oficiosos de una vecina”. (*La Nación*, 7-03-1963:....)

Considerando el período de mutaciones que atraviesa la sociedad desde fines de los '50, la relevancia de estas secciones profesionales debe interpretarse tomando en cuenta dos perspectivas. Por una parte, el contexto favorable al incremento de la divulgación de las ciencias médicas a través de los medios de comunicación desde fines de los años '50, posiblemente impulsado por el temor a las enfermedades epidémicas que habían asolado a la Capital en años recientes. Por otra parte, el proceso de consolidación profesional que atraviesa la odontología en esta etapa, luego de una extensa disputa por los saberes y su escisión de la medicina en las primeras décadas del siglo XX. Acerca de la odontología, Marta Schapira (2010) señala que la disciplina inició su proceso de profesionalización en los años '30, delimitando y legitimando un campo de intervención propio, escindido de la medicina y tendiente a alcanzar el monopolio de la práctica profesional. Para los años '60 la medicina ya es una ciencia instituida, sin embargo, como explica Panaia (2008), algunas profesiones –como la odontología– estaban aún en proceso de institucionalización, producto de la diversificación de las carreras tradicionales.

Este contexto permite interpretar la encendida y reiterada defensa de la capacidad profesional que realiza el odontólogo Martí entre los años 1961 y 1963. Dirigiéndose a las madres el profesional enfatiza “siempre que se puedan curar los dientes de su hijo, señora, el odontólogo lo hará”. (*La Nación*,.....) No obstante, las diatribas recurrentes del profesional parecen no lograr los resultados buscados, según se aprecia en el apartado titulado “A la señora que no me lee”, donde conmina a las madres a llevar a sus hijos a control odontológico, “no sólo en casos de urgencia”. (*La Nación*, 22-03-1962:....) Una semana más tarde, bajo el encabezamiento “La educación no cuesta”, el profesional continuará con sus exigencias. “...se habrá preguntado, usted señora ¿qué ganamos los dentistas con esto de la educación sanitaria dental? Ganan todos y ninguno pierde. Madre es una persona que aprendió a distinguir lo mejor para la salud de sus hijos”. (*La Nación*, 29-03-1962:....)

⁶⁹El decreto de 1956 nunca se aplicó y recién en 1975 se sancionará la Ley 21.172 –aún vigente– que establece el régimen de fluoración de las aguas para consumo en todo el territorio nacional. Eduardo Luis Aguirre. “Delitos contra el medio ambiente”. *Revista Electrónica de Derecho Penal Online*. 08-09-2011 <http://www.derechopenalonline.com/derecho>[última consulta: julio 2012]

Excediendo el plano estrictamente profesional, desde la perspectiva sociocultural la atención bucal intenta controlar el mal aliento, que resulta nocivo para la consecución de relaciones sociales y, fundamentalmente, de pareja. La publicidad mantiene en este sentido una relación de continuidad con el discurso autorizado profesional. Un anuncio publicitario presenta la crema dental Bioden como facilitadora de las relaciones entre los sexos. (Foto 19) Una composición simple y equilibrada entre texto escrito e ilustración expone la situación en que un varón

Foto 19 Aviso Bioden. *La Nación* 16-10-1961:17



intenta acercarse a una mujer, ambos sentados en los extremos de un largo banco de plaza. El producto promocionado le brinda al varón la confianza para acercarse.



Los temas abordados en las secciones médicas permiten analizar la imbricación entre la protección de la sapiencia profesional y la delegación en las madres de la obligación por el cuidado de la salud de su familia y, fundamentalmente, de sus hijos. Desde una perspectiva política, Karina Ramacciotti (1996) sostiene que las responsabilidades por la prevención son puestas en los individuos, como estrategia que tiende a liberar de responsabilidades a las autoridades sanitarias, culpabilizando a las víctimas. También es posible suponer que los alegatos médicos a través de los medios de comunicación para informar y convocar a los lectores a los consultorios revelan que, pasada la mitad del siglo XX, los expertos continúan luchando por erradicar las prácticas y los conocimientos populares, persistentes en la medicina hogareña, la automedicación y el curanderismo. El artículo del Dr. Bundensen alerta a las madres con un significativo “No trate de remplazar al médico...contra la automedicación y los males que puede ocasionar...” (*La Nación*, 26-10-1961:.....) El odontólogo Martí combate “la superstición o los consejos oficiosos de una vecina”. (*La Nación*, 7-03-1963:.....)

En esta etapa los avances científicos relacionados con los descubrimientos bacteriológicos y epidemiológicos permitieron mejorar la prevención y la curación de muchas enfermedades. En este sentido, un anuncio publicitario del Laboratorio Squibb que

promueve la vacunación informa: “el médico vela por la salud del pueblo...los investigadores científicos brindan a los médicos más armas para su labor” (Foto 20). Al mismo tiempo, el Dr. Bundensen también alerta sobre los riesgos de las raspaduras por pequeñas escoriaciones que pueden derivar en lesiones tuberculosas (*La Nación*, 8-03-1962:.....)⁷⁰ Una publicidad del Jabón Prosan, ilustrada con la fotografía de una niña sonriente que sostiene un jabón saliendo de su estuche presenta una leyenda que convoca a las madres a colaborar con las autoridades sanitarias, “Vacune a sus hijos contra la poliomielitis”. (*La Nación*,.....)

La población de Capital Federal aún tenía presente el recuerdo y las consecuencias del terrible brote epidémico de poliomielitis padecido en el verano de 1956. La virulencia de esta enfermedad infecciosa y altamente contagiosa –también conocida como parálisis infantil- afectó a alrededor de 6.000 niños con severo compromiso motriz y respiratorio, en la franja de entre 1 y 15 años, mientras que en los niños más pequeños sus efectos fueron menores y en los bebés prácticamente no registraba síntomas, a la vez que los inmunizaba contra la enfermedad. La epidemia afectó a todas las capas sociales pero principalmente a las clases media y alta, debido a que en general no tenían situaciones de contacto con la enfermedad sino hasta edades avanzadas. Las clases bajas, en cambio, se inmunizaban al contagiarse a edades muy prematuras. Otro brote, aunque con incidencia menor, se registró en 1961. ⁷¹La primera vacuna contra la poliomielitis, desarrollada por Jonas Salk, se probó en 1952 y se aplicó tres años después. La segunda vacuna fue de aplicación oral, creada por Albert Sabin, se aplicó en 1957 y por su efectividad reemplazó a la primera en 1963.

La incorporación de las ciencias médicas en un espacio destinado a la mujer indica la continuidad de un mandato estable impuesto a las mujeres-madres como agentes sanitarios, en quienes los médicos divulgadores delegan la acción de velar por la salud de los miembros de la familia. Como ya señalamos en el análisis del vespertino *La Razón*, esta competencia impuesta a la mujer se revela como una de las escasas políticas de estado sostenida en el tiempo y aplicada por todos los gobiernos nacionales, con particular énfasis durante el peronismo.⁷²

⁷⁰Sobre la epidemia de tuberculosis en Buenos Aires a principios del siglo XX, Armus, Diego. *La ciudad impura. Salud, tuberculosis y cultura en Buenos Aires, 1870-1950*. Buenos Aires, Ed. Edhasa.2007.

⁷¹La poliomielitis afecta al sistema nervioso central, y en su forma aguda causa inflamación en las neuronas y lleva a la parálisis, a la atrofia muscular y muchas veces a la deformidad. La poliomielitis había tenido un brote bastante importante en el año 1943, pero sin llegar al nivel de mortalidad y afección discapacitante alcanzado en 1956. El avance de la epidemia implicó entonces una restructuración de los sistemas de salud, aunque con serias limitaciones. Sobre el tema véanse Armus, Diego y Belmatino, Susana. “Enfermedades, médicos y cultura higiénica”. En: Cattaruzza, Alejandro (Dir.). *Crisis económica, avance del estado e incertidumbre política*. Nueva Historia Argentina. Ed. Sudamericana. Buenos Aires. 2001; Ramacciotti, Karina. *Política y enfermedades en Buenos Aires, 1946-1953*, UBA-CEDES. Ed. Biblos. Buenos Aires. 1996

⁷² De acuerdo con María Herminia Di Liscia (1999), el gobierno peronista se caracterizó por la centralización y financiamiento de las políticas de protección de la maternidad, que

A través de las columnas especializadas, tanto el médico como el odontólogo educan, instruyen, alertan y trasladan a las lectoras la responsabilidad en la prevención de enfermedades en su grupo familiar. En primera instancia, una lectura rápida de estas columnas revela que los interpelados son ambos padres, pero el análisis del contenido permite discernir una sutil diferenciación. Por un lado, cuando la exhortación es dirigida a ambos progenitores reviste un carácter informativo, para transformarse en demanda de acción a la madre, quien debe llevar a cabo las recomendaciones del especialista. Es probable que los varones no mostraran interés en la página femenina, aunque la redacción plantea la estrategia de interpelarlos directamente para lograr su atención. No obstante, el contenido de los artículos nos hace suponer que la redacción acompaña en el discurso los cambios en los roles familiares aunque de manera explícita descarta que ésto pueda concretarse en la práctica cotidiana.



Foto 21 Aviso Velo Rosado.
La Nación 22-03-1962:16

Están ausentes en todas las secciones de la página las relaciones de pareja, los vínculos entre padres e hijos y la vida afectiva y sexual. Los artículos médicos se restringen al cuidado del cuerpo, a las dolencias, atención de los síntomas, prevención y tratamientos. El ejercicio de la sexualidad tampoco aparece tematizado en el diario, aunque publica anuncios publicitarios del preservativo Velo Rosado. Las mujeres para quienes se construye la interpelación ya son madres y la atención está centrada en la relación madre-hijo. Esta estrategia puede estar orientada a revertir la tasa de natalidad descendente del período, causada entre otros factores por el uso de anticonceptivos orales, difundidos principalmente entre las mujeres de clase media, que conllevan cambios en las pautas familiares. De manera significativa el nombre de la página femenina trocó de “La mujer y el hogar” a “La mujer, el hogar y el niño”, a pocos meses de su aparición.

* * *

En suma, a través de estrategias diversas, ambos diarios postulan la prevalencia del rol maternal sobre cualquier otra elección de vida que pudieran realizar las mujeres. No obstante, *La Razón* construye una interpelación destinada a diversos tipos de mujeres, desde aquellas que mantienen su rol de ama de casa, esposa y madre hasta quienes anhelan su realización personal fuera del ámbito hogareño. Sin embargo, la redacción

contemplaban la instrucción de las mujeres en conocimientos relacionados con la crianza y la puericultura, desde tópicos de alimentación y medidas para la prevención de enfermedades hasta la atención del hogar.

apoya de manera explícita a mujeres solteras en las aspiraciones de realización en la esfera pública. En *La Nación* el trabajo femenino no está presente en los apartados médicos, sólo se observa en anuncios publicitarios de guarderías y cursos con salida laboral en áreas de servicios, y podrá advertirse moderadamente en las columnas de estética que analizaremos en el capítulo siguiente.

Una diferencia sustancial entre *La Razón* y *La Nación* radica en las estrategias discursivas utilizadas. Mientras el vespertino apela a la complicidad y el diálogo con sus lectoras, el matutino se erige en educador de mujeres que deben profesionalizar su rol maternal, aprendiendo a cuidar la salud física y emocional de su familia. Como contrapartida, *La Razón* involucra a los padres en escasas ocasiones mientras que *La Nación* comparte con ellos la información sobre la crianza, educación y salud de los hijos aunque los exime de la responsabilidad de actuar en consecuencia, acciones que están a cargo de las madres.

El análisis de las secciones 'Correo' y 'Charlemos' de *La Razón* revela dos sentidos que nos alientan a nombrarlas "espacios de lo posible". Por un lado, se trata de apartados en los que se abordan asuntos de índole muy diversa, por otro lado, exponen temas que no son tratados en otras secciones del diario como divorcio, maltrato familiar, amores contrariados y desviados, y embarazo en 'Correo'; trabajo, derechos civiles y laborales de las mujeres y feminismo en 'Charlemos'. La incertidumbre irresoluble que nos genera la legitimidad o ilegitimidad de las cartas no debe eclipsar el valor otorgado por los editores del diario a estas secciones como espacio vital para la construcción y expresión –si fuera el caso- de nuevas experiencias femeninas, coexistiendo en constante tensión con los modelos tradicionales de mujer.

En 'Charlemos' el acento está puesto en el rol de madre, cuyo desempeño debe alejar el peligro de desintegración familiar, atender la salud de su familia y cuidar su alimentación, indelegable aún cuando desempeñe otras actividades. Este apartado plantea un sugestivo esquema circular que se inicia con el matrimonio, continúa con la historia de las luchas de algunas mujeres por sus derechos, apuesta al voluntariado como misión femenina y retoma la exaltación del matrimonio y la maternidad como fin y destino. Todos los temas son respaldados por estudios realizados en Estados Unidos y diversos países europeos y asiáticos, en un intento por dotar de seriedad y cientificidad a la información y tal vez lograr un comportamiento por imitación.

En la sociedad fluida de los años '60, atravesada por mutaciones de alcance inédito por la difusión que propician los medios de comunicación masiva, los apartados de *La Razón* intentan convocar y mantener un amplio espectro de lectoras. Para lograrlo apelan a recursos retóricos que transitan desde la complicidad y la ironía hasta la confrontación. De este modo, la redacción articula contenidos que satisfacen tanto a las lectoras más tradicionales como a aquellas que pretenden innovar en su desempeño social. De manera

notoria están ausentes entre los temas tratados los relacionados con la sexualidad y la anticoncepción, aunque el vespertino acepte la pauta publicitaria de un método anticonceptivo promocionado por una empresa extranjera y “Aprobado por las autoridades religiosas” (Foto 22). La decisión editorial puede obedecer sólo a las reglas del mercado, o solapar mediante la publicidad un tema que intereses sociales, políticos y eclesiásticos pueden impedirle abordar de manera directa en sus artículos.



Foto 22 Aviso ConceptionDays. *La Razón* 8-03-1962:14

La página “La mujer, el hogar y el niño” de *La Nación* mantiene el enfoque pedagógico y normativo que caracteriza al matutino, mediante el cual impone un deber ser femenino que no se aparte de los cánones tradicionales, postula a la mujer como un universal que encarna un esencial designio maternal. Su propuesta aspira a conquistar un público femenino perteneciente a la amplia clase media, mujeres potencialmente consumidoras que se ocupan de las más diversas tareas del hogar. La sección ofrece a sus lectoras la profesionalización de sus tareas maternas y hogareñas.

El apartado médico resulta predominantemente informativo, mientras que el odontológico increpa a las madres, quienes deben estar “atentas a los problemas de los hijos”, llega a acusarlas de “negligentes” por no consultar al dentista, y se convierte en una

tribuna desde donde defender la profesión. Los espacios destinados a la crianza de los hijos se amplían y la interpelación a ambos padres se hace más recurrente, aunque acerca de la disciplina, la crianza y la problemática escolar la redacción mantiene la diferenciación entre la actitud esperada de los progenitores.

El matutino mantiene la tradicional sección de los domingos en papel ilustración impreso en color sepia (Foto 23), que presenta un tipo de mujer-madre aristocrática, culta y trotamundos. El tono sepia es valorado como elemento expresivo connotativo, psicológico y simbólico, expresión de un sentido retórico relacionado con construcciones culturales que remiten al pasado y la tradición. Así, el matutino opta por una estrategia disociativa, en el espacio dominical expone la vida pública y privada de mujeres de trayectoria social y profesional local e internacional, mientras que en la nueva página femenina propone a la mujer una vida predominantemente hogareña. Esta novel sección recrea cierta estética semejante a la del suplemento dominical en las fotografías de moda y belleza que, conjeturamos, intenta conservar a sus lectoras tradicionales.



