

En *MUJERES EN MOVIMIENTO Deporte, cultura física y feminidades. Argentina, 1870-1980*. Buenos Aires (Argentina): Editorial Prometeo.

EL CUERPO DE LA MUJER MODERNA. LA CONSTRUCCIÓN DE LA FEMINIDAD EN LAS REVISTAS DE EDITORIAL ATLÁNTIDA (1918-1933).

Bontempo, M. Paula.

Cita:

Bontempo, M. Paula (2016). *EL CUERPO DE LA MUJER MODERNA. LA CONSTRUCCIÓN DE LA FEMINIDAD EN LAS REVISTAS DE EDITORIAL ATLÁNTIDA (1918-1933)*. En *MUJERES EN MOVIMIENTO Deporte, cultura física y feminidades. Argentina, 1870-1980*. Buenos Aires (Argentina): Editorial Prometeo.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/paula.bontempo/16>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pMuD/aaH>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Pablo Scharagrodsky
(coordinador)

MUJERES EN MOVIMIENTO

**Deporte, cultura física y feminidades.
Argentina, 1870-1980**

prometeo)
libros

Scharagrodsky, Pablo Ariel

Mujeres en movimiento : deporte, cultura física y feminidades :
Argentina, 1870-1980 / Pablo Ariel Scharagrodsky (coordinador) - 1a
ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Prometeo Libros, 2016.
360 p. ; 22,8 x 15,5 cm. -

ISBN 978-987-574-806-4

1. Estudios de Género. 2. Educación Física. 3. Historia de la Edu-
cación. I. Título.

CDD 305.42

Armado: Yanina Pérez

Corrección de galeras: Luz Azcona

© De esta edición, Prometeo Libros, 2016

Pringles 521 (C1183AEI), Buenos Aires, Argentina

Tel.: (54-11) 4862-6794 / Fax: (54-11) 4864-3297

distribuidora@prometeoeditorial.com

www.prometeoeditorial.com

Hecho el depósito que marca la Ley 11.723

Prohibida su reproducción total o parcial

Derechos reservados

ÍNDICE

PALABRAS PRELIMINARES.....	11
PRÓLOGO	17
I. CULTURA FÍSICA, DISCURSO BIOPOLÍTICO Y CONSTRUCCIÓN DE FEMINIDADES	23
La cultura física de las mujeres, la moda del corsé y los ignorados consejos de los médicos. Buenos Aires 1870-1940 (<i>Diego Armus</i>)	25
Circulación, difusión y apropiación de saberes y prácticas corporales: el caso de la gimnasia 'femenina' de Ruth Schwarz de Morgenroth, 1935-1945 (<i>Andrés H. Reggiani y Pablo Ariel Scharagrodsky</i>)	49
Deporte y recreación durante la menstruación. Historia de una habilitación a partir de la difusión de las toallas y los tampones industriales en Argentina, 1930-1980 (<i>Eugenia Tarzibachi</i>)	85
El sexo es salud. Discursos médicos anarquistas sobre las prácticas sexuales. Argentina, 1932-1942 (<i>Nadia Florencia Ledesma Prietto</i>)	109
Constitución, biotipología y cultura física femenina (<i>Andrés H. Reggiani</i>)	127
II. CULTURA FÍSICA, DISCURSO RELIGIOSO Y CONSTRUCCIÓN DE FEMINIDADES	161
Hacer del deporte una religión. Tiempo de ocio, género y catolicismo en la Buenos Aires de entreguerras (<i>Miranda Lida</i>)	163
Deporte y civismo femenino en la Asociación Cristiana Femenina de Buenos Aires, 1890-1940 (<i>Patricia Anderson</i>)	189
Una vez guía, siempre guía. Scoutismo en clave femenina, 1910-1955 (<i>Laura Marcela Méndez</i>)	205

Los campamentos de la Juventud de Acción Católica, 1940-1960. Domesticación del tiempo libre y de la sexualidad (<i>Adrián Cammarota y Karina Inés Ramacciotti</i>).....	225
III. CULTURA FÍSICA, DEPORTES, PRENSA Y	
CONSTRUCCIÓN DE FEMINIDADES	251
La mujer en el hipódromo (<i>Roy Hora</i>).....	253
Entre el cielo y la tierra: las primeras aviadoras en Argentina (<i>Dora Barrancos</i>).....	283
La invención militar de la práctica del tiro en la Argentina (<i>Diego Roldán</i>).....	305
El cuerpo de la mujer moderna. La construcción de la feminidad en las revistas de Editorial Atlántida, 1918-1933 (<i>Maria Paula Bontempo</i>).....	329
LAS AUTORAS Y LOS AUTORES	349

El cuerpo de la mujer moderna. La construcción de la feminidad en las revistas de Editorial Atlántida, 1918-1933

María Paula Bontempo

En las primeras décadas del siglo veinte en Argentina, como también en Europa y Estados Unidos, emergió la figura de la “mujer moderna”, delimitada por nuevos hábitos y pautas de consumo y en contraposición a una “mujer antigua” (Bontempo, 2011b). Si bien en cada espacio social y geográfico adquirió características propias, en la definición de la mujer moderna, la problemática en torno al cuerpo ocupó un lugar central. El cuerpo femenino atravesó la metrópolis porteña considerada todavía como peligrosa y, en este atravesar, también su cuerpo estuvo marcado por la modernización de principio de siglo: la mujer comenzó a liberarse del corsét y lo reemplazó por fajas más flexibles o por ropas sueltas, el sol fue más aconsejable que la palidez, la idea de la actividad física se impuso al sedentarismo y la delgadez se transformó en estereotipo de belleza. A causa de las modas se cortó el cabello, maquilló el rostro y modeló la silueta con cremas para aparecer en público como una mujer de su época (Conor, 2004).

Efectivamente, si el cuerpo es, al mismo tiempo, un lugar donde se localiza el individuo y un lugar donde se establecen relaciones de poder—define al hombre, a la mujer y a los niños, a lo normal y anormal, legitima prejuicios sociales y crea cuerpos disciplinados y productivos— los límites de cada uno de ellos son impuestos por las leyes y el Estado, la medicina y la literatura, por la ropa y la moda o por la ciudad (Mc Dowell, 1999; Ruggiero, 2004; Eatwistle, 2002; Sennet, 2002). El cuerpo femenino, en tanto *corporeidad*, constituyó un lugar de inscripciones, producciones y construcciones políticas, sociales y culturales (Mc Dowell, 1999; Eatwistle, 2002) que tuvieron en

la prensa un soporte privilegiado para representarlo y reproducirlo masivamente (Traversa, 1997; Conor, 2004).

Entre los medios gráficos que construyeron y representaron el cuerpo femenino y la feminidad en la Buenos Aires de principio de siglo se destaca Editorial Atlántida, una empresa editora de revistas dirigidas a públicos diferenciados por género y edad que celebraban la modernización urbana, tecnológica y cierta apertura en las costumbres. Al mismo tiempo, estas publicaciones advertían sobre los peligros de estos cambios y proponían remediar las contradicciones modernizantes. Estas revistas constituyen, en tanto productos culturales, sistemas significantes a “través del cual necesariamente –aunque entre otros medios– un orden social se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga” (Williams, 1994: 13). Por lo tanto, estas conforman un corpus privilegiado para analizar las imágenes y representaciones en torno al cuerpo femenino.

El propósito de este trabajo es analizar cómo Editorial Atlántida, especialmente a través de *El Gráfico* y *Para Ti*, delineó una femineidad posible y deseable para las mujeres urbanas de los sectores medios en ascenso, donde el cuerpo en movimiento se transformó en una pieza fundamental en el entramado que se construyó alrededor de la “mujer moderna”. El periodo elegido comienza en 1918, año de la fundación de la compañía, y concluye en 1933, cuando varias de las revistas cambian de orientación y redefinen la relación del cuerpo femenino con la salud y la belleza.

Editorial Atlántida: revistas, cultura física y deportes

Editorial Atlántida se fundó en el momento de expansión de la industria editorial y de avance del proceso de especialización de los públicos lectores. Hacia finales del siglo diecinueve, los avances tecnológicos habían logrado conjugar una mayor cantidad de materiales a menores costos y el desarrollo de la publicidad –y de la sociedad de consumo– había favorecido el abarataamiento de los impresos aún más. Simultáneamente, escritores y periodistas, dibujantes y fotógrafos, que intentaban vivir de su trabajo, contribuyeron a transformar las lecturas. Finalmente, con la disponibilidad de nuevos y variados materiales, con la posibilidad de contar con algún tiempo libre y con la búsqueda de información y entretenimiento, aquellas personas que habían aprendido los rudimentos de la lecto-escritura se convirtieron en lectores.