Foto 23 Suplemento dominical. *La Nación* 27-03-1960

Capítulo 4

De la femineidad y la apariencia

La difusión de los cánones de belleza femenina a través de artículos y publicidad en los medios de comunicación constituyen un aspecto ineludible entre las múltiples formas de representación de un momento de la vida social. Los medios de comunicación contribuyen a construir una mujer imaginaria a quien prescriben cómo debe mostrarse en sociedad, al tiempo que median entre las empresas y las potenciales clientas ofreciéndoles los artículos de moda.

Las prendas de vestir deben alcanzar un delicado equilibrio entre las costumbres, adoptadas según determinados patrones estéticos, y la novedad, para que los consumidores puedan diferenciarse en la homogeneidad y el mercado logre mantenerse en movimiento. La moda, destinada entre otras funciones a representar tanto a la persona como al contexto social en el que se desenvuelve, asume un valor simbólico que contribuye a la construcción de identidades sociales, tanto por imitación como por diferenciación. (Eco, 2006)

La diversificación y difusión masiva de la moda iniciada luego de la Segunda Guerra Mundial tomará mayor impulso pasada la mitad del siglo XX, dadas las nuevas condiciones económicas y los avances tecnológicos que hacen posible la producción seriada. La renovación constante de las colecciones y su difusión a través de los medios de comunicación, impulsores de la cultura de la imagen, transforman a los artículos de moda en un negocio y en objetos necesarios y de consumo masivo, consolidando un proceso de embellecimiento del cuerpo femenino iniciado en las primeras décadas del siglo XX. (Saulquin, 2011)

Los ideales femeninos de belleza y de indumentaria de esta época atraviesan un período de transición, de la exaltación de la elegancia de la dama tradicional a la belleza propia de la juventud como nuevo valor que asegura el éxito social. El auge del maquillaje inspirado en el desarrollo de las artes visuales y de la industria cosmética, con una oferta de opciones cada vez más amplia, y la delgadez como norma urgen a las mujeres a trabajar en su apariencia para aparecer atractivas ante los hombres. Si la gran dama de épocas previas debía seducir destacando sus labios, la nueva mujer también buscará destacar sus ojos para resaltar la mirada y, además, deberá atender a la perfección de su silueta. Sus atributos pueden resaltarse aún más con joyas en piedras preciosas o en metales nobles, piezas convertidas en obras de arte que transmiten poder, exclusividad y distinción. (Saulquin, 2011) Así, la tendencia estética de esta época somete a las mujeres a diversas prácticas disciplinarias en torno a la belleza e intenta persuadirlas de convertirse en objetos adornados para ser disfrutados por otros. Tener un buen aspecto no será una elección sino un deber para seducir y presentarse en ámbitos públicos. En esta

etapa, artículos y publicidad centran la atención tanto en el rostro como en el cuerpo entero, ofreciendo variados tratamientos para que la mujer seduzca en todo ámbito social.

La mayoría de los artículos y anuncios publicitarios construyen una imagen de mujer consumidora de artículos destinados al hogar y la familia en la página femenina de *La Razón* y de uso prioritariamente personal y familiar en la de *La Nación*. En el vespertino prevalecen los avisos de muebles, cortinas, mesas y sillas, placards, indumentaria femenina e infantil y alimentos. El matutino comprende publicidades de cosméticos, cremas, prendas femenina e infantil, alimentos y dentífricos. Las *boutiques*, modo de comercialización que se extiende ampliamente en la época, satisfarán la demanda de indumentaria de aquellas mujeres que combinan el desempeño en el hogar con tareas extrahogareñas como trabajo o estudio. Estos locales ofrecen entre otras prendas el difundido prêt à porter, impuesto por Estados Unidos desde principios de los años '50 por su practicidad, femineidad y bajos costos basados en la producción seriada. Las casas de alta costura instaladas en el país o en el exterior, tradicionales desde las primeras décadas del siglo XX, aunque acotadas debido a la crisis económica y a los cambios en los gustos femeninos en los años '60, continúan ofreciendo a un público selecto sus modelos de diseño.

La moda remite a las tendencias de uso vigentes durante un período determinado, por lo cual se considera efímera. El término se aplica a todos los aspectos de la vida cultural de una población. Por lo tanto, para abordar los temas que nos presentan las páginas femeninas de los diarios utilizamos en este análisis el término *estética* para referir el aspecto exterior de la persona. Cuando el tratamiento de cada perspectiva así lo requiera se diferenciarán *belleza* e *indumentaria*. Comprendemos como *estética* los aspectos relacionados con los tratamientos para el cuidado de la piel (vapor, lociones, masajes, cremas), los maquillajes y cosméticos para las distintas zonas del rostro y las manos, los procedimientos aplicados en el cabello (baños, cremas, cortes, peinados). Dentro del rubro *indumentaria* consideramos las prendas y los accesorios (calzados, sombreros, guantes, collares, aros, pulseras).

Como vimos en los Capítulos 2 y 3, la preocupación de las lectoras de *La Razón* por la *estética* personal es una constante en los apartados 'Correo' y 'Charlemos' de la página femenina "Entre nosotras. Estrictamente para mujeres". Algunas inquietudes de las lectoras obtienen respuestas en estas secciones, mientras que en otras las soluciones son brindadas en los apartados 'Belleza' y 'Moda', que analizaremos en este capítulo. Éstos adquieren relevancia en la diagramación al encabezar todas las ediciones, a pesar de tener dimensiones similares al resto de los espacios de la página y de carecer de fotografías. En el vespertino la *estética* femenina es descripta mediante palabras pero no mostrada. Los diversos aspectos relacionados con la *estética* también ocupan los espacios más destacados en el encabezado de la página femenina de *La Nación* "La mujer, el hogar

y el niño", acompañados por numerosas fotografías. Las imágenes que ilustran los artículos no sólo legitiman el mensaje verbal sino que, adoptando estrategias publicitarias, lo refuerzan. La profusión de fotografías ofrece modelos ataviadas con prendas elegantes, cuidadosamente maquilladas y peinadas, en poses estáticas, como un objeto decorativo carente de expresividad. Sólo en algunas fotografías las mujeres expresan cierta sensualidad a través de la mirada, los labios o la manera de posar. Son mujeres para ser admiradas y se proponen como modelos a imitar. La importancia otorgada en el matutino a la estética personal es análoga a la conferida al rol maternal y al cuidado de la salud y de la familia, considerados en el capítulo anterior.

4.1 La Razón: La femineidad

En el vespertino *La Razón* los apartados 'Belleza' y 'Moda' de la página femenina "Entre Nosotras. Estrictamente para mujeres" instan a sus lectoras a resaltar, mantener o recuperar la juventud, la femineidad y la elegancia, prescribiendo tratamientos a seguir, productos e indumentaria para cada ocasión. La ubicación de estos apartados como apertura de la página en todas las ediciones relevadas permite inferir la significación otorgada a los temas estéticos a pesar del escaso espacio asignado, que se reduce a dos pequeñas columnas invariables a través de los años que abarca esta investigación. A su vez, la ausencia de fotografías contrasta con la profusión de imágenes que caracterizan a las restantes secciones del diario. A finales de los años '60 estos apartados ocuparán mayores espacios e incluirán fotografías, en forma paralela a la reducción y/o desaparición de las secciones 'Correo' y 'Charlemos', en un contexto social y político signado por el recrudecimiento del autoritarismo. En su estudio acerca de la presencia de la mujer en la fotografía de prensa argentina entre 1920 y 1930 Iturriza y Pelazas (2001) concluyen que *La Razón* ilustraba sus notas con fotografías más a menudo que lo que lo hacían *La Nación* y *La Prensa*, aunque la mujer que presentaba no difería mucho de aquellas.

Las directrices de *La Razón* relativas a las cuestiones estéticas están dirigidas a mujeres de todas las edades, pero su público mayoritario pertenece a la mediana edad, según los modelos y tipos de prendas, estilos de maquillaje y peinados propuestos por estas secciones. Los artículos destinados a las jovencitas las interpelan de manera explícita. "Hablemos ahora un poco a las jóvenes. Los colores que este otoño trae son muy seductores". (*La Razón*, 30-03-1961:10) Las explicaciones brindadas por el vespertino instruyen a las lectoras sobre cómo prepararse tanto para asistir a una fiesta como para "alegrar las calles con alegres colores en otoño". (*La Razón*, 9-06-1961:16) El maquillaje, la indumentaria y los accesorios deben transmitir elegancia, femineidad, juventud, seducción, sobriedad y, en ocasiones, extravagancia, en concordancia con la concepción de la moda como instrumento de distinción estético-social que permite diferenciarse en

momentos y espacios determinados. Las sugerencias propuestas por los periodistas apuntan a deslumbrar y, en algunos casos, a desafiar a quienes contemplan a las mujeres. La redacción propone que "...sobre los trajecitos de telas escocesas lucirán muy coquetas y desafiantes las corbatas gigantes." (*La Razón*, 27-03-1961:18); "La falda estrecha se acompaña con guantes y sombrero blancos, que le confieren una nota de buen gusto" (*La Razón*, 28-03-1961:16); "Marrón y dorado es la mezcla que lleva el conjunto de hoy, es práctico y juvenil" (*La Razón*, 2-06-1962:14) "Las líneas de peinado, maquillaje y vestido tienden a realizar una mujer completamente joven, que actúa con suma naturalidad, y elige, complacida, tonos claros, alegres, primaverales como la juventud que representa". (*La Razón*, 2-10-1963:12) "Jacques Dorian expresa que nada le parece más vulgar que un exceso de fantasías, un solo detalle basta para animar un modelo...". (*La Razón*, 10-10-1963:10)

Como ya se ha planteado, en este espacio que carece de fotografías o ilustraciones todo se narra, se describe. La lectora debe imaginar los detalles del maquillaje, los colores, los peinados y la ropa a través de las palabras de la redacción. La descripción y el detalle compensan esta carencia en una época en que, paradójicamente, el carácter representacional de la modernidad transmite a través de los medios de comunicación de masas el valor primordial de la imagen. La renovación tecnológica permitió en los años '60 la inclusión de fotografías de mayor calidad y favoreció la creación de nuevas publicaciones. La emblemática revista *Claudia* fue lanzada en 1957 en papel de alta calidad y con producción local de fotografías, que hasta entonces se tomaban de revistas francesas.⁷³ La ausencia de fotografías en "Entre Nosotras..." puede obedecer a la escasez de espacio para la nueva sección, en un momento en que el abastecimiento de papel de diario atravesaba una compleja situación, como vimos en el Capítulo 2. Uno de los numerosos apartados desarrolla el siguiente texto para describir la indumentaria apropiada para la estación del año:

"Un tweed de varios colores (azul, gris, rojo y blanco) quedará muy bien para la realización del conjunto que pasamos a describir. La chaqueta es muy original. Corta, sobre la línea de la cintura, baja levemente al llegar a las caderas; la espalda es ligeramente inflada; las mangas tres cuartos son anchas y subidas. La falda recta tiene originales dobles costuras a los costados. Se acompaña con guantes de color y lleva un gran cuello de piel con la que se hará el sombrero." (*La Razón*, 9-06-1961:16)

El "vestido descrito", de acuerdo con la interpretación de Roland Barthes (1978) puede apuntar a fijar el nivel de lectura a través del lenguaje, informando acerca de aspectos que la fotografía no ofrece, como el color si la imagen es en blanco y negro –

⁷³Análisis de la revista *Claudia* en Scarzanella, Eugenia. "Mujeres y producción. Consumo cultural en la Argentina peronista: Las revistas de editorial Abril". *Anuario de Hojas de Warmi* N° 14. Universitat de Barcelona. 2009 y Cosse, Isabella. "Claudia: la revista de la mujer moderna en la Argentina de los años sesenta (1957-1973)". Revista Mora. IIGE. UBA. (2011).

es el caso de los periódicos en estudio-, un detalle inaccesible a la vista o la existencia de un elemento escondido por el carácter plano de la imagen. "El lenguaje añade a la imagen un saber, la palabra desempeña una función didáctica y de énfasis". (Barthes, 1978:24)Apelando sólo a la palabra, la redacción instruye a la mujer para alcanzar el ideal de belleza que debe revelarse tanto exterior como interiormente. Para el vespertino "belleza es, antes que nada, una cualidad moral" (*La Razón*, 30-6-61:16)

Así, el concepto de belleza adquiere para el vespertino múltiples sentidos, vinculados no sólo con el aspecto exterior sino con el comportamiento que define el deber ser femenino. Para la redacción "dando vueltas el anillo o retorciendo los dedos constantemente se habrá quebrado algo muy sutil en nuestra belleza: la serenidad. Estos movimientos y signos, además de antiestéticos, serán reveladores de falta de dominio y demostrativos de fealdad" (*La Razón*, 22-6-61:14).La femineidad debe acatar una disciplina social que se manifiesta a través de los modales aprehendidos y de la exhibición de un cuerpo que, cuidado con esmero, simboliza una conducta racional y con capacidad de autogobierno. Para lograrlo, el poder del mercado de la estética condiciona a la mujer de fines de los años '50 y los '60 a través de la difusión masiva de sus productos en los medios de comunicación. La redacción dispone que "las mujeres deben contar con un equipo de belleza adecuado", cuyos componentes se detallan minuciosamente, aunque para satisfacer el objetivo de abarcar un público heterogéneo perteneciente a los más variados sectores sociales, abunda en fórmulas de tratamientos caseros para todo el cuerpo o brinda las indicaciones para "marcar el peinado en casa", (*La Razón*, 6-6-62:18; 21-6-61:18)

Los apartados estéticos y los anuncios publicitarios analizados nos permiten interpretar que la redacción impone mediante diversas estrategias la búsqueda del modelo ideal que el mercado necesita para sus productos. Es posible especular que en una sociedad con alta movilidad social como la de la etapa en estudio, sus integrantes accederán de manera progresiva al consumo masivo. Mientras tanto, 'Belleza' instruye a sus lectoras en la preparación casera de tratamientos con cremas, frutas, aceites y vapor. La redacción postula que todas las mujeres que aspiran a ser aceptadas socialmente y tener éxito deben exhibirse jóvenes y deseables. Acordando con Manzano (2010) en que las estrategias de distinción atravesadas por anclajes de clase convierten a la juventud en una noción heterogénea, sólo podemos aquí evaluar que la juvenilización de la mujer en sus aspectos estéticos propuesta por el diario se relaciona con las presiones generadas por el mercado de la cosmética y la indumentaria. Así, para lograr mantener su juventud, el vespertino postula que las mujeres deben realizar "masajes faciales para no acentuar las arrugas" y "limpieza de cutis para conservar la frescura" (*La Razón*, 23-3-61:18;27-3-61:18). Cualquier recurso

será válido bajo la consigna de mostrarse bellas y, por lo tanto, jóvenes. "La mujer de los años '50 y '60 sentía el mandato de ser joven y vestirse para el movimiento continuo". (Saulquin, 2011:145)

La frescura del cutis femenino es una de las prescripciones recurrentes en 'Belleza'. Siendo el rostro la zona de más alta exposición a la mirada de los otros (Traversa, 1997) se espera de la mujer que "luego de un día de fatiga recuperará la frescura en 10 minutos para asistir una fiesta" para lo cual ofrecen "un plan que nos permita lucir encantadoras ya que tendremos que aparecer frescas y brillantes" (*La Razón*, 3-10-63:13) Para generar mayor empatía con sus lectoras la redacción se autorreferencia, utilizando la primera persona del plural transmite un nosotros incluyente que busca la complicidad. Estas demandas abonan la interpretación acerca de la transformación de las mujeres, de la "gran dama" en los primeros años '50 al ideal de la "mujer-niña", que comienza a imponerse iniciados los '60.