Cuando apareció la revista *Atlántida* (1918), piedra angular de Editorial Atlántida, estaba en circulación una importante cantidad de revistas de interés general, que habían seguido el formato de magazine introducido por *Caras*

y *Caretas*, y comenzaban a proliferar materiales cada vez más especializados (Eujanián, 1999). Editorial Atlántida no solo estuvo atenta a las últimas innovaciones tecnológicas, sino también, y particularmente, a los gustos, a las necesidades y a las fluctuaciones de la gente que leía. Así, a la primera revista le siguió *El Gráfico* (1919) dedicada a los hombres aunque luego se transformó en deportiva; *Billiken* (1919) para niños y niñas; y finalmente *Para Ti* (1922) destinada exclusivamente a las mujeres. En una segunda etapa de expansión empresarial, y como parte de su política de presentar cada cierto tiempo material nuevo o material viejo remozado, la editorial publicó una gran cantidad de libros, semanarios y publicaciones mensuales, entre ellos: *La Chacra* (1930) “para el hombre y la mujer del campo”; *El Golfer Argentino* (1931), también deportiva aunque destinada a un público más selecto; y *Cinegraf* (1932), una publicación de espectáculos. En estas primeras décadas, la empresa también editó revistas menos exitosas como *Iris*, *El Gran Guñol*, *Tipperary Yack*, *Cómo*, *Vida Nuestra* y *Marilú*.

Editorial Atlántida se creó, consolidó y expandió de la mano de Constancio Cecilio Vigil (1876-1954), un escritor y editor uruguayo con una vasta trayectoria en el mundo editorial en ambas orillas del Río de la Plata. En las revistas que dirigió –*Mundo Argentino* (1911-1917) de Editorial Haynes y *Atlántida* (1918-1925)– y en sus libros, especialmente *El Erial* (1915), aparecen los intereses del autor: la preocupación por la propiedad de la tierra, sus ideas de practicar un capitalismo humanista, la crítica a las guerras y sus exhortaciones por la paz, la esperanza en la unión de los pueblos latinoamericanos, la divulgación de las enseñanzas del higienismo, el bienestar físico, moral y espiritual de la humanidad, su interés por la infancia y por transformar las cárceles, y temas que a primera vista eran intrascendentes pero que podían dejar una enseñanza moral. Constancio C. Vigil era un hombre de su época, interesado en aquellas corrientes de pensamiento que promovían un bienestar general. Así, junto con un fuerte cristianismo social también adscribió al georgismo, a ciertas versiones de la filosofía espiritualista y estuvo en contacto con las corrientes esotéricas –espiritistas y teosóficas– muy en boga en las primeras décadas del siglo veinte (Bontempo, 2006, 2013).

Editorial Atlántida tenía fines comerciales pero también –por lo menos desde el discurso– morales y de regeneración social. Así, las revistas de la empresa, sobre todo *Atlántida*, *El Gráfico*, *Billiken* y *Para Ti*, difundían el “código higiénico” alrededor del cual existía un “consenso” que otorgaba a la higiene un estatuto de valor universal –asociado a otros valores, como la respetabilidad, el reconocimiento y la integración social– y de nuevo derecho ciudadano (Armus, 2000) al que Vigil sumó la dimensión espiritual cristiana, sobre la cual se explayó en los libros destinados a adultos (Vigil, 1941; 1944; 1946). Junto con las nociones higiénicas, el director y dueño

de Editorial Atlántida incluyó las ideas eugenésicas. Según el autor, el abandono de las actividades físicas, que en la antigüedad los hombres realizaban en el campo y las mujeres en la casa con los trabajos domésticos, derivó en un debilitamiento de la raza. De acuerdo con sus principios, la posibilidad de mejoramiento individual y regeneración se lograría mediante el fortalecimiento de los cuerpos, la reforma de las costumbres cotidianas, la adopción de hábitos higiénicos y la práctica de los deportes. Como la mayoría en su época, Vigil parece seguir la teoría de Lamarck, quien postulaba que diversas condiciones externas afectaban a los organismos vivientes y, mediante la herencia, repercutían en detrimento o a favor de las siguientes generaciones (Stepan, 1991).