El ideal estético presenta variaciones según se esté ubicada abajo o arriba en la escala social, sin embargo, aunque la aspiración mayor es la elegancia, para la redacción su falta puede compensarse con un exceso de femineidad. La femineidad proclamada por los periodistas como "nuestro encanto femenino" se logra usando "vestidos y conjuntos de tweed con botones dorados", "lamé para la noche con broche de perlas y poplín blanco para la camisa deportiva como combinaciones elegantes" (*La Razón*, 23-3-61:18; 24-3-61:18) La deagentivización de la voz pasiva presenta al evento como un hecho sin marcas de tiempo ni espacio, construyendo el encanto como naturalmente femenino. La femineidad remite a las características que se presumen inherentes a la mujer como suavidad, delicadeza, ternura y finura. Estas propiedades construyen una mujer que aduce cierta debilidad y fragilidad, condiciones que la convierten en un ser dependiente y maleable. Si bien luego de la Segunda Guerra Mundial comienza a perfilarse el auge del consumo de la moda que se mantendrá hasta el presente, en forma paralela -pasada la mitad de los años '50- la mujer que ha adquirido presencia en la esfera pública al salir a trabajar debe ser infantilizada para retornarla a su lugar dentro del hogar. "Una joven eterna será una mujer dependiente". (Saulquin, 2011:309).

Para esta mujer por siempre joven el cuidado del rostro resulta prioritario, a través del uso de cremas y del maquillaje como uno de los recursos más acentuados en los arreglos de la época. El maquillaje representa otra posibilidad de intervenir el cuerpo de la mujer decorando su piel y simboliza la femineidad. En los años '60 conviven dos tendencias, una que defiende la sofisticación y otra que apuesta por la naturalidad de la mujer. En notas sucesivas la redacción indica a sus lectoras los pasos para limpiar todo tipo de cutis "para conservar la frescura" (*La Razón*, 24 al 27-3-61:18) y considera

al maquillaje un aliado, “un arte sutil que permite transmitir naturalidad y ayuda a definir nuestra personalidad, nos muestra en la calle”; “a través del maquillaje puede lograr naturalidad, aunque esté realizando un verdadero camuflaje facial”. Los ojos se resaltan con un intenso delineado y pestañas aplicadas y los labios y uñas exigen colores claros y nacarados. (*La Razón*, 13-6-62:19; 6-6-62:18 y 11-6-62:15)

Detrás del maquillaje y la vestimenta emerge el cuerpo que debe ser preparado para la seducción cuando la redacción afirma que “deben tener el pecho elástico y firme a la vez para que tenga la turgencia exacta que queremos darle”. Esta exigencia es acompañada por los ejercicios necesarios para lograrlo, aunque también se sugiere la necesidad de “reducir el tamaño si es muy abundante” o “desarrollar el busto”. (*La Razón*, 8-6-61:18;12-6-61:18). La relevancia otorgada a los pechos femeninos emerge en esta etapa ya no sólo por su carácter nutricional sino como atracción erótica y rasgo de femineidad, en un interludio entre el período de entreguerras y los revolucionarios '70, cuando la masculinización de la mujer imponía ocultarlos. Tras la Segunda Guerra Mundial, cuando irrumpen en la escena pública mujeres de grandes senos como Marilyn Monroe y Gina Lollobrigida, se impone la imagen femenina de objeto sexual, la de una criatura doméstica que nació para servir a los deseos del hombre. (Yalom, 1997)

No obstante la significación consagrada al aspecto exterior, la publicidad que promueve el consumo de artículos y productos de moda y belleza resulta escasa en la página femenina de *La Razón*, que se incorpora en las primeras páginas del diario. Visto el cambio producido en este sentido hacia mediados de los '60, inferimos que esta contradicción obedece al proceso de consolidación que atraviesa la nueva página femenina. “Entre Nosotras...” exhibe avisos publicitarios de productos para el hogar (jabones Limzul, Polibón, Rinso, Detercoche, Esmalte sintético Sinto-Lux), muebles (Casa Paz, Independencia, Aristócrata, Demarchi); también cursos (Centro de la Moda Francesa, Academia Briones, Escuela de cosmetología ArtezWesterley, Instituto Argentino), automóviles conducidos por mujeres (Peugeot, De Carlo) y artículos para niños (Gamycuer, Grimoldi, Chelsea, La niña parisienne). Los productos relacionados con la estética son Lápiz labial Madison, Charles of the Ritz, Joyas Guthman y Feld. Esta escueta muestra revela que mientras los artículos especializados incitan a las mujeres a estar a la moda y embellecerse siguiendo sus consejos, la publicidad intenta retener a la mujer en su rol de ama de casa, aunque embellecida mediante la realización de cursos de estética. Es posible acordar con Umberto Eco en su interpretación de los ideales propuestos por el mundo del consumo comercial de esta época como politeísmo de la belleza, que alterna “el modelo de la mujer fatal, encarnado en Greta Garbo o en Rita Hayworth, y el modelo de la vecina de al lado,

personificado por Claudette Colbert o por Doris Day". (Eco, 2006:245)⁷⁴

El uso del jabón para la ropa Limzul permitirá a las mujeres desprenderse de algunas preocupaciones y lograr la apariencia distendida que exhibe la mujer moderna en la ilustración publicitaria. Una mujer que se ha librado de ciertas ataduras pero continúa anclada en los roles domésticos, actualizados en el slogan "Moderno jabón granulado". El carácter representacional de la imagen que permite identificar claramente el producto no limita la interpretación de su aspecto simbólico. La publicidad exalta la sapiencia de una mujer experta en las tareas domésticas y portadora de un saber esencialmente femenino pero encarnada en un modelo de mujer moderna, expresado a través de la indumentaria, el cabello, la silueta y la postura. (Foto 24)



Foto 24 Aviso Limzul. *La Razón* 13-06-1962:19

Los modelos ideales de belleza contemplan que "los tonos del vestuario deben estar acordes con el maquillaje", habilidad sobre la que los periodistas instruyen a sus lectoras en numerosos apartados (*La Razón*, 5-6-62:14). La industrialización de los cosméticos en esta etapa instala la necesidad de ampliar el mercado, que impulsa la diversificación de los maquillajes pensados para cada vestido y situación. (Saulquin, 2011:309) A través de los usos de moda la ciudad se convertirá en una exposición de mujeres objeto en constante

⁷⁴ En *Historia de la belleza*. Lumen. Barcelona. 2006, Umberto Eco opone a la belleza del consumo, difundida por los medios de comunicación de masas, la belleza de la provocación, representada por las vanguardias.

exhibición para ser miradas y admiradas, un espectáculo que se exhibe para que los demás lo disfruten. La redacción propone que "para alegrar las calles oscuras y pálidas del otoño-invierno conviene que las mujeres lleven colores alegres y brillantes" (*La Razón*, 9-6-61:16) Paula Bontempo, en su análisis de la revista *Para Ti* de los años '20, interpreta que las mujeres pueden "aparecer en la esfera pública pero con la condición de escudriñar sus propios cuerpos, pensarse como espectáculos y regular su apariencia a través de técnicas de autoaprendizaje" (Bontempo, 2006:96) El rol de la mujer como espectáculo se convierte en otra forma de expresión del "contrato emocional", expresado en la disposición interior y exterior de la mujer en función de los demás.

Los postulados estéticos de moda que intentan imponerse a la mujer requieren además llevar el corte de cabello de moda en la época "cortísimo en la nuca y con bandas lisas a los costados del rostro, según un famoso peluquero de Roma" (*La Razón*, 1-10-63:13) Aunque también están vigentes los cabellos largos –siempre que sean lacios- recogidos en trenzas, torzadas o cola de caballo, con abundante flequillo y con vinchas, que suelen adornar las figuras que ilustran los anuncios publicitarios. Lograr una bella cabellera depende también de una buena alimentación, "a la que le será favorable la ingestión de frutas y verduras en gran cantidad", "principalmente al despertar" (*La Razón* 27-3-61:18;29-3-61:12). Bajo la premisa "deben lucirse brazos hermosos en el verano", la redacción brinda indicaciones para tratar los codos ásperos y para mantener las manos tersas y lindas. (*La Razón*, 6-6-61:19;1-6-62:15;6-6-61:19)

Para la redacción, la elegancia y el buen gusto también pueden lograrse apelando al uso de accesorios como guantes y sombreros, llevando un echarpe dorado, broches brillantes "legítimos o de fantasía muy fina" o una estola de piel. (*La Razón*, 28-3-61:16; 29-3-61:12; 8-6-61:18; 19-6-61:19) Los atributos señalados no se asignan a las mujeres sino a las prendas y accesorios que éstas utilizan, que por propiedad transitiva impregnarán a quienes los portan de las cualidades atribuidas a los objetos. "Chaquetas muy coquetas y desafiantes corbatas gigantes", "colores del otoño muy seductores", "para la noche los tonos deslumbrantes (porque) nunca hay que pasar inadvertidas", constituyen algunas pautas de la redacción. (*La Razón*, 27-3-61:18; 30-3-61:10) Aunque las distintas horas del día requieren estrategias estéticas diferentes. "conjunto marrón y dorado simpático y juvenil, con guantes de gamuza para las mañanas. Fantasías en dorado opaco, nada de piedras estridentes"; "modelo de gran paquetería para lucir elegante y chic durante la noche, con broche brillante, estola de zorro azul y sombrero"; "la mujer adora deslumbrar por la noche con rasos, piedras, flecos y encajes" (*La Razón*, 2-6-61:14; 8-6-61:18; 1-6-62:15) Para las más audaces la propuesta es "sombreros bastante extravagantes, uno de forma cilíndrica, muy bajo" (*La Razón*, 12-6-61:18)

No obstante, no todas las mujeres poseen estas características y la redacción establece una clara diferencia entre mujeres pertenecientes a distintos sectores sociales.

Así, reafirmando la correspondencia con la posición social, un modisto francés asegura en una de las columnas de 'Moda' que "la elegancia no es cuestión de dinero sino de gusto" y aclara que "hay que recordar que no puede vestir del mismo modo la mujer que baja al subterráneo que la que sube a un Cadillac. Debe descubrir su propio estilo si quiere ser elegante, si no lo ha conseguido le aconsejamos ser mucho más femenina" (*La Razón*, 30-6-61:16) "Ser elegante requiere alcanzar una armonía total entre las partes que ayudan a conformar la imagen, aunque esa armonía pueda ser sólo exterior." (Saulquin, 2011:280) Así, para las lectoras de *La Razón* uno de los modelos a seguir es el de las actrices del cine de Hollywood "tonos vivos y también blanco y negro en estampados, con escotes profundísimos que imitan la audacia del estilo egipcio que lució Elizabeth Taylor en 'Cleopatra'" (*La Razón*, 8-10-63:14) La masividad alcanzada por el cine y la televisión convierte a las estrellas de la pantalla en referentes de la estética desde los años '40 y '50. Las actrices encarnan imágenes ideales de femineidad, construyen estereotipos y también crean moda, aunque" iniciados los '60 esta influencia comienza a ser disputada por las primeras damas y las princesas". (Saulquin, 2011:285)

Para quienes no puedan adquirir los modelos en las *boutiques* el apartado 'Moda' brinda las instrucciones que les permitirán confeccionarlas prendas de moda impuestas por las celebridades. "Un vestido en tela Príncipe de Gales para las mañanas" o "prendas de lana tejida al tricot que este año se tejen (o se hacen tejer) como trajes, polleras, vestidos y hasta tapados" (*La Razón*, 6-6-61:19; 8-6-62:18) Las *boutiques*, que ofrecen prendas industrializadas, se expanden en Buenos Aires a principios de los años '60 ante el ocaso que las casas de alta costura venían padeciendo desde el decenio anterior. Entre los múltiples factores que contribuyeron a generar esta transformación se articulan "una situación económica difícil, los cambios en la mentalidad de las mujeres que salen a trabajar y carecen de tiempo para las pruebas y la consolidación del prêt-à-porter". (Saulquin, 2011:145)

El vestuario también toma como modelo las grandes colecciones y tendencias europeas, fundamentalmente de Francia e Italia en este período, alabadas por el "gran despliegue de imaginación en telas, líneas y colores. "Salir de una sola línea que uniforma a las mujeres, la elegancia requiere libertad, creación y renovación constantes" (*La Razón*, 22-6-61:14) La redacción difunde los "modelos de gran 'soirée' de los modistos italianos, con estilo vistoso adornado con perlas, strass y lentejuelas" y promociona a "Valentino, que crea todas las telas y modelos como el 'tailleur imperio', su más exitosa creación", como símbolos indiscutibles de la elegancia femenina. (*La Razón*, 14-10-63:15; 15-10-63:14)

La redacción de *La Razón* contempla entre sus destinatarias a mujeres de amplios sectores sociales, tanto aquellas que pueden adquirir sus prendas en la *boutique* como las que, con menos recursos, deben confeccionarlas. La indumentaria también resulta un pretexto para tematizar brevemente el embarazo, no abordado por el diario como vimos en el Capítulo 3. La sección 'Moda' aborda el embarazo como respuesta a un supuesto requerimiento de lectoras sobre modelos de futuras mamás, con la descripción precisa y detallada de los pasos para coser pollera, pullover y blusón. "Pasados los tiempos de espera en reposo, para la mamá moderna, modelos que le permiten una actividad normal" (*La Razón*, 11-6-62:15)⁷⁵ La menstruación, etapa fundamental de la pubertad, es otro aspectos ignorados en los artículos aunque adquiere presencia a través de los avisos publicitarios de Evanol (Foto 25), bajo el eufemístico slogan "En 'esos días'... ¿por qué sufrir?", padeciendo indisposiciones que afecten las relaciones cotidianas". No se trata entonces de paliar el sufrimiento femenino sino de mantener la armonía familiar, tarea para la cual la mujer debería estar siempre bien dispuesta.



Foto 25 "Evanol". *La Razón*
1-06-1962:15

4.2 La Nación: La apariencia

La página femenina "La mujer, el hogar y el niño" del matutino *La Nación* se caracteriza por otorgar extraordinaria relevancia a la estética y a la indumentaria. Los artículos sobre moda encabezan la página con el apartado "La moda en París", rubricado por Rachel Gayman, entre 1958 y 1961. En cada edición la página ofrece extensos textos legitimados por varias fotografías, de cuerpo entero, medio cuerpo y rostros, e ilustraciones que instruyen acerca del uso de diversos accesorios de moda. Las fotografías exhiben modelos esbeltas, elegantes, maquilladas y adornadas con accesorios como aros, collares, guantes y sombreros, en poses seductoras cuyas miradas "miran por encima de las miradas de envidia que las sostienen". (Berger, 2000:148) Estas miradas intentan inducir a las lectoras a anhelar aquello que podrían llegar a ser si imitan el modelo propuesto.

El diseño de la página ofrece una diagramación dinámica y tipografía moderna, adecuada a las tendencias impuestas por la renovación periodística en curso, que se

⁷⁵Tanto el 'Correo' -analizado en el Capítulo 3- como 'Moda' son las únicas secciones donde se menciona el embarazo, referido en ambos casos a la indumentaria apropiada para transitar esa instancia femenina.

contrapone a las fotografías posadas, centradas y estáticas que acompañan los textos. La apariencia clásica y distante de las modelos abreva en los estereotipos de lo considerado bello para el matutino. Las imágenes, acotadas a la figura de la modelo, sin escenografías ni decorados, resaltan la figura de la mujer en su función ornamental. La fotografía es el recurso tecnológico que se pone al servicio del cuerpo tratándolo como soporte, y por eso mismo negándolo a través de la relevancia otorgada a la vestimenta que lo cubre. (Traversa, 1997) Fotografías y textos escritos ponen el foco tanto en zonas fragmentadas como en la totalidad del cuerpo, sometándolo a los requerimientos de los productos y artículos a exhibir. En este sentido, el análisis de esta página femenina demuestra que todas las fotografías publicadas secundan un objetivo publicitario, aún cuando que éste no sea inmediatamente discernible. (Freund, 1993)

A través de las fotografías que acompañan los artículos estéticos *La Nación* proclama una mujer de línea clásica y elegante—aún con vestidos sencillos—que debe mostrarse sonriente, pícara, romántica, relajada, joven, bella —o al menos simpática- y exótica, según la ocasión. La apariencia requerida la obliga a desarrollar actividad física para mantener la elasticidad y el peso ideal, poniendo de manifiesto que el cuidado de la salud, en todos sus aspectos, tendrá como objetivo resaltar la belleza. Para lograrlo, la mujer también debe dominar el arte del maquillaje, que le permitirá convertirse en un “ser extraordinario”.