En consonancia con las reglas higiénicas –en las cuales el aire y la luz eran principios medulares– y con la búsqueda de una regeneración, Editorial Atlántida destinó parte del sexto piso de su nueva, lujosa y definitiva sede, en México y Azopardo, a un “solárium” para que los trabajadores de la empresa pudieran “beneficiarse de los baños de sol”. Si bien el “solárium” había sido proyectado en 1925, año de la mudanza de la empresa al nuevo edificio, recién se logró inaugurar en 1930. El sector, regido según los preceptos de la helioterapia y dirigido por el médico de la empresa Dr. Emilio Bottini, se encontraba

[...] divido en compartimentos [...] cada uno de ellos con capacidad para una persona con su correspondiente camilla y demás elementos imprescindibles para tomar un perfecto baño de sol. El ‘solarium’ [contaba] [...] con todos los beneficios exigidos en los sanatorios especializados a tal efecto, como ser: altitud media; aireación amplia; protección de los muros; menos vapor de agua; temperatura óptima; etcétera (“Editorial Atlántida ha inaugurado”, *Atlántida*, enero 30, 1930: 89).

De acuerdo con este reporte de la editorial, el “solarium” fue el primero que se instaló en el país por una empresa particular en beneficio de su personal. De manera que no es extraño que en las revistas de la empresa –con mucha intensidad hasta mediados de la década del veinte y en sintonía con amplios actores sociales y asociaciones– se difundieran las reglas higiénicas, el naturismo y la vida al aire libre, el campamentismo, los deportes –o por lo menos el ejercicio– y de forma más general la “cultura física”, concepto que se desarrolló en las publicaciones.

En *El Gráfico* la noción de *cultura física* constituía un concepto filosóficamente denso, ya que definía una concepción de hombre y proponía un *sistema de vida* que prescribía cómo debía relacionarse la mente con el cuerpo, qué debía comerse y beberse y, asociado a ello, subrayaba una serie de valores

como qué es lo sano, lo bello y lo bueno (Bergel y Palomino, 2000). Era un sistema de vida que incluía los “sports” y los ejercicios físicos, que se proponía para el hombre, la mujer y para los niños modernos, y detrás del cual se embanderó la empresa editora. Si bien *El Gráfico* fue la publicación que le dedicó más espacio a la “cultura física” y los deportes masculinos y femeninos –aunque gran parte de las imágenes del cuerpo femenino reproducidas en fotografías y grabados era para el divertimento de la mirada masculina– también *Para Ti*, alrededor de la definición de “mujer moderna”, vinculó el cuerpo de las mujeres con lo mental, lo físico, lo psíquico, lo biológico y lo moral.

La mujer moderna de *Para Ti*

La “mujer moderna” que construye *Para Ti* en las primeras décadas del siglo veinte se apoya sobre la *experiencia de lo moderno*, que destaca la novedad del presente como corte o ruptura con el pasado y se asocia con las ideas de innovación, progreso y moda en contraposición con las nociones de antigüedad, de lo clásico y de la tradición (Osborne, 2002). El uso que la publicación hace del término *moderno* permite que sea un concepto maleable, a definir y en constante transformación. Así, la mujer que propone se articula en el par dicotómico moderno/tradicional. Sin definir ni a uno ni a otro, *Para Ti* presenta a las “mujeres modernas” como “mujeres actuales”. Al mismo tiempo, las contrapone con representaciones de las mujeres del pasado que “no salían, leían novelas sentimentales y no conocían la vida. En una sala cerrada, temiendo las corrientes de aire y el mundo real, nuestras pálidas abuelas bordaban” (“La mujer de ayer y de hoy”, *Para Ti*, 10 de octubre de 1925: 30). Esta construcción de mujeres pasivas, pertenecientes a otra generación, no estaba estrechamente ligada a la realidad de ese pasado –ya que la confinación de las mujeres a la esfera doméstica se consolida hacia fines del siglo diecinueve–, pero a la revista le posibilitaba confrontarla con la imagen de “mujer moderna” que intentó presentar a sus lectoras.

De acuerdo con la retórica de *Para Ti*, el concepto de “mujer moderna” no deja de estar lleno de tensiones porque, por un lado, caracteriza a esas mujeres como activas, conocedoras del “mundo real” cuyo horizonte es mucho más que una habitación; pero por el otro, en sus páginas incluye novelas y moldes de bordado que, si seguimos la cita, corresponden más a los intereses de mujeres “tradicionales” que de las supuestas mujeres “modernas”. *Para Ti* le otorgaba a la noción de “mujer moderna” diversos sentidos y por momentos contradictorios pero con una amplitud tal que permitía que todas las mujeres

de la casa leyeran la revista, desde la madre hasta la hija, y todas tener la certeza de estar viviendo los “tiempos modernos” (Bontempo, 2011b).

No obstante estas contradicciones, es posible identificar ciertos ejes que atraviesan los discursos que *Para Ti* liga el concepto de “mujer moderna”. El primero es la percepción de que la figura femenina participa de la esfera pública o frecuenta ámbitos que “antes” le estaban vedados. Las entrevistas a mujeres destacadas en sociedades de beneficencia y las apreciaciones de las directoras en las notas editoriales dan cuenta de esta presencia. También, en el dossier fotográfico de la revista se puede ver a las mujeres de sociedad en los bailes, practicando deportes y, aquellas que deseaban “valerse por sí mismas”, en las escuelas de oficios y en los talleres de costura.

La otra característica que atraviesa los discursos sobre la “mujer moderna” es la idea de una “profesional del hogar”. Como a las lectoras de los libros de economía doméstica, *Para Ti*, educaba a su público para el ahorro, mediante la contabilidad estricta, con los modelos de planillas de entradas y salidas de recursos, y para el mantenimiento de un hogar higiénico: lleno de aire puro y luz, provisto de agua potable y despojado de muebles y superficies porosas difíciles de limpiar (Lienur, 1997). Junto con la noción de “profesionalización” de los quehaceres domésticos, que otorgaban estatus y respeto al rol del ama de casa, el *magazine* proyectó también a una mujer informada sobre puericultura y psicología infantil, es decir una “madre profesional”. Marcela Nari señala que en las décadas de 1920 y de 1930 se produjo una politización de la maternidad y las mujeres se transformaron en las responsables de los futuros ciudadanos y “productores” de la riqueza “nacional”. El oficio de esposa y madre era considerado una *misión* y un mandato *natural*, pero los tiempos modernos requerían que fuese perfeccionado y profesionalizado mediante la información de los nuevos avances en materia médica y psicológica (Nari, 2004).

De manera que la propuesta de *Para Ti* no es original y se asienta en la ideología de la mujer doméstica. Pero la divulgación de estas ideas en un lenguaje sintético y sencillo junto con la disposición del material en una publicación comercial con diseño dinámico revisten a estas nociones de novedad y actualidad. Así, la “mujer moderna” que propuso el semanario no fue “moderna” por las características con la cuales la definió, sino por la manera en que la presentó en sus páginas: el ama de casa profesional, al lado de anuncios clasificados que la animaban a trabajar, de publicidades que la estimulaban a comprar y de figurines que la invitaban a adoptar el último grito de la moda.

Al mismo tiempo, la “mujer moderna” construida por *Para Ti* estuvo en consonancia con las aspiraciones de decencia y respetabilidad de las mujeres de los sectores medios diferenciándola de las “feministas”, caricaturizadas

como “feas”, viejas y amargadas; de la “mujer fatal” o “vampiresa”, a la cual se la asociaba con la independencia económica y sexual y por lo tanto con la prostitución; y también con la “chica moderna”, la cual fue la imagen que representó la modernización femenina de los años veinte, y se la caracterizaba como una joven desgarbada, con cabello corto, ropas sueltas y maneras desenfadadas, preocupada por el consumo y la diversión y también, en ocasiones, como una versión importada de los Estados Unidos y amenazante de la nacionalidad (Bontempo y Queirolo, 2012; Tossounian, 2013).

La sana (y bella) mujer moderna

Para la mujer moderna, activa y profesional de su casa y de su familia también era importante el cuidado de su cuerpo, la práctica activa de la “cultura física” y de los deportes. Si bien a lo largo de toda la década del veinte *Para Ti* argumentó, a través de notas firmadas por autores reconocibles, y también por traducciones o escritos sin firma, en favor de la educación corporal femenina y de la práctica de los deportes, aquí me detengo a analizar la sección “La Cultura Física en la Mujer”, a cargo del Dr. César Sánchez Aizcorbe, ya que este habla en nombre de Editorial Atlántida y define con mayor claridad qué se entendía por “cultura física femenina”.