Un ritmo visual dinámico sustentado en la construcción de un relato tipo collage, compuesto por fotografías y artículos de tamaños y formatos variados no logra opacar el relato fotográfico homogéneo, y por lo tanto excluyente, cuyas imágenes representan sólo a mujeres clásicas, jóvenes y elegantes. Aunque manteniendo el mismo ideal de belleza, el contenido de los artículos aspira a convocar un público más amplio, compuesto por mujeres de distintos sectores sociales a quienes les ofrecen propuestas estéticas alternativas. La heterogeneidad de las destinatarias del matutino se revela en dos artículos publicados en el mismo mes. “El baño perfecto” propone un baño de inmersión con sales, aceites, cristales y leches especiales, entre otros productos, destinado a mujeres de sectores acomodados según con la variedad de artículos requeridos para lograrlo. (*La Nación*, 16-3-61:30) Para quienes cuenten con menores recursos la redacción ofrece tratamientos caseros “tan eficaces como baratos” con leche y sus derivados, “al servicio de la belleza femenina”. (*La Nación*, 30-3-61:22; 23-3-61:28; 1-3-61:21) Así, aunque en los textos coexisten “la mujer fatal” —aristocrática, envuelta en trajes suntuosos- y “la vecina de al lado”, esta última está ausente en las imágenes. (Eco, 2006:245)

Para la moda que viene impuesta desde París, bajo la rúbrica de Rachel Gayman -a cargo de la sección desde 1958 hasta 1961- la mujer elegante debe estar a la moda, por ejemplo recurriendo a los sombreros como complemento indispensable del guardarropa femenino. (*La Nación*, 16-4-60:22)(Foto 26) Las distintas ediciones exhiben prendas creadas en su mayoría por modistos extranjeros, fundamentalmente de Francia,

inspiradora de la moda argentina durante décadas. Algunos autores sostienen que Argentina ha imitado los dictados de la moda europeos y estadounidenses porque siempre consideró a lo extranjero como superior. La moda de alta costura se copia de los modelos traídos de París, gestando “un extenso entramado de controles y autoritarismos que personalidades sociales básicas orientadas al uniforme y temerosas de expresar su individualidad”. (Saulquin, 2011:281)⁷⁶



Foto 26 Sombreros. *La Nación* 12-09-1959:16

Foto 26 "Gimnasia". *La Nación* 20-10-1960:21

La Nación difunde en la página femenina tanto la moda que imita los diseños europeos como las prendas más sencillas para la vida cotidiana; articula estilos, telas y accesorios flamantes y antiguos, generando una ilusión de pasado hecho presente. Telas vaporosas y etéreas, accesorios como guantes y sombreros remiten a una época pasada que “es mistificado por el miedo al presente. Sus referencias son reminiscencias retrospectivas y tradicionales orientadas a generar confianza y credibilidad”. (Berger, 2000:155) En el mismo sentido, Saulquin sostiene que “la moda vuelve al pasado en busca de inspiración y seguridad”. (Saulquin, 2011:11)⁷⁷

Las propuestas de indumentaria abarcan modelos para cóctel, de Nina Ricci; la regulación de la estética femenina alcanzará la vida íntima promoviendo el uso de camisones y pijamas “para dormir con sencillez y elegancia”, creados por M. Daudéet Fils; pijamas “elegantísimos, popularizados por las estrellas cinematográficas; vestidos de seda de Michel Goma; tailleurs rectos “bien femeninos” diseñados por Cardin, Ricci, Laroche, Rouff, Chanel, Massisi, Ballile y Lanvin-Castillo. (*La Nación* 16-4-60:22; 2-4-60:21; 2-4-

⁷⁶ En los años '20, Buenos Aires había ganado prestigio en París gracias a las mujeres de alto poder adquisitivo que frecuentaban las principales tiendas, que comenzaron a enviar comisionistas a esta ciudad. En el período posterior a la Segunda Guerra Mundial Estados Unidos liderará el proceso de producción seriada que tendrá influencia mundial hasta 1963, cuando Francia retomará el liderazgo de la alta costura.

⁷⁷ Esta tendencia se revertirá a partir del año 2001 a partir de la consolidación del “diseño de autor” -iniciado en los '80 con el retorno de la democracia en Argentina- que privilegia la individualidad. (Saulquin, 2011:15)

60:21; 9-4-60:22;)Otras opciones promueven la moda provocativa, como una colección de "gran femineidad" que remite al "estilo vampiresa", con transparencias, túnicas, tules vaporosos y sombreros exóticos". También sugieren variaciones sobre la túnica, obra de Balenciaga, para todas las edades, con variantes para día y noche. Entre las telas refinada las sugerencias incluyen seda estampada "de BianchiniFerrier", lana aterciopelada, jersey, lana "para sentirse elegante", tricot "en cualquier guardarropas femenino elegante" con lana de Australia, Nueva Zelandia y Francia y para primavera-verano, hilo de Escocia. (La Nación, 13-10-60:25; 8-10-60:21; 6-10-60:21; 6-9-59:18)

Sin embargo, para las mujeres que "no quieren 'sofisticarse', o no pueden hacerlo porque su trabajo las absorbe demasiado", la redacción propone "tailleurs y vestidos sencillos y prácticos". En las boutiques francesas se ofrece una moda juvenil "alegre, para mujeres que se preocupan por su elegancia pero cuentan con presupuestos limitados" (La Nación, 3-10-61:21; 15-3-62:28) Así, algunas ediciones incluyen instrucciones para confeccionar distintas prendas o realizar arreglos. Indicaciones para tejer un pullover en manga japonesa; con ilustraciones explicativas se enseña "cómo montar un grossgrain - cinta de seda o nylon gruesa, acanalada o lisa- a una falda"; pantalón para niño de cinco años, con molde y explicación; explicación para tejer tapados en crochet o dos agujas. Aunque podemos especular que en muchos casos los moldes serán entregados por las lectoras a sus modistas, la expresión "como vemos, bastante para entretenernos" amplía el espectro de las lectoras hasta aquellas que confeccionan sus propias prendas, tanto por gusto como por necesidad. (La Nación, 30-3-61:22; 24-10-61:22; 16-3-61: 30; 22-3-62:28)

También se presentan las colecciones de temporada, instrumento de mercado relacionado con el desarrollo de la industria textil, la democratización del vestido y la necesidad de consolidar la expansión de la moda. (Saulquin, 2011)⁷⁸A través de las secciones de modas del matutino se pueden conocer colecciones presentadas en ciudades europeas como Berlín, "el centro de la moda de Alemania" o en Buenos Aires, como la Embajada de la Moda 1959-1960, organizada por Ducilo en los salones del Alvear Palace Hotel. Como "Detalles de París" se ofrecen el tejido 'crignac', de lana y fibras naturales con perlas opacas separadas por anillos de brillantes, creado por Laroche. "Las bajitas" reciben un apartado especial sobre la colección de Geneviève Corne, con modelos de vestidos rectos que "alargan la silueta". (La Nación, 9-4-60:22; 6-9-59:18; 11-10-62:19; 6-10-60:21)

La moda demanda el uso de accesorios, que *La Nación* expone y enseña a llevar. "No usar varias fantasías a la vez", dictamina la redacción. Los sombreros, "el gran éxito del verano, elegantes y juveniles" pueden usarse para el campo, la playa, los paseos y las

⁷⁸Saulquin sitúa a fines de los '50 y principios de los '60 el declive de este modo de presentación de la moda a raíz de la inestabilidad económica, los vaivenes de la industria textil y la expansión de las boutiques como nueva modalidad. A mediados de los '60 la industria textil logrará su recuperación.

cabalgatas. Guantes de cabritilla perforados, de Perrin; sombreros de paja con cinta drapeada y piedras, de Jean-Charles Brosseau y estolas. Corbata y guantes blancos, medias que brillan para la noche, de Gui y brillo dorado en prendas de Dior. Medias con bordado y zapatos de cabritilla clara. Los anteojos merecen una atención especial, "de artículo utilitario usado por los automovilistas a accesorio de moda adoptados inmediatamente por las mujeres elegantes. Mejorados y adoptados por las estrellas de Hollywood como Greta Garbo". (*La Nación*, 27-10-60:21; 13-10-60:25; 11-10-60:21; 10-10-60:22; 23-3-61:28)

Excediendo los ámbitos públicos más restringidos de los eventos sociales o los contextos aún más acotados de las fotografías de estudio, el matutino también presenta a la mujer como espectáculo callejero, amparándose en la imbricación de moda y estaciones. "Los zapatos ponen en los pies de las mujeres un mundo de color y alegría" y "El color animará las calles y dará más brillo a las siluetas femeninas". (*La Nación*, 14-10-60:21; 6-9-59:18) El mismo recurso y casi las mismas palabras vimos en el análisis de *La Razón*. Para Berger (2000) en la exposición pública las mujeres se contemplan a sí mismas mientras son miradas. "El supervisor que lleva la mujer dentro de sí es masculino, la supervisada es femenina, de este modo se convierte a sí misma en un objeto particularmente visual, en una visión. El modo en que aparezca ante los demás es de importancia crucial para lo que se considera el éxito en la vida". (Berger, 2000:54-55)

Estos apartados son reforzados por dos pequeñas secciones, "Informaciones de interés femenino" difunde las modas y peinados vigentes y "La moda en el cinematógrafo" informa acerca del estilo que usan las actrices de Hollywood. Este variopinto grupo de mujeres deberá cuidar su aspecto exterior mediante la práctica de gimnasia, cuyas instrucciones brinda el matutino en numerosas ediciones, "para proporcionar elasticidad al cuerpo, contra la vida sedentaria en las grandes ciudades". (*La Nación*, 9-04-60:21) El cuidado de la apariencia mediante la gimnasia se explica a través de fotografías o ilustraciones, con ejercicios para adoptar diferentes posturas destinadas a fortalecer y flexibilizar los músculos. Las variadas opciones para lograr la imagen propuesta comprenden tratamientos y recursos estéticos "para todos los bolsillos" y también de "preparación casera". Son sus destinatarias mujeres de todos los sectores sociales, las amas de casa y las que trabajan fuera del hogar. Así lo indica la insistencia de las secciones que en diversos artículos brindan las instrucciones para que "tanto las amas de casa como las mujeres que trabajan fuera de ella" dediquen una noche fija de por lo menos dos horas por semana al cuidado de su belleza.



Foto 27 "Gimnasia". *La Nación* 20-10-1960:21

Las amas de casa y madres de familia son objeto de preocupación para la redacción, que a través del artículo 'Cuide sus manos' expone un programa diario para quienes están en contacto con productos que pueden dañar o envejecer la piel prematuramente. (*La Nación*, 19-10-60:22)

La redacción proclama no abandonarse a la molicie de una vida inactiva o mantenerse activa para evitar la decadencia física, lograr elasticidad y elegancia a través de la danza. (*La Nación*, 10-10-60:22, 30-3-61:22, 7-3-63:18 y 14-3-63:13) El estilo de vida moderno también requiere técnicas de relajación, presentadas por la redacción como 'Un secreto de belleza', un arte que se puede aprender, "al alcance de todos los bolsillos". (*La Nación*, 10-10-60:22) El mantenimiento de un peso ideal también amerita la explicación de ejercicios con figuras ilustrativas (Foto 27). "Para eliminar los kilos de más, ejercicios para el abdomen". Para fortalecer el diafragma el espacio explica e ilustra "cuatro movimientos sencillos que le ayudarán a mantenerse esbelta y flexible". (*La Nación*, 27-10-60:21) Los tratamientos para adelgazar requieren "fuerza de voluntad, magia jamás!" (*La Nación*, 10-10-61:22) También propone un "régimen relámpago para desintoxicarse y perder unos kilos en tres días". (*La Nación*, 9-3-61:21) Ejercicios para "hacer desaparecer la excesiva papada" y para tratar "el doble mentón". (*La Nación*, 11-10-62:19 y 21-3-63:19) Gimnasia, alimentación y cuidados estéticos están "al servicio de la mujer empeñada en conservar la elasticidad y juventud de su piel". (*La Nación*, 14-10-60:21) Estos múltiples requerimientos apuntan a lograr un cuerpo cuya exhibición debe cumplir con ciertos criterios impuestos por la producción en serie y el discurso publicitario.

La preservación del rostro como zona más expuesta del cuerpo femenino, es abordada por la redacción desde distintas perspectivas. A través de un texto presentado de manera irónica, por un lado se informa acerca del color rosado y pálido como "teóricamente impuesto por la moda para esta temporada", aunque los periodistas aseguran que la mayoría de las mujeres elige el tono bronceado. De manera ecuaníme la redacción ofrece propuestas para ambos, "sofisticado o deportivo para las mujeres que se transforman, que tienen el tiempo y los medios para desempeñar los dos papeles. Pero las otras, aquellas que no pueden ser más que una mujer por día, deben elegir entre los dos estilos". Las primeras pueden recurrir al maquillaje. (*La Nación*, 2-04-60) "Lo barato sale caro", sentencia la redacción al recomendar cremas nutritivas, porque "una crema de mala calidad puede resultar perjudicial" (*La Nación*, 14-10-60:21; 14-3-63:13)

Un rostro bello, rosado, pálido (ya no tostado) y terso no debería mostrar pecas. Esta imperfección se convierte en tema recurrente en varias ediciones, transformándola en objeto de preocupación. La redacción parece evaluar que, además de mujeres a quienes les agradan las pecas también habrá entre sus lectoras algunas que prefieran ocultarlas. Para todas ellas tiene una respuesta. A las primeras les sugiere "tomar las pecas como

manchitas doradas, pueden resultar atractivas y darle personalidad"; a las restantes les recomienda taparlas con base opaca o suavizarlas con crema blanqueadora y consultar con un especialista. (*La Nación*, 2-04-60:21) Paradójicamente, otra nota sobre el tema pone de manifiesto la confusión que genera la caracterización de la mujer entre quienes escriben las columnas. En una misma frase breve se infantiliza –mediante el uso del diminutivo– al mismo tiempo que se erotiza el rostro femenino. La redacción asegura que "esas manchitas prestan a una carita agraciada un poco más de picardía". (*La Nación*, 5-10-61: 21)

Mediante el uso de productos cosméticos e indumentaria se logrará alcanzar la apariencia juvenil, que bastará para mostrarse. "No debería estar permitido que una mujer muestre manos deformadas y resquebrajadas", sentencia la redacción, aunque aclara que sus consejos apuntan a mantener un perfecto estado sanitario y estético.