Hasta entrados los años veinte el cuerpo femenino se consideraba como naturalmente débil –a causa de los dolores menstruales, de los embarazos y partos y de la menopausia– esta “debilidad” y “fragilidad” servía para justificar otras desigualdades (Knibiehler, 1993). Al mismo tiempo, la percepción de la desigualdad provenía del lugar que la mujer ocupara en la escala social; así la causa de la debilidad de las burguesas derivaba de las modas artificiosas, como el uso del corset, y del sedentarismo; mientras que la debilidad en los cuerpos viriles de las trabajadoras se originaba en el exceso de trabajo (Nari, 2004). Sin cuestionar la esencia de la mujer como madre, Sánchez Aizcorbe se alista entre aquellos que dudaban de la debilidad innata femenina y, por el contrario, le asignaba valores morales que justificaba la “emancipación” de la mujer. La emancipación en *Para Ti* no significaba la adquisición de la plena ciudadanía femenina sino la educación sobre los deberes y necesidades para satisfacer las exigencias de la familia (Sánchez Aizcorbe, 1922: 6).

A pesar de no impugnar el lugar “esencial” de las mujeres en el hogar y de su rol como madres, la intención de “cuestionar”, en una revista de circulación masiva, la presunta debilidad femenina parece haber sido lo suficientemente disruptiva como para generar voces disconformes. Así, el autor intenta justificar su acción sobre la esfera privada instruyendo y educando a

las mujeres en “cuestiones íntimas”, como representante de la ciencia médica y por lo tanto como portador de la verdad revelada.

Creemos oportuno responder a una crítica que ya se nos ha hecho con motivo de publicaciones análogas y que, como es lógico esperar, ha de reeditarse en esta ocasión. Nos referimos a la forma veraz y franca en que acostumbramos a exponer las ideas, y, sobre todo los hechos que las fundamentan. Pues bien; cuando se tratan los grandes problemas de la higiene y de la medicina, que comprometen la salud y la vida misma de nuestros semejantes, solo existe, en nuestro concepto un lenguaje apropiado: el de la verdad (Sánchez Aizcorbe, 1923a: 6).

En esta serie de artículos, *Para Ti* funcionó como mediadora entre un saber científico, y por lo tanto autorizado, que pretendía enfrentarse no solo al “charlatanismo” de los curanderos sino también a instituciones “tradicionales” como la familia y la Iglesia. Según Sánchez Aizcorbe, la sociedad contemporánea había llegado

[...] a un acuerdo tácito del hogar, de la escuela, de la iglesia [sic] y hasta de la prensa, para eludir, o, a lo más, tratar en forma nebulosa y equívoca, desnaturalizándolos, los problemas [...] de la higiene sexual, de cuya solución acertada y, sobre todo ‘oportuna’ depende no solo el porvenir del individuo sino de la familia y el de la sociedad (Sánchez Aizcorbe, 1923a: 6).

Si bien según los criterios de la época la educación sexual debía ser brindada por el hogar, y en líneas generales así lo entendía también *Para Ti* (“Su madre, la primera”, *Para Ti*, 3 de octubre, 1922: 28), el autor de “La cultura física de la mujer” advierte sobre la educación impartida por el hogar, la escuela y la Iglesia ya que la consideraba como unilateral, inarmónica y consagrada a una simple “instrucción libresca”, a expensas del desarrollo de las facultades físicas y morales femeninas. Entonces, la consulta médica estaba reemplazada por los consejos brindados en los manuales sexológicos —que en ese momento constituían un *boom* editorial (Romero 1995)— que también funcionaban como libros de “autoayuda”. Por lo tanto, era tarea de Editorial Atlántida, en general, y de *Para Ti* en particular, sacar a las mujeres de la ignorancia porque velarle la información y comprensión sobre sus necesidades y deberes esenciales era un crimen contra ella y contra la sociedad.

Así lo entiende, con su espíritu generoso, libertado de prejuicios y mojigatería ancestrales, el director de la Editorial Atlántida, señor Vigil. Invitados por él, aportamos con la más íntima devoción nuestro concurso

a la obra cultural que vienen desarrollando y cuyos frutos de bendición ha de cosecharse pronto (Sánchez Aizcorbe, 1923a: 6).

Entonces, el autor argumentaba en favor de una “verdadera cultura integral” cuyos cimientos eran la educación física y el estudio previo de la estructura y funciones del cuerpo humano. Afirmaba que “el hombre que se ignora lo ignora todo. Y, en lo que respecta especialmente a la mujer, ¿cómo queréis, sin que se conozca a sí misma, que pueda cumplir con eficacia la gran obra creadora, de reproducción y mejoramiento de la especie humana, que le ha confiado la naturaleza?” (Sánchez Aizcorbe, 1923a: 6). Así, la “cultura física”, como en *El Gráfico*, consistía en la práctica de los deportes o los ejercicios neuro-musculares activos y era, además, el aire libre, el sol, la hidroterapia, un régimen alimenticio y el conocimiento del propio cuerpo. La “cultura física” debía ser practicada por las niñas y las mujeres adultas, incluso, si fuese posible, por las ancianas. Para el autor, la “cultura física” componía la llave para una vida sana y para la belleza femenina (Sánchez Aizcorbe, 1923b: 6).

Los artículos escritos por el médico Sánchez Aizcorbe fueron casi los únicos que abordaron, aunque con ciertos límites, y nombraron sin eufemismos la menstruación y la pubertad, la educación sexual y la feminidad, la vejez femenina y la belleza. Más allá de esta intervención, la sexualidad será abordada en los avisos publicitarios, que promocionaban calmantes para los dolores menstruales y líquidos para higienizar la “zona íntima” femenina (Traversa, 1997) o en la sección “Epistolario Sentimental” (Bontempo, 2011a). De la concepción integral y amplia de “cultura física” que propuso el médico de *Para Ti*, el magazine profundizó en la práctica de deportes. Al igual que numerosos artículos aparecidos en *El Gráfico*, entre ellos una editorial que había aparecido antes de la fundación de *Para Ti* (“Notas de la semana”, *El Gráfico* 2 de julio, 1921: 4), el sedentarismo era el mal que aquejaba a las mujeres modernas urbanas. Paradójicamente, la definición de la “mujer moderna” suponía cuerpos activos y en movimiento.

Como señalé anteriormente, en el discurso eugenésico maternalista –que compartían Constancio C. Vigil, *El Gráfico* y *Para Ti*– el ejercicio contribuiría a mejorar y fortalecer las condiciones físicas de las mujeres, que por “ley natural”, estaban indicadas para ser madres. *Para Ti* utilizó como sinónimos ejercicio, deporte y, en ocasiones, “cultura física” para referirse a la actividad física emprendida en forma voluntaria y que pudo tener una base recreativa, pero que en los primeros años de la revista estuvo a disposición de la salud femenina. Si bien la figura esbelta fue una preocupación en el magazine, durante la década del veinte lograr esta imagen estaba íntimamente relacionada con la salud. En la lógica de *Para Ti*, pero también de *El Gráfico*

en artículos como “Cómo ‘se hacen’ hermosas las mujeres” (*El Gráfico*, 12 de agosto, 1922: 5) el cuerpo bello se lograría solo si primero conseguía ser fuerte y sano.

El único cuidado que debían tener las mujeres al elegir una actividad física consistía en escoger aquella que conservase la feminidad. Aunque algo de las “gráciles formas” se perdían a causa del ejercicio, “serán más hermosas al desarrollarse el busto, tornearse los delgados brazos; haciendo también que la sangre, más rica en glóbulos rojos, circule ampliamente con verdadero empuje de vida que será con el tiempo engendradora de otras vidas” (Castellanos de Etchepare, 1922: 8). Las recomendaciones sobre el cuerpo sano, la vida higiénica y la práctica de los deportes no se remitían solo a los artículos. Desde la sección “Correspondencia” se alentaba a las lectoras a reemplazar el corset, alimentarse con frutas frescas y a ejercitarse.