(Foto 28) En el mismo sentido, recomienda realizar los tratamientos faciales "cuando se encuentre en su casa sola (...) hasta el momento de salir o de la llegada de su esposo. Recuerde que él no debe verla con la cara encremada sino perfectamente maquillada y elegantemente vestida". (*La Nación*, 2-3-61:24) También exige a toda joven recién casada "mostrarse bella desde la mañana hasta la noche. Es su obligación mantener el encanto y la ilusión". (*La Nación*, 21-3-63:19)

El control social y mediático se extienden hacia la intimidad de la mujer, quien a partir de la puesta en práctica de las máximas de belleza explicadas por el diario debe autoregular su apariencia. (Traversa, 1997) La redacción fomenta el autocontrol en la mujer sugiriéndole contar con "un espejo de cuerpo entero, una balanza en el baño y un acondicionador de aire para mantener la humedad de la piel". (*La Nación*, 3-10-61:21) Aunque aconseja no obsesionarse por pequeñas diferencias de peso "una diferencia importante es una advertencia, que puede resolverse con un régimen bien entendido" (*La Nación*, 17-3-62:18) Los recursos que proponen los periodistas a las mujeres para presentarse en público son infinitos y hacen hincapié en la apariencia. La mujer, convertida esencialmente en objeto en constante exhibición y buscadora infatigable de relaciones con el sexo opuesto, apelará a un sinnúmero de artilugios para lograr sus objetivos. No sólo atraerá con su belleza física sino que, al carecer de ella podrá explotar su simpatía a través de la sonrisa, utilizada como expresión simbólica socialmente pautada y



Foto 28 "Esmalte". *La Nación* 9-04-1960: 18

aprehendida, que las mujeres sabrán regular en cada ocasión. "La sonrisa hace a la mujer verdaderamente bella, una mujer que sonríe atrae con su simpatía aunque esté lejos de ser una belleza". (*La Nación*, 8-10-60:21)

La preocupación por la salud también está subordinada a la belleza, con particular énfasis en las posibilidades que ésta conlleva de establecer relaciones heterosexuales. En la obstinación por lograr la mujer de apariencia perfecta los periodistas confunden pequeñas situaciones de la vida cotidiana, como la rotura de uñas, con verdaderos trastornos de salud. Así, las inconsistencias argumentativas tensan la artificiosa articulación entre salud y belleza. Los consejos y soluciones apuntan a eliminar "los trastornos que tanto afean" como rotura de uñas, sangrado de encías, ojos opacos, cutis manchado, granitos, puntos negros. (*La Nación*, 26-10-61:19) Aunque en ocasiones la recomendación es concurrir al médico, como en el caso de párpados inflamados, que "puede deberse a trastornos glandulares"; o "si adelgazó la cintura pero continúa aumentando el talle" (*La Nación*, 16-3-61:30 y 9-3-61:21) "Hablar de estética personal es hablar de salud" subraya la redacción cuando recomienda mantener el peso corporal para no forzar el corazón y encarar las tareas hogareñas como "una gimnasia metódica para trabajar los músculos, subir y bajar escaleras, no usar el ascensor". (*La Nación*, 22-3-62:28) Cuidar los ojos para no forzar la vista pero, fundamentalmente, por "la atracción ejercida por un par de ojos brillantes, luminosos y expresivos, índice de buena salud, de vitalidad física y mental, tienen mucha más chance de agradar". Porque "la juventud de una mirada puede en muchos casos constituir el chispazo inicial de una relación afectiva". (*La Nación*, 9-3-62:28)

Una estrategia reiterada por la redacción ofrece notas sucesivas sobre un mismo tema que operan, primero de manera normativa, dando las pautas a seguir para alcanzar las metas estéticas deseables, y de manera comprensiva-cómplice para poner al alcance de cualquier mujer los recursos que le permitan lograr o al menos acercarse a los cánones de belleza y moda erigidos por el medio. Así, avanza en la cosificación de la mujer, que alcanza su máxima expresión cuando la redacción propone el maquillaje como otro recurso para que "una mujer interesante se convierta en algo extraordinario". (*La Nación*, 5-10-61:21) El mandato de construir una bella apariencia contempla desde una actitud comprensiva a "la gran mayoría de mujeres para quienes los cosméticos constituyen el rubro principal de su presupuesto de belleza", brindan consejos para reducir su monto, y un listado de productos esenciales y no esenciales. (*La Nación*, 24-10-61:22) El maquillaje debe denotar una "palidez suave y romántica" con el toque importante en los ojos con sombras y pestañas muy pintadas. (*La Nación*, 10-10-61:22) Aunque las salidas nocturnas resultan "ocasiones ideales para un maquillaje más fuerte, con ciertos detalles llamativos y tonalidades más exóticas". (*La Nación*, 3-10-61:22) La redacción expande su función pedagógica, enseña a combinar adecuadamente los colores explicando que el maquillaje

requiere especial cuidado cuando se viste con ropa oscura "para evitar desastres". (*La Nación*, 10-10-61:22)

La fragmentación del cuerpo femenino también alcanza al cabello -sobre el que la redacción posee todos los secretos- a través de una profusión de artículos en todas las ediciones relevadas. Atendiendo a la diversidad de lectoras a las que se dirige, un extenso artículo expone los peinados adecuados para cada presupuesto y tipo de rostro. "No todas las mujeres pueden ir semanalmente al peinador, pero todas desean lucir bellas, elegantes, modernas". (*La Nación*, 11-10-60:21) Según la perspectiva normativa que caracteriza a la estética en general asevera que "un corte de cabello fuera de época o un traje de línea severa poco tienen que ver con la femineidad". (*La Nación*, 5-10-61:21) El uso de artículos definidos (la) que muestran unicidad y existencia refuerzan la incorporación de otros textos, no identificables ni específicos sino correspondientes a la opinión pública, que debería reconocer las cualidades femeninas.

A las lectoras se les ofrece la presentación de la "nueva línea del peinado argentino, Línea Mar, inspirada en el juego ondulante de las olas" -cortos y de colores claros- para la primavera de 1960, en una nota que incluye seis fotografías del desfile realizado en el Alvear Palace Hotel. (*La Nación*, 13-10-60:25) Para las adolescentes se ofrece el peinado 'sanshistoire' de Madelaine Paz, corto con flequillo irregular. (*La Nación*, 26-10-61:19) La salud de los cabellos, que requiere tratamientos y cortes adecuados, es presentada como "el único secreto de todo buen peinado", (*La Nación*, 11-10-61:21) Entre los cortes de cabello sugeridos prevalecen muy cortos atrás con picos sobre las mejillas "como los que hicieron famosas a las vampiresas de ayer, con una sugestiva y femenina" caída de ondas sobre la frente. (*La Nación*, 10-10-61:22) El peinado de moda continúa siendo corto, asimétrico y de colores claros, propuesto por Guillaume en la primavera de 1962. (*La Nación*, 4-10-62:17)

Los anuncios publicitarios de la página femenina "La mujer, el hogar y el niño" ((indumentaria, cosmética, tratamientos contra la obesidad, bebidas alcohólicas, joyas, relojes, pisos de lujo, lencería) incorporan imágenes de mujeres disímiles, contrariando los ideales ofrecidos en las fotografías de los artículos pero acordando con su contenido. Aunque fotografías e ilustraciones de los avisos exhiben mujeres elegantemente vestidas, maquilladas y adornadas, aún cuando estén listas para cocinar o posando junto a la heladera, la incorporación de nuevos prototipos de mujer se va imponiendo conforme aumentan las opciones de consumo destinada a ella. En éstos se plasma una mujer, joven, enérgica y atrevida, dispuesta a lanzarse a actividades alejadas de lo considerado femenino. En el aviso ilustrado de Mono Látex podemos constatar que, además de las características estéticas que conforman una mujer joven, bella, y audaz en su "mono" varonil, la actividad que realiza altera mandatos de género largamente establecidos. En el mismo sentido, el anuncio de Motoneta HMV recurre a la ilustración para presentar una

mujer juvenil, masculinizada en su vestimenta y feminizada mediante el cabello recogido en una cola de caballo, dispuesta a conducirse por caminos predominantemente varoniles. Constatamos en ambos casos que el recurso ilustrativo no resulta casual, toda vez que la novedad que intentan imponer las marcas requiere una carga expresiva que excede las posibilidades de la fotografía. (Fotos 28 y 29)



Foto 28 "Mono Látex". *La Nación* 17-03-1962:17

Foto 29 "Motoneta". *La Nación* 11-10-1962:16

La función maternal no se abandona en los espacios dedicados a la estética. Las madres son interpeladas para que desde la infancia enseñen a sus hijas "detalles útiles para el cuidado de las prendas", en un artículo ilustrado por una fotografía de una niña colgando la ropa; (*La Nación*, 1-3-62:15) Así, tienen un lugar en el apartado 'Moda' las prendas para bebés, niñas, colegialas y jovencitas. Un vestido norteamericano combinado con guantes, "con mangas abombachadas que dan un aire del pasado"; lencería y pijamas con pantalón pescador; polleras tableadas combinadas con camisas; vestido de poplin sencillo. (*La Nación*, 9-4-60:22; 21-10-60:21; 19-10-60:22; 6-10-61:21; 9-3-61:21)

*

*

*

En suma, los apartados estéticos de las páginas femeninas de *La Razón* y *La Nación* muestran profundos contrastes entre una diagramación y diseño modernos y ciertos aspectos predominantemente tradicionales. *La Razón* pone el énfasis en la femineidad y otorga múltiples sentidos al término belleza, proponiendo una mujer bella exterior e interiormente, elegante pero no glamorosa ni aristocrática. *La Nación*, por su parte, postula

una mujer cuyas características principales deben ser la apariencia y la elegancia. Ambos pretenden construir una mujer elegante, aunque para *La Razón* basta con que sea femenina, mientras que *La Nación* presupone esa característica en una mujer que como tal es madre y por lo tanto femenina, pero refuerza la elegancia y el ornamento.

Una de las diferencias más notorias entre ambos medios radica en que *La Razón* apela sólo a la palabra en dos pequeñas columnas, que adquieren relevancia al encabezar la página femenina, mientras que *La Nación* destina un amplio espacio a las fotografías de vestimenta y belleza. En este sentido, podemos inferir que el vespertino apela a la razón a través de la proposición escrita, mientras que los apartados del matutino recurren a la emoción mediante el uso profuso de imágenes. Ambos medios aspiran a convocar lectoras de variados sectores sociales. *La Razón* las instruye en la preparación casera de tratamientos de belleza y en la confección de ropa pero también pone a su alcance las tendencias de la moda internacionales. *La Nación* revela un importante contraste al proponer un ideal estético femenino unívoco en sus fotografías, mientras que los artículos y las publicidades presentan una variada tipología de mujeres. Para las mujeres de recursos económicos limitados el diario entrega moldes para la confección de las prendas, explica preparados caseros de cremas y sugiere la práctica de ejercicios mientras realizan las tareas hogareñas,. Para las adineradas promueve el exceso en indumentaria, accesorios y maquillajes como medio de exhibir la pertenencia a determinado sector social y, seguramente, para prestigiar a su marido en los eventos sociales.

La Razón acota sus apartados estrictamente a los temas estéticos, mientras que *La Nación* los utiliza como estrategias discursivas para continuar difundiendo su modelo de mujer –actual o futura- ama de casa, esposa y madre, incitándolas a trabajar en sus cuerpos para entablar relaciones heterosexuales, que las conducirán al ansiado matrimonio. Estas mujeres deben empeñarse en trabajar arduamente para responder al estilo esperado, tareas que se anexan al desempeño de las múltiples funciones y actividades como amas de casa o señoras de su casa, esposas, madres y, en algunos casos, trabajadoras remuneradas.

Las propuestas estéticas análogas que realizan ambos medios ponen de manifiesto que la construcción del ideal de mujer está condicionado por la producción seriada de productos femeninos, con los que el mercado debe seducir a las potenciales consumidoras mediante de difusión masiva a través de los medios de comunicación. Ambas publicaciones incluyen entre sus destinatarias a mujeres de distintos sectores sociales, las de recursos limitados y aquellas de elevado poder adquisitivo.

Consideraciones finales

Esta investigación proponía interpretar la imagen femenina construida por dos diarios en sus páginas dirigidas a la mujer, así como las motivaciones de su incorporación, creadas en un momento en que se discuten los nuevos roles asumidos por muchas de ellas en clara contradicción con los mandatos tradicionales,. Estudiamos diarios de fines de los '50 comienzos de los '60 con la intención de esclarecer un nuevo aspecto de una época compleja caracterizada por transformaciones innovadoras y ambiguas, signada por logros tecnológicos y culturales y atravesada por la inestabilidad política y el autoritarismo. El abordaje de los diarios amplía la perspectiva que las investigaciones sobre los medios de comunicación centraron principalmente en las revistas femeninas. Nos motivó, por un lado, la magnitud que alcanzó la renovación técnica y profesional del campo periodístico, por otro lado, la incidencia de ese campo en la divulgación de las costumbres y los parámetros de socialización vigentes y de los emergentes, teniendo en cuenta la hegemonía masculina en periódicos y revistas.

Siguiendo esos objetivos hemos mostrado que el matutino *La Nación* y el vespertino *La Razón*, mediante estrategias diversas, dan cuenta y cuestionan el creciente protagonismo femenino. *La Nación* refiere sólo de manera tangencial los nuevos prototipos de mujer, reforzando permanentemente los roles tradicionales. Las imágenes que acompañan los artículos sólo dan cuenta de este modelo femenino, no obstante, los apartados estéticos incluyen en sus consejos a las mujeres trabajadoras. Quienes se desempeñan en tareas fuera del hogar y aquellas que realizan actividades típicamente masculinas serán habituales protagonistas en los anuncios publicitarios del matutino. Por su parte, *La Razón* expone reiteradamente temas relacionados con los nuevos roles desempeñados por las mujeres, en algunos casos a través de las supuestas voces de las lectoras, en otras ocasiones mediante la narración de las históricas luchas femeninas. El vespertino no aborda el devenir de estos asuntos en la contemporaneidad, le resulta menos amenazante remitirlos al pasado y contraponer un presente que debe continuar cimentado sobre el modelo de mujer y de familia tradicional.

La Nación y *La Razón* representan en sus espacios femeninos –aunque con matices– una amplia diversidad de mujeres resultante de una época de cambios perturbadores. Las amas de casa, las madres y también las nuevas mujeres universitarias y trabajadoras remuneradas son convocadas desde algunas de estas páginas que, como también demostramos, son el resultado de una estrategia editorial destinada a disputar las lectoras en un campo periodístico dominado por las revistas femeninas y por la expansión del mercado de consumo. Los diarios estudiados priorizan una sociedad de consumidores de productos y de noticias, e intentan convocar y mantener un amplio espectro de lectoras. *La Nación* cuenta inicialmente con un público definido de clase media alta y alta, compuesto

por mujeres arraigadas en roles sociales tradicionales, aunque los contenidos de la novel página femenina incluyen entre sus destinatarias a mujeres de distintos sectores sociales, las de recursos limitados y aquellas de elevado poder adquisitivo. *La Razón* destaca por su mayor apertura en el tratamiento de los cambios en las relaciones entre varones y mujeres, dirigiéndose a amplios sectores medios y también populares aunque proponiendo cierta estética característica de sectores altos.

La expansión de la prensa gráfica contribuyó a la difusión masiva de los cambios sociales innovadores, ambiguos y contradictorios de los últimos años '50 y los primeros '60, convirtiéndose a la vez en escenario de los debates por la reformulación de los nuevos espacios ocupados por muchas mujeres en distintas esferas de la sociedad. En este contexto el matutino *La Nación* crea en 1957 la página "La mujer y el hogar", que será "La mujer, el hogar y el niño" un año más tarde; y el vespertino *La Razón* incorpora en 1961 el espacio "Entre Nosotras. Estrictamente para mujeres". En *La Nación* las mujeres son objeto del discurso pero no hablan. El matutino se erige en instructor para la profesionalización de los roles femeninos a través de expertos en medicina y odontología, estética y gastronomía. *La Razón*, en cambio, ofrece a las mujeres espacios para expresarse, apartados que construyen un efecto de verosimilitud a pesar de que debemos poner en duda la veracidad de las cartas.

La Razón conjetura la adhesión de un público permeable a las innovaciones en los roles femeninos. En el apartado 'Correo' propone una relación de diálogo abierto apelando a recursos retóricos que abarcan desde la complicidad y la ironía hasta la confrontación. La complicidad con las lectoras se intensifica en la sección 'Charlemos', donde se evidencia claramente la ambigüedad frente a los cambios y la intención de captar la mayor diversidad de lectoras. Por un lado incita a las mujeres a cuestionar los lugares que les son asignados socialmente, por otro lado, alerta de manera recurrente sobre el peligro acechante de la desintegración de la familia, cuyo sostén es la mujer. Así, articula contenidos que satisfacen tanto a las lectoras más tradicionales como a aquellas que pretenden innovar en su desempeño social.

La visibilidad de la mujer adquiere mayor relevancia en los diarios al ser protagonista de un espacio destinado especialmente a ella, aunque las temáticas de las notas continúan pivotando básicamente sobre la tríada mujer-hogar-madre y en torno a la vida afectiva de la mujer. Los artículos de *La Nación* revelan una moderada tolerancia hacia la mujer trabajadora cuando su desempeño fuera del hogar es necesario para la economía familiar. No obstante, se explicita y en ocasiones se insinúa la preferencia por la elección de tareas que puedan realizarse dentro del propio hogar. *La Razón*, de manera explícita, alienta a mujeres preferentemente solteras en las aspiraciones de realización en la esfera pública.

La Nación mantiene su enfoque pedagógico y normativo, mediante el cual impone un deber ser femenino que no se aparte de los cánones tradicionales. Este criterio también permea el suplemento editado los domingos en color sepia, tradicional sección que desde su color permite realizar una asociación metonímica con el tiempo pasado y la tradición, en los que nada cambia. Allí las mujeres son expuestas como figuras decorativas preparadas para ser admiradas; como pintoras o escultoras -legitimados pasatiempos típicos de las mujeres de sectores acomodados-. Este espacio ofrece los atractivos de una vida pública a través del universo glamoroso del cine, los eventos sociales, las artes y los destinos exóticos, mediante abundantes y extraordinarias fotografías. El matutino postula como destinatarias tanto a aquellas mujeres que podrán hacer realidad las propuestas que este espacio les ofrece, como a quienes se contentarán con la contemplación y la quimera de la ilusión. No obstante, en la nueva página femenina propone a las lectoras una vida predominantemente hogareña.

Los contenidos predominantemente conservadores de los artículos de *La Nación* contrastan con el moderno diseño y la diagramación de la página femenina, dinámicos y rebosantes de imágenes. Este viso de modernidad propone, a través de fotografías e ilustraciones, una mujer caracterizada por la apariencia y la elegancia, cuidadosamente maquillada y ornamentada, que trabajará en su estética con el único fin de seducir al hombre que será su marido y con el que formará una familia. Desde la perspectiva estética el matutino construye una mujer homogénea, que debe lucir bella, elegante, joven y moderna para desempeñar las múltiples funciones y actividades como amas de casa o señoras de su casa, esposas, madres y, en algunos casos, trabajadoras remuneradas. Los límites impuestos en la página a la difusión de las innovaciones en los roles femeninos, ostensibles en las escasas referencias a su condición de trabajadoras, obedecen a la necesidad de mantener su arraigo en los sectores dirigentes, conservando de este modo a sus lectoras tradicionales.

La Razón pone el énfasis en la femineidad y otorga múltiples sentidos al término belleza, proponiendo una mujer bella exterior e interiormente, no glamorosa ni aristocrática. El modelo de femineidad planteado condensa espiritualidad, sensibilidad y emotividad. Estas mujeres también deben ser amables, tranquilas y equilibradas para poder llevar adelante una vida familiar plena. En los apartados destinados a la estética y a la moda *La Razón* apela sólo a la palabra en dos pequeñas columnas que, de manera implícita, intentan preparar a la mujer para agradar, seducir y alcanzar el objetivo de formar una pareja.

Entre los temas tratados en ambos diarios están ausentes los relacionados con la sexualidad y la anticoncepción, aunque el vespertino incluye el anuncio publicitario de un método anticonceptivo promocionado por una empresa extranjera, cuyo texto aclara que está autorizado por la iglesia católica. La decisión editorial puede obedecer sólo a las

reglas del mercado, o solapar mediante la publicidad un tema que intereses sociales, políticos y eclesiásticos le impiden abordar de manera directa en sus artículos. *La Nación*, por su parte, publica avisos del preservativo Velo Rosado, de prudente opacidad, cuya función sólo puede intuirse por la aclaración breve “artículos de látex”, que acompaña a la marca.

El análisis de las páginas femeninas nos permitió aprehender los procedimientos dispuestos para erigir un género femenino con escaso consentimiento de las protagonistas, lo cual las convierte en objetos de discursos con exiguas posibilidades de intervención. La mujer es intervenida en su estética y en su conducta, se construye modelada como objeto de consumo en sí mismo, bello y decorativo; instrumental para servir a otros; especializada en la construcción de la familia como base de la sociedad instituida. Esta cosificación de la mujer obtura las demandas femeninas por el respeto de las diferencias y el rechazo de la desigualdad que, a pesar de las conquistas sociales obtenidas a lo largo del siglo XX, persiste atravesando configuraciones culturales y sociales diversas. Estas permanencias inducen a considerar si algunas investigaciones sobre prensa femenina de la época sobredimensionaron las posibilidades de intervención social de la mujer, más allá del papel impreso o la imagen catódica. Advertir en el presente la vigencia de este conflicto nos estimuló para pensar un pasado en el que, intuimos, habrán intentado emerger voces discordantes, habida cuenta de la acérrima defensa de un modelo de mujer objeto que aún hoy se pretende hegemónico.

Este trabajo abre nuevas líneas de investigación, por un lado, tomando como corpus los mismos diarios pero considerando la diacronía podremos interpretar las mutaciones y las permanencias en la producción de los discursos de las páginas femeninas, al compás de los cambios sociales, políticos y económicos. Además, se podría profundizar el análisis de la gravitación del mercado publicitario y, desde una perspectiva centrada en lo político, de los aportes gubernamentales en propaganda oficial. ¿Qué grado de autonomía logra la producción periodística respecto de las fuerzas del mercado y del poder político? ¿La influencia del mercado impregna al periodismo de la lógica comercial hasta tornarla hegemónica en determinadas circunstancias? ¿Con qué herramientas la publicidad gráfica enfrenta el auge de la televisión? Otra travesía podría explorar otras publicaciones contemporáneas –periódicos y revistas- para continuar delineando imágenes de mujer. La relevancia de las vanguardias artísticas en este período induce a considerar medios de comunicación alternativos que permitan un acercamiento a la diversidad comunicacional de la época. ¿Es posible que los temas silenciados o sólo atisbados en los diarios estudiados estén incluidos en otros medios, convocando así a las mujeres desde otra perspectiva?

En definitiva, esta investigación ha mostrado la centralidad de pensar el papel de los medios masivos de comunicación, el mercado editorial, las imágenes y los nuevos

sentidos para comprender el lugar de la mujer en la cotidianeidad de fines de los años '50 y los primeros '60. En este período breve pero intenso, en el que se fracturan los cánones sociales instituidos y recrudece la censura, la notable expansión de la prensa diaria expone múltiples narrativas. Sus páginas enuncian las profundas contradicciones que atraviesan la época, conmocionada por las impugnaciones, a veces explícitas y en ocasiones solapadas, a los modelos hegemónicos de familia y de género.

ANEXO

1. Entrevistas

1.1 Entrevista a Víctor José Gil, experiodista del diario *La Nación*, 15 de setiembre de 2010

Entrevistadora: ¿Dónde comenzó su carrera como periodista?

Gil: En 1953 trabajaba en *El Plata*, amarillo, hacía crónica universitaria. Era de mi tío Saverio Reduano, mi padre periodístico.

E: ¿Cuándo ingresó en la corresponsalía de *La Nación* en La Plata?

G: Estuve desde 1960, tenía 21 años, hasta 1998, éramos todos hombres, hasta 1991 no hubo mujeres. Se recibían pedidos de notas especiales pero de la mujer ninguna. Desde el '91 en el suplemento de La Plata se incorporaron Alejandra Sturzeneger, cronista de turf y Susana Reynoso, corresponsal en el interior. En los inicios éramos todos hombres, un jefe, cinco redactores, uno que cubría deportes, uno carreras y cuatro administrativos. Cuando ingresé en el '60, pese a la diferencia generacional (21, 50, 64), de parte de ellos había una actitud docente muy grande. Fue una época muy dinámica en el desempeño de la profesión. El periodista cubría, escribía y mandaba. Se respetaba que la crónica o artículo periodístico era una cosa y la nota de opinión, editorial, era otra. Hay un alejamiento cuando ingresa Saguier, el periodista debe relacionarse con el resultado económico del diario. En La Plata hay receptoría, los promotores vienen de Buenos Aires.

E: ¿En qué áreas trabajaba?

G: En crónica universitaria y policiales, se exigía que escribiera más o menos literariamente. Sobre el caso Penjerek, al único diario que el acusado Pedro Vecchio no le hizo juicio fue *La Nación*. Por mi trayectoria anterior tenía acceso al juez Dr. Garganta. Hasta 1966 estuve en policiales, luego pasé a política hasta 1978. Desde entonces estuve a cargo de la corresponsalía.

E: Tiene gratos recuerdos del diario...

G: *La Nación* en los '60 era un diario muy respetado, ecuánime y, por mi experiencia interna, respetuoso. El viejo Mitre me dio la primera lección del ambiente que se vivía allí. Entré por la puerta de entrada de personal para hacer los papeles y me acompañó Mitre. También íbamos todos a comer al campo en Brandsen. La posición de *La Nación* era una visión culta de la realidad, se decían las cosas que había que decir y se decían con un estilo. No como ahora con crispación. El periodista de mi generación se sentía libre. En La Plata la caja de resonancia era el Círculo de Periodistas, convivían todas las ideas. En

Sala de Periodistas en dictadura se discutía mucho, a favor y en contra. Usábamos como estrategia publicar “gobernador de la provincia”, sin el nombre.

E: ¿Cómo cree que influyó la televisión en el proceso de renovación periodística desde mediados de los '50?

G: La televisión tuvo impacto en lo informativo, se inicia un proceso de estancamiento en la tirada de diarios por cuestiones económicas. Los diarios se vieron impelidos a usar elementos de anclaje o tracción para la tirada, puede ser una página y luego un suplemento o una revista. *La Nación* inicia con la mujer, luego venta de libros, fascículos, anuarios. Lo completaban si les faltaba.

E: ¿Cuál era el rol de las mujeres en el diario?

G: La gran marca la deja la mujer, innegable que si bien después la revista aborda temas generales, moda, decoración, cocina, el diario es machista. Tiene un target de moda de altísima costura. Presenta a la mujer como la eterna mujer objeto, producción estética y decorativa en función del hombre. A veces balancea poniendo alguna nota de alguna mujer importante. Tiene éxito porque tiene un rango de publicidad terrible y rango de lectura que es un importante elemento de tracción de la edición del domingo.

E: ¿Qué recuerda de *La Razón* en los '60?

G: Laíño era muy conservador, creía que todo aquello que fuera defensa o manejo del tiraje o tracción de publicidad era un elemento perverso contra lo que debía ser lo periodístico del diario. *La Razón* desempeñó un papel muy importante porque fue el atajo noticioso a los matutinos “Si ocurrió hoy léalo hoy”. Tenía un equipo periodístico muy bueno, innovaciones gráficas. El título de *La Razón* pegaba mucho, tenía un fraseo muy atractivo, transmitía muy bien la noticia. Los vespertinos hacían mella en los matutinos, luego fueron cayendo porque no lograron definir un público exacto, trabajaban entre la seriedad del matutino y el populismo del vespertino, era una fórmula insostenible. Primero se compraban los dos, después sólo el matutino.

1.2 Entrevista a la experiodista Felisa Pinto, 4 de noviembre de 2010

Entrevistadora: ¿Dónde comenzó su carrera periodística?

Pinto: En Nueva Visión, primero había sido correctora de galera en Emece. En 1960 conocí a Pirí Lugones, con Julia Constenla reorganizando *Damas y Damitas*. Hacen una revista casi de vanguardia, eran feministas.

E: ¿Cuál era su área en la revista?

P: Escribía una columna fija de crítica de discos y música popular, estaba casada con R. Barbieri, músico de jazz moderno y comunista. En 1962 colaboraba en *Atlántida*, con Luis Pico Estrada, quitaban vida social y la hacían revista cultural, escribía sobre arte moderno. Luego estuve un año en París, la única argentina entonces que entrevistó a Picasso y a Prévert. En 1964 ingreso a *Primera Plana*, estaban Ramiro de Casasbellas, Tomás Eloy Martínez, Delgado, Schoo. La revista incluye la sección "Estravagario", a doble página, mundana con algo de inteligencia dada por Timerman, Silvia Rudni (que hacía literatura y vida cultural), Vicky Walsh (sobre salud y medicina). Yo escribía sobre lugares, personajes, vida contemporánea y vanguardias. En *Confirmado* escribía la columna "Escaparates". Sara Gallardo hacía "La donna e mobile", era muy divertida e irónica. En política era un medio muy golpista. *Panorama* también, con el molde de *Time* y *Newsweek*.

E: Ya entonces había más mujeres trabajando en los medios...

P: Tomaban muy pocas mujeres para conseguir ampliar los anunciantes y ganábamos mucho menos. Nunca hice periodismo femenino, colaboraba en temas culturales. Cuando fui secretaria de redacción de *La Opinión*, del '70 al '75 me opuse a que se llamara "La mujer y vida cotidiana" y se dividió, "La mujer" con Tununa Mercado, política de izquierda y feminismo. Éramos muy transgresoras, anticonsumistas. En una ocasión escribimos dos páginas contra el Día de la Madre. En *La Opinión* también estaban Mabel Itzcovich, Vicky Walsh y Silvia Rudni. Teníamos una lectura muy crítica de la realidad y de las revistas femeninas al no estar en una redacción femenina.

E: ¿Luego de haber estado en *La Opinión* trabajó en alguna revista femenina?

P: En la revista *La moda*, pagaban muy mal, hacía algunas relaciones públicas. El hembrismo es lo peor en las redacciones. Había una persistencia en el mensaje, había que ser mujer pero desde una óptica cerrada e imbécil. No te permitían firmar, sólo en *La Opinión* y en *Primera Plana* yo firmé. En *La Razón* no había mujeres hasta que fue Jacobo Timerman (en 1984). *Claudia* publicaba notas sobre determinados temas pero ni en *Gente*, visualmente renovadora, Adriana Civita se animaba.

1.3 Entrevista a la experiodista Julia Constenla, 9 de noviembre de 2010

Entrevistadora: ¿Cuándo y dónde comenzó su trayectoria periodística?

Constenla: Entre 1953 y 1955 hacía colaboraciones en *Mundo Argentino*, *Leoplan*, en *Revista Cuéntame* traducía (tenía relatos de vida, Dante Quinterno compró derechos en Estados Unidos), tenía buena venta. Luego de la Revolución Libertadora Ernesto Sábato dirige *Mundo Argentino*, y trabajé como cronista. Estuve en *Mucho Gusto* de 1950 a 1960,

como secretaria de redacción en la revista y en el programa. También trabajé en *Damas y damitas*, que dirigía Carlos Peralta, el esposo de Pirí Lugones. Eva Giberti reconoce que la revista fue retirada de circulación por un artículo suyo, 'La virginidad es también un estado del alma', era una revista bastante osada. Con Carlos Peralta trabajé también en *Tarea Universitaria*.

E: ¿Firmaba los artículos?

C: Los artículos no se firmaban, las mujeres trabajaban en sociales, cocina, moda, chismes del espectáculo. Aída Bortnik fue una de las primeras mujeres periodistas que no hizo moda, en *Primera Plana*.

E: ¿Cómo fue su experiencia en la *Revista Che*?

C: Comenzamos en octubre del '60, partido socialista tenía apertura para toda la izquierda, iba a financiarla un amigo pero no pudo ser, los comunistas se ofrecieron a solventarla pero cuando el aporte fue parejo de socialistas y comunistas significó un riesgo ideológico para el comunismo y no ocurrió.

E: ¿Y en *Primera Plana*?