De manera que los deportes ideales eran todos aquellos que, además de los beneficios utilitarios –por ejemplo aprender a nadar para no ahogarse– y las potenciales ventajas para el cuerpo, permitían que las mujeres no dispasen la feminidad. Esta, cuando se practicaba alguna actividad física, consistía en mantener la “gracia”, “el ritmo” y “la elegancia”. Así, era necesario buscar deportes como la equitación, la gimnasia y la natación porque esforzaban el corazón y fortalecían muchísimo los órganos del tronco, sobre todo de la región pelviana. También la esgrima constituía una opción ya que, según diversos autores, combinaba el ejercicio físico con el mental y se ponía en juego cada parte, cada órgano y casi todos los sentidos. Además, el golf “no presenta aspectos censurables como el football, hockey”; y el tenis “no requiere mucho tiempo” (“Los deportes”, *Para Ti*, 1923: 35).

Aunque ninguna de las actividades sugeridas fueran realizadas por las lectoras del magazine, ya que estaban alejadas de su poder adquisitivo, la mención instalaba un nuevo horizonte de lo posible y de lo deseable para las mujeres. El mismo sentido le podemos atribuir a las notas y fotografías en las que aparecían damas participando de eventos deportivos realizados por clubes porteños y del Gran Buenos Aires o por las grandes tiendas, como Harrods y Gath & Chavez, que organizaban para un personal quizás más cercano a las lectoras.

Consciente de que su público estaba lejos de disponer del tiempo y los recursos económicos para aprender y practicar alguno de los deportes mencionados anteriormente, *Para Ti* proponía que se ejercitara en la casa, ya que “el hecho sencillo de los ejercicios de estirarse, doblarse y balancearse es mejor para la mayoría de las mujeres, que el trabajo de clavas (“El equilibrio y la gracia”, *Para Ti*, 20 de julio, 1924: 6). Si incluso este tipo de ejercicio tampoco era posible, se sugería ejercitarse ejecutando tareas domésticas. Así, “la dueña de casa cultivará el sentido del ritmo [...]. La diferencia solo está

en la falta de ritmo y exceso de fuerza cuando ejecutamos tareas domésticas [...]. El lavado, el planchado, sacudir, etcétera. Pueden ser rítmicos” (*Para Ti*, 30 de octubre, 1923: 30). En el mismo sentido, *El Gráfico* le enseñaba al hombre de los sectores medios en ascenso, vestido con camisa y corbata, a efectuar ejercicios de estiramiento y flexibilidad (“¿Quiere llegar vigoroso a los 60 años?”, *El Gráfico*, 14 de febrero, 1920: 27).

Del cuerpo sano al cuerpo bello

Si en la década del veinte el cuerpo femenino debía supeditarse a la “cultura física” para ser más saludable y bello, a medida que comienzan a despuntar los años treinta esta preocupación va cediendo lugar a una más individual relacionada con la apariencia física. Mientras que en los comienzos de las publicaciones Constancio Vigil retrató a la mujer ideal –para el hombre– como desbordante de alegría e interesada en su salud y en la de su familia, hacia finales de la década del veinte los ejercicios al aire libre y los “tonificantes baños de sol” perdieron espacio en las revistas. Al mismo tiempo, se produjeron cambios en las diagramaciones, direcciones y contenidos de las publicaciones. En *El Gráfico* el cuerpo femenino cada vez más se asoció a las expectativas masculinas, por ejemplo vistiendo a las mujeres con pequeños pantalones y las casacas de los clubes de fútbol (“Los clubs de fútbol tienen sus hinchas en el bataclán criollo”, *El Gráfico*, 2 de octubre, 1929), y en *Para Ti* aparecieron nuevas secciones, entre ellas “Secretos de Belleza”, con recomendaciones como la siguiente:

Sospechamos que este tipo de rostro [seco] se debe a algún mal consejo masculino. Lo que él dijo es esto: ‘yo no creo en los cosméticos. Haga usted suficiente ejercicio al aire libre, coma alimentos adecuados y su cutis se cuidará él mismo’. Esto parece muy bien en teoría [...] cuando salga usted mucho en automóvil, cuando juega al golf, al hockey, al hacer un viaje por mar, es un buen plan usar una loción protectora [...] el esfuerzo de los ojos tiene de las pequeñas arrugas que se forman alrededor de ellos. En este caso necesitará anteojos convenientes. Cuando hay líneas marcadas alrededor de los ojos