C: La revista se hizo más interesante con las incorporaciones de Sara Gallardo, Felisa Pinto y otras. Timerman produce el cambio. En revistas femeninas eran temas obligados las relaciones interpersonales, el cuidado de los hijos. De moda publicábamos poco, de alimentación, de dietética, decidíamos algunos equilibrios. Ofrecíamos otra mirada que no fuera limitada al servicio doméstico, fijé criterios.

E: ¿Luego pasó a *Atlántida*?

C: A fines de 1960 llegué a *Atlántida*, lujosa, de los hermanos Argañaraz, Julio dirige y Juan Carlos está en *Gente* con Renée Sallas. Cuando cierra *Atlántida* me ofrecen trabajar en *Gente*, querían darle otro tono a la revista, una mirada más culta, más profunda. En el '72 cubrí el secuestro de un publicista, no lo toleran en la revista pero se publica. Dos semanas después surgen rumores de que hablé de conversaciones en la gerencia y me echan. La dirigía Maschwitz y Gelblung era el secretario de redacción. Por sugerencia de Sábato ese mismo año entro en *Crisis*, que la dirigía Eduardo Galeano. Estuve hasta el número 12. Se incorpora Juan Gelman como secretario de redacción y luego Aníbal Ford como prosecretario. Dirijo "Cuadernos de Crisis", el primer libro fue *El problema del petróleo o del gas en Bolivia*, escrito por un ex ministro boliviano. En 1975 quiero renunciar y no me dejan, había hecho todo lo que quería, pude elegir dónde trabajar, era socia de la revista, vendí mis acciones y puse una editorial.

E: ¿Cuál es su opinión acerca de las publicaciones femeninas?

C: Las revistas femeninas venden ¿por qué las van a cambiar? Creo que no hay que pensar en los defectos de quienes las hacen sino qué quieren quienes las compran. La relación del personal femenino con los patrones era igual que la masculina, el patrón hace lo que quiere. Jacobo (Timerman) abre un poco ese juego. En medios importantes, algunos lugares de más riesgo y prestigio los cubren las mujeres porque lo hacen mejor. Hay algunas aperturas en “Mundo femenino”, *Revista Chicas*, más que por mejor óptica de las mujeres porque salen en la década del '50 cuando con más claridad se perfilan posibilidades de crecimiento de lo femenino, sobre todo a las mujeres jóvenes, chicas osadas, liberales, pos guerra, con aspiraciones de cierta cultura. Pero a pesar de la tecnología en las publicaciones los cambios son muy superficiales. *Crisis* sale en etapa de renovación tecnológica y recurre a gráfica discreta, 2 colores y serigrafía.

1.4 Entrevistas telefónicas a R. P. I. (informante anónima), 15 y 17 de noviembre de 2010

Entrevistadora: ¿Cuándo trabajó en La Nación y qué trabajo realizaba?

I: Trabajé en La Nación por 34 años, me jubilé en 2009. Dos familiares tuvieron cargos importantes en el diario. Estuve desde 1975, no había muchas mujeres trabajando, en la página femenina sí o en la revista, también en una página para los chicos, chicas jóvenes. Hacía una columna de sociales pero no firmaba por decisión propia.

E: ¿Y antes de que usted ingresara?

I: En 1965 creo que había 4 mujeres, Sara Barrera de Braseras (firmaba Braseras) en la página “La Mujer, el hogar y el niño”. A pesar de tener pocas mujeres en redacción fija había muchas colaboradoras. Braseras no dirigía, estuvo en la página hasta que se llamó “Temas cotidianos”. Fue jefa Susana Pereyra Iraola, colaboraba Marta Vagner o Vainer o Vainas (murió) con temas de cocina y la continuó Miriam Becker. El último jefe de “Temas cotidianos” fue Norberto Firpo. Muchas colaboradoras cubrían los desfiles.

E: ¿Qué referencias tiene de los '60?

I: En esa época las personas encargadas de poner las páginas en el diario eran hombres y las notas se hacían con colaboraciones externas, sobre desfiles o recetas de cocina. No había mujeres en el diario, salvo en sección sociales y en secretaría. En la redacción eran todos hombres. La página para la mujer se hizo como una prueba y se encargó a colaboradoras externas, que llevaban notas que pasaban por el filtro de algún secretario de redacción o prosecretario de turno y según el espacio iba más grande o más chica, según me dijo una persona a la que llamé que trabajaba en aquel momento y que hoy tiene más de 80 años. Desde 1965 empieza a trabajar Susana Pereyra Iraola con Sara Braseras, especialista en modas, para hacer la página “La mujer, el hogar y el niño”. Con

los años, Susana Pereyra Iraola se hace cargo de la página de la mujer. A fines de los '70 o ya '80 incorpora en cocina a Marta Baines, luego de Miriam Becker.

1.5 Entrevista a la doctora Eva Giberti, 20 de noviembre de 2010

Entrevistadora: ¿En qué medios periodísticos se desempeñaba en los '50?

Giberti: Colaboraba en Revista Esto es, dirigida por Frigerio. Luego en *Canal 7* tenía micros de 15'; en *Maribel, Para Ti, Damas y damitas*. De esta revista secuestraron un número por la nota "La virginidad es también un estado del alma".

E: ¿Cómo comenzó a publicar su columna "Escuela para padres" en *La Razón*?

G: Había escrito un artículo sobre la Colonia Ricardo Gutiérrez en *Tiempo Argentino*, de gran repercusión, y envalentonada por la nota fui a verlo a Félix Laíño, llevé dos ó tres artículos de "Escuela para padres". Me pidió que escribiera tres notas por semana y estuve 11 años.

E: ¿Cómo estaba compuesta la redacción, había otras mujeres?

G: Nunca integré la redacción, llevaba las notas a portería y desde ahí las entregaban.

E: ¿Por qué eligió *La Razón*?

G: Porque era el de mayor tirada, el que más se vendía, era popular.

E: ¿Por qué firmaba su columna cuando la mayoría de las notas carecía de firma?

G: Porque yo le dije a Laíño que lo mío era una intervención profesional y debía ir firmada, más cuando escribía sobre feminismo o género.

E: ¿Por qué se dejó de publicar su columna luego de tantos años?

G: Termine mal en *La Razón*, ninguneada y dejan de publicarme de la noche a la mañana. En San Juan el obispo prohibió la venta del libro *Escuela para padres*. El movimiento Escuela para padres daba charlas, contra el autoritarismo, estaban los directores que me convocaban, los curas, médicos. En el Hospital de Niños Escuela para padres se institucionalizó, de eso no participó Escardó. En 1974 cumplió su ciclo. La estrategia era hacer trabajo de campo. En 1999 *Página/12* sacó un cuadernillo, aumentó la venta esos días más de un 40%.

2. Revistas editadas en Capital Federal en los '50-'60

Revistas políticas y de interés general: *Mundo Argentino* (Ed. Haynes, 1951-1956); *Contorno* (1953-1959); *Qué*, con un tratamiento analítico de la información política encontró en la juventud un nuevo público. Vigente desde los años '40 se alinea desde 1956 detrás de Frondizi y desaparece en 1959 ante los virajes políticos y económicos del gobierno. *Esto Es* (1953-1956), información general principalmente del exterior y cultural; *Che* (Dir. Pablo Giussani 1960-1961), análisis político y cultural; *Usted* (Ed. Emilio Ramírez, 1960-1961) político-cultural; *Mayoría* (T. y B. Jacovella, 1956-1959) desde 1956 se propuso revisar la historia del peronismo. En *Mayoría* Rodolfo Walsh publica por entregas fragmentos que luego constituirán *Operación Masacre*. Aunque la primera serie había sido divulgada en el semanario *Propósitos* y en *Revista Nacional*. **Crónicas sobre los fusilamientos de José León Suarez en el que murieron los militares peronistas que se habían levantado en junio de 1956 contra el gobierno de la Revolución Libertadora.** *Análisis* (1960), economía, cultura e interés general; *Primera Plana* (1962-1969) información y análisis político y cultural; *Panorama* (Ed. Abril, 1963-1975) información predominante del exterior. Literarias y de interés general: *Leoplán* (Ed. Sopena, 1935-1965) cultural, literaria, folletines y grandes textos por entregas; *Vea y Lea* (Ed. Emilio Ramírez, 1946-1962. Ed. Veá y Lea S.A. 1962-1964), ficciones y temas de actualidad, ilustraciones y fotografías de gran calidad; *Sur* (1931-1992); *El Grillo de Papel* (1959-1960) cerrada por Frondizi renacería como *El Escarabajo de Oro* (1961-1974); *Gaceta Literaria* (1956-1960); *El Barrilete* (1963-1974); *Así* (García, 1955) contenido centrado en hechos policiales, deportes y crónicas de actualidad. Humor: *Rico Tipo* (1944); *Tía Vicenta* (1957-1966); *Cuatro Patas* (de breve aparición en 1960). Fotonovelas: *Nocturno*, *Anahí* (Ed. Abril, 1948), *Idilio* (Ed. Abril, 1948), *Fascinación* (1961).¹ Especializadas: *Chacra* (Ed. Abril desde 1930); *Mundo Agrario* (Ed. Haynes); *Tarea Universitaria*. Deportivas: *El Gráfico* (Atlántida, desde 1919); *Mundo Deportivo* (Ed. Haynes, 1949); *Así es Boca* (García, 1954); *Parabrisas* (Ed. Abril, 1960).¹ Infantiles: *Billiken* (Atlántida, desde 1919); *Pepín Cascarón* (1960). Historietas: *Patoruzú* (1956); *Patoruzito* (1957); *Pica Pica*; *Dibujantes y Avivato* (1953); *Hora Cero* (1957); *Intervalo*; *D'Artagnan*; *El Tony* (años '50).

Fuentes y Bibliografía

1. Fuentes

Archivo Miguens (Encuestas de opinión pública)

Diario Clarín

Diario El Mundo

Diario La Nación

Diario La Prensa

Diario La Razón

Diario Noticias Gráficas

Instituto Verificador de Circulaciones

Revista Gente

Revista La Semana

Revista Para la historia del periodismo

Revista Primera Plana

Revista Prismas

2. Libros, artículos, tesis

-Alanís, Andrea Laura. "Representación de mujeres políticas argentinas en el suplemento femenino Las/12 del diario *Página/12* ante las elecciones legislativas del año 2005". *Programa Lenguaje, género y política. El discurso político en Argentina a principios del siglo XXI*. Bernal. UNQ. 2006. Inédito.

-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. "¿Qué hacer con el peronismo? En: Sarlo, Beatriz. *La batalla de las ideas (1943-1973)*. Buenos Aires. Ariel. 2001.

-Alvarado, Maite y Rocco-Cuzzi, Renata. "Primera Plana: el nuevo discurso periodístico de la década del sesenta". *Punto de Vista* N° 22. Buenos Aires. Diciembre 1984.

-Armus, Diego (comp.). *Mundo urbano y cultura popular. Estudios de Historia Social Argentina*. Buenos Aires. Sudamericana. 1990.

-Armus, Diego y Belmartino, Susana. "Enfermedades, médicos y cultura higiénica". En: Cattaruzza, Alejandro (dir.). *Crisis económica: avance del estado e incertidumbre política (1930-1943)*. Nueva Historia Argentina. Tomo VII. Buenos Aires. Sudamericana. 2001.

-Avellaneda, Andrés. *Censura, autoritarismo y cultura: Argentina 1960-1983*. Buenos Aires. CEAL. 1986.

-Ballent, Anahí. "La triple modernización de Claudia". Ponencia presentada en el encuentro *Los '60 de otra manera: vida cotidiana, género y sexualidades en la Argentina*. Buenos Aires. Universidad de San Andrés. Octubre de 2008.

_____ "La 'casa para todos': grandeza y miseria de la vivienda masiva". En: *Historia de la vida privada en la Argentina*. Tomo III. Buenos Aires. Taurus. 1999.

-Barrancos, Dora. *Mujeres en la sociedad argentina. Una historia de cinco siglos*. Buenos Aires. Sudamericana. 2007.

_____ "La vida cotidiana". En: Lobato, Mirta (ed.). *Nueva historia Argentina. El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)*. Buenos Aires. Sudamericana. 2001.

_____ "Moral sexual, sexualidad y mujeres trabajadoras en el período de entreguerras". En: Devoto, Fernando y Madero, Marta. *Historia de la vida privada en la Argentina*. Tomo III. Buenos Aires. Taurus. 1999.

-Barthes, Roland. *Sistema de la moda*. Barcelona. G. Gili. 1978.

-Benclowicz, José D. "Del odio al amor y del amor al golpe de 1976. *La Nación* y el peronismo." En: *Realidad Económica* N 238. Agosto-Setiembre 2008. Pp. 73-94.

-Berger, John. *Modos de ver*. Barcelona. G. Gili. 2000. [1974].

-Benjamin, Walter. *Discursos interrumpidos I*. Madrid. Taurus. 1973.

-Bontempo, María Paula. "Para Ti: el cuerpo de la mujer moderna (1922-1928)". Tesis de Maestría. Universidad de San Andrés. 2005.

- Bannon, Mara y Muslip, Eduardo. *Cartas marcadas: Antología del género epistolar*. Buenos Aires. Colihue. 1997.
- Bouvet, Nora. *La escritura epistolar*. Buenos Aires. Eudeba. 2006.
- Caimari, Lila. *Apenas un delincuente. Crimen, castigo y cultura en la Argentina, 1880-1955*. Buenos Aires. Siglo XXI. 2004.
- Caldas-Coulthard y Luisa Martín Rojo (ed.) "Entre Nosotras: Las revistas femeninas y la construcción de la feminidad". En: *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad*. Número monográfico. Buenos Aires. Gedisa. Setiembre de 1999.
- Calvo Hernando, Manuel. *Divulgación y Periodismo Científico: entre la claridad y la exactitud*. Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM. 2003.
- Cavarozzi, Marcelo. *Autoritarismo y democracia 1955-1996*. Buenos Aires. Eudeba. 2002.
- Cevasco, Ma. Juliana y González Abidor, Rocío. "Mujer se escribe en plural. Representaciones de mujer y feminidad en el suplemento Las/12 del diario *Página/12*". Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales. UBA. 2005.
- Cosse, Isabella. "Claudia: la revista de la mujer moderna en la Argentina de los años sesenta (1957-1973)". *Revista Mora* Vol.17 No.1 Buenos Aires. Junio/Julio 2011.
- _____. *Pareja, sexualidad y familia en los años sesenta. Una revolución discreta en Buenos Aires*. Buenos Aires. Siglo XXI. 2010
- _____. "Una cultura divorcista en un país sin divorcio: la Argentina de los años sesenta". En: Cosse, I., Felitti, K, y Manzano, V. (comps.) *Los '60 de otra manera: vida cotidiana, género y sexualidades en la Argentina*. Buenos Aires. Prometeo. 2010.
- _____. "Los nuevos prototipos femeninos en los años 60 y 70: de la mujer doméstica a la joven "liberada". En: Andújar, A. y otras (comp.). *De minifaldas, militancias y revoluciones. Exploraciones sobre los '70 en Argentina*. Buenos Aires. Luxemburg. 2009.
- Cosse, I, Felitti, K. y Manzano, V. (ed.). *Los '60 de otra manera. Vida cotidiana, género y sexualidades en la Argentina*. Buenos Aires. Prometeo. 2010.
- Cuarterolo, Miguel y Longoni, Eduardo. *El poder de la imagen*. Buenos Aires. Foto Zoom. 1996.
- Chartier, Roger. *El mundo como representación. Estudios sobre historia cultural*. Barcelona. Gedisa. 1996.
- Devalle, Verónica. *La travesía de la forma: emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires. Paidós. 2009.
- Di Liscia, María Herminia. "Ser madre es un deber. Maternidad en los gobiernos peronistas, 1946-1955". En: Villar, Daniel; Di Liscia, Ma. H. y Caviglia, Ma. J. (ed.). *Historia y género. Seis estudios sobre la condición femenina*. Buenos Aires. Biblos. 1999.
- Domínguez, Nora. *De dónde vienen los niños. Maternidad y escritura en la cultura argentina*. Rosario. B. Viterbo. 2007.
- Dormer, Peter. *El diseño desde 1945*. Barcelona. Destino. 1993.
- Drudi, Elisabetta y Paci, Tiziana. *Dibujo de figurines para el diseño de moda*. Amsterdam. The Pepin Press. 2007.
- Eco, Umberto. *Historia de la belleza*. Barcelona. Lumen. 2004.
- Eggin, Suzanne and Iedema, Rick. "Difference without diversity: semantic orientations and ideology in competing women's magazines". En: Wodak, Ruth (ed.) *Gender and discourse*. London. Sage Publications. 1997.
- Fainholc, Beatriz. *La mujer y los medios de comunicación social*. Humanitas. Buenos Aires. 1993.
- Feijoó, María del Carmen y Nari, Marcela. "Women in Argentina during the 1960s". In: *Latin American Perspectives*. Vol. 23. Num. 1. Winter 1996. Pp. 7-27.
- Felitti, Karina. "El control de la natalidad en escena: Anticoncepción y aborto en la industria cultural de los años sesenta". En: Cosse, Felitti y Manzano. *Los '60 de otra manera: vida cotidiana, género y sexualidad en Argentina*. Buenos Aires. Prometeo. 2010.
- _____. "El debate médico sobre la anticoncepción en los años sesenta del siglo XX". *Dynamis*. Núm. 27. 2007. Pp. 333-357.
- _____. "El placer de elegir. Anticoncepción y liberación sexual en la década del sesenta". En: Gil Lozano, Fernanda y otros. *Historia de las mujeres en la Argentina*. Buenos Aires. Taurus. 2000.

- Feliú Arquíola, Elena y otras. "Decálogos comunicativos para la nueva mujer. El papel de las revistas femeninas en la construcción de la femineidad" en *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad*. Setiembre, Vol. 1 N° 3. Gedisa. Barcelona. 1999.
- Freund, Gisèle. *La fotografía como documento social*. Barcelona. Gustavo Gili. 1993.
- Gil Lozano, Fernanda. "Feminismos en la Argentina de los '70 y los '80." www.agendadelasmujeres.com.ar/notadesplegada (última consulta: marzo de 2012)
- Gil Lozano, Fernanda, Pita, Valeria e Ini, María Gabriela. *Historia de las mujeres en la Argentina*. Buenos Aires. Taurus. 2000.
- Gilman, Claudia. *Entre la pluma y el fusil. Debates y dilemas del escritor revolucionario en América Latina*. Buenos Aires. Siglo XXI. 2003.
- Giunta, Andrea. "Las batallas de la vanguardia entre el peronismo y el desarrollismo". En: Burucúa, José E. (dir.) *Nueva Historia Argentina. Arte, sociedad y política*. Vol. II. Buenos Aires. Sudamericana. 1999.
- Golbet, Laura. "Viejos y nuevos problemas de las políticas asistenciales." Mayo 1996. www.cece.org.ar/fse12.htm (última consulta: Marzo de 2012).
- Grimson, A. y Varela, M. *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Buenos Aires. Eudeba. 1999.
- Gubern, Roman. *El simio informatizado*. Buenos Aires. Eudeba. 1991.
- Gutman, Margarita y Hardoy, Jorge E. *Buenos Aires, historia urbana del área metropolitana*. Madrid. Mapfre. 1992.
- Hobsbawm, Eric. *Historia del Siglo XX*. Buenos Aires. Crítica. 1998.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor. *Dialéctica de la Ilustración: fragmentos filosóficos*. Madrid. Trotta. 1998.
- Isturiz, Lucía. "Las/12. Perspectivas de género en un suplemento de la prensa masiva". Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales. UBA. 2005.
- Iturriza, Mariana y Pelazas, Myriam. *Imágenes de una ausencia. La presencia de la mujer en la fotografía de prensa argentina de 1920 a 1930*. Buenos Aires. Prometeo. 2001.
- James, Daniel (dir.). *Nueva Historia Argentina. Violencia, proscripción y autoritarismo (1955-1976)*. Buenos Aires. Sudamericana. 2003.
- Kliksberg, Bernardo. "¿Es posible construir una economía con rostro humano?" En: *Revista Reforma y Democracia* N 26. Junio 2003. Caracas.
- Kress, Gunther y Van Leeuwen, Theo. *Multimodal Discourse*. Londres. Arnold. 2001.
- _____ *Reading images: The Grammar of Visual Design*. Londres. Routledge. 1996.
- Laíño, Félix. *Secretos del periodismo*. Buenos Aires. Plus Ultra. 1986.
- Lamas, Marta (comp.). *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. UNAM. México D.F. 2004.
- Lambert, Susan. *El dibujo, técnica y utilidad*. Madrid. Tursen. 1996.
- Liernur, Jorge F. *La arquitectura en la Argentina del siglo XX: la construcción de la modernidad*. Buenos Aires. Fondo Nacional de las Artes. 2001.
- Litosseliti, Lía. *Gender & Language. Theory and practice*. London. Hodder Headline Group. 2006.
- Llobera, José y Oltra, Román. *Dibujo publicitario*. T. I. Barcelona. AFHA. 1959.
- Lobato, Mirta. *Cuando las mujeres reinaban. Belleza, virtud y poder en la Argentina del siglo XX*. Buenos Aires. Biblos. 2005.
- _____ "Mujeres obreras, protesta y acción gremial en la Argentina: los casos de la industria frigorífica y textil en Berisso". En: Barrancos, Dora (comp.) *Historia y género*. Buenos Aires. CEAL. 1993.
- Maceira, Enrique. *"La Prensa" que he vivido*. Buenos Aires. Dunken. 2004.
- Maldonado, Tomás. *El futuro de la modernidad*. Madrid. Júcar. 1990.
- Manzano, Valeria. "Ha llegado la 'nueva ola': Música, consumo y juventud en la Argentina, 1956-1966". En: Cosse, Felitti y Manzano. *Los '60 de otra manera: vida cotidiana, género y sexualidad en Argentina*. Buenos Aires. Prometeo. 2010.
- _____ "Juventud y modernización sociocultural en la Argentina de los sesenta." *Desarrollo Económico*. Vol. 50 N 199. Octubre-Diciembre 2010.

_____"Sexualizing Youth: Morality Campaigns and Representations of Youth in Early 1960s Buenos Aires", *Journal of the History of Sexuality*. Vol. 14 N 4. Octubre 2005.

-Margulis, Paola. "La piel busca sus formas." Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales. UBA. 2003.

-Martín Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. México. G. Gili. 1987.

-Meggs, Philip. *Historia del diseño gráfico*. México. Trillas. 1991.

-Mochkofsky, Graciela. *Timerman. El periodista que quiso ser parte del poder (1923-1999)*. Buenos Aires. Sudamericana. 2003.

-Nari, Marcela. *Políticas de maternidad y maternalismo político. Buenos Aires (1890-1940)*. Buenos Aires. Biblos. 2004.

-Novaro, Marcos y otros. *Historia de la Argentina reciente*. Buenos Aires. Edhasa. 2006.

-Obregón, Martín. *Entre la cruz y la espada: la iglesia católica durante los primeros años del "Proceso"*. Bernal. UNQ. 2005.

-O'Donnell, Guillermo. *El estado burocrático-autoritario*. Buenos Aires. Ed. de Belgrano. 1982

-Panaia, Marta y Budich, Verónica. "Sociología de las profesiones. ¿Un modelo en crisis o en crecimiento?" Documento de Trabajo N° 8 UBA – CEA. Buenos Aires. 1999.

-Pearson Judy y otros. *Comunicación y género*. Paidós. Barcelona. 1993.

-Pérez, Inés. "El trabajo doméstico y la mecanización del hogar: discursos, experiencias, representaciones. Mar del Plata en los años sesenta." En: Cosse, I., Felitti, K. y Manzano, V. (comp.). *Los '60 de otra manera. Vida cotidiana, género y sexualidades en la Argentina*. Buenos Aires. Prometeo. 2010.

-Pinsi, Santiago. "Los suplementos de los diarios y su metamorfosis. De los medios masivos a los medios segmentarios." Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales. UBA. 2006.

-Plotkin, Mariano. *Freud en las Pampas. Orígenes y desarrollo de una cultura psicoanalítica en la Argentina (1910-1983)*. Buenos Aires. Sudamericana. 2003.

-Potash, Robert. *El ejército y la política en la Argentina (1945-1962)*. Buenos Aires. Sudamericana. 1981.

-Prestigiacomo, Raquel. *El discurso de la publicidad*. Buenos Aires. Colihue. 1997.

-Pujol, Sergio. "Rebeldes y modernos. Una cultura de los jóvenes". En: James, Daniel (dir.) *Nueva Historia Argentina. Violencia, proscripción y autoritarismo (1955-1976)*. Buenos Aires. Sudamericana. 2003.

- Pujol, Sergio. *La década rebelde. Los años 60 en la Argentina*. Buenos Aires. Emecé. 2002.

-Ramacciotti, Karina. *Política y enfermedades en Buenos Aires, 1946-1953*, UBA-CEDES.. Buenos Aires. Biblos. 1996.

-Recchini de Lattes, Zulma. "La participación económica femenina en la Argentina desde la segunda posguerra hasta 1970." *Cuaderno del CENEP N 11*. 1980..

-Rivera, Jorge B. *El periodismo cultural*. Buenos Aires. Paidós. 1995.

-Rivera, Jorge; Ford, Aníbal y Romano, Eduardo. *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires. Legasa. 1985.

-Romero, Luis Alberto. *Breve historia contemporánea de la Argentina*. Buenos Aires. FCE. 1994.

_____"Buenos Aires en la entreguerra: libros baratos y cultura de los sectores populares" En: Armus, Diego (comp.) *Mundo urbano y cultura popular. Estudios de Historia Social Argentina*. Buenos Aires. Sudamericana. 1990.

-Rossi, Aldo. *La arquitectura de la ciudad*. Barcelona. G. Gili. 1995.

-Rotenberg, Abrasha. *Historia confidencial*. Buenos Aires. Sudamericana. 1999.

-Rouquiè, Alain. *Autoritarismos y democracia. Estudio de política argentina*. Buenos Aires. Edicial. 1994.

-Saítta, Sylvia. "El periodismo popular en los años veinte". En: Falcón, Ricardo (Dir.). *Nueva Historia Argentina. Democracia, conflicto social y renovación de ideas (1916-1930)*. Buenos Aires. Sudamericana. 2000.

-Saítta, Sylvia. *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*. Buenos Aires. Sudamericana. 1998.

-Sarlo, **Beatriz**. *La batalla de las ideas (1943-1973)*. Buenos Aires. Ariel. 2001.

- Saulquin, Susana. *Historia de la moda argentina. Del miriñaque al diseño de autor*. Buenos Aires. Emecé. 2011.
- Scarzanella, Eugenia. "Entre dos exilios: Cesare Civita, un editor italiano en Buenos Aires, desde la Guerra Mundial hasta la dictadura militar (1941-1976)". En: *Revista de Indias*. Vol. LXIX. Núm. 245. Enero- Abril. Madrid. 2009.
- Scarzanella, Eugenia. "Mujeres y producción/consumo cultural en la Argentina peronista: las revistas de la Editorial Abril". En: *Anuario de Hojas de Warmi*. Núm. 14. Universitat de Barcelona. 2009a.
- Schapira, Marta. "Escenarios históricos, práctica profesional y poder: El caso de la odontología". En: *Cuadernos de Antropología Social*. N 17, Pp. 101-115. 2003.
- Schwarzstein, Dora (comp.). *La historia oral*. Buenos Aires, CEAL, 1991.
- Scott, Joan W. "El género: una categoría útil para el análisis histórico" en Navarro, Marysa y Stimpson, Catharine (comp.). *Sexualidad, género y roles sexuales*. Buenos Aires. FCE. 1986.
- Sidicaro, Ricardo. *La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación (1909-1989)*. Buenos Aires. Sudamericana. 1993.
- Sigal, Silvia. *Intelectuales y poder en la década del sesenta*. Buenos Aires. Puntosur. 1991.
- Stefanich, Melina. "La construcción del concepto de cultura en el periodismo cultural: del Suplemento Cultura y Nación a la Revista Ñ." Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales. UBA. 2007.
- Sylverstone, Roger. *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires-Madrid. Amorrortu. 2004.
- Terán, Oscar. "Ideas e intelectuales en la Argentina, 1880-1980" En: Terán, Oscar (coord.) *Ideas en el siglo. Intelectuales y cultura en el siglo XX latinoamericano*. Siglo XXI. Buenos Aires. 2004.
- _____ *Nuestros años sesentas. La formación de la nueva izquierda intelectual en la Argentina, 1956-1966*. Buenos Aires. Puntosur. 1991.
- Thompson, Paul. *La voz del pasado. La historia oral*. Edicions Alfons el Magnànim. Institució Valenciana D'Estudis I Investigació. Colección Estudios Universitarios N 26. Valencia. España. 1988.
- Torres, Carmen (ed.). *Género y comunicación. El lado oscuro de los medios*. Santiago de Chile. Isis Internacional. Ediciones de las mujeres N 30. 2000.
- Traversa, Oscar (comp.). *Cuerpos de papel II. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1940-1970*. Buenos Aires. Santiago Arcos. 2007
- _____ *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940*. Barcelona. Gedisa. 1997.
- Tunzo, Gabriela. "Ama de casa ¿mandato o elección? Representación de la mujer en el Gran Álbum de Labores en las décadas del '50 y '60." Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales. UBA. 2006.
- Ulanovsky, Carlos. *Paren las rotativas*. Buenos Aires. Espasa Calpe. 1997.
- Universidad Nacional de Quilmes. *La Voz de la Mujer: periódico comunista-anárquico*. Bernal. UNQ. 1997.
- Varela, Mirta. *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna (1951-1969)*. Buenos Aires. Edhasa. 2005.
- Vázquez Lorda, Lilia. "La familia argentina entre la Iglesia y el Estado. El surgimiento de las Ligas de Padres y Madres de Familia", Buenos Aires. mimeo. 2009.
- Vezzetti, Hugo. "Las promesas del psicoanálisis en la cultura de masas" En: Devoto, Fernando y Madero, Marta (dir.). *Historia de la vida privada en la Argentina*. Tomo 3. Buenos Aires. Taurus. 1999.
- Vilches, Lorenzo. *Teoría de la imagen periodística*. Barcelona. Paidós. 1993.
- Wainerman, Catalina. "Familia, trabajo y relaciones de género" En: Carbonero Gamundí, Ma. A. y Levín, S. (comp.) *Entre familia y trabajo. Relaciones, conflictos y políticas de género en Europa y América Latina*. Rosario. Homo Sapiens. 2007.

_____ *La vida cotidiana en las nuevas familias ¿Una revolución estancada?*
Buenos.Aires. Lumiere. 2005.

_____ "El mundo de las revistas femeninas". En: Wainerman, C., Jelin, E. y Feijoó, Ma. del C. *Del deber ser y el hacer de las mujeres. Dos estudios de caso en Argentina*. México. El Colegio de México/PISPAL. 1983.

_____ "Educación, familia y participación económica femenina en la Argentina".
En *Desarrollo Económico* N 72. 1979

- Wainerman, C. y Heredia, M. *¿Mamá amasa la masa? Cien años en los libros de lectura de la escuela primaria*. Buenos Aires. Ed. de Belgrano. 1998.

- Williams, Raymond. *Sociología de la cultura*. Barcelona. Paidós. 1994.

_____ *Problems in Materialism and Culture: Selected Essays*. London and New York. Verso. 1980.

Para citar este documento

Alanis, Andrea Laura (2015). Prensa y mujer. Nuevas páginas femeninas en los diarios La Nación y La Razón. Argentina, 1957-1963 (Tesis de posgrado). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina: Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto. Disponible en: <http://ridaa.demo.unq.edu.ar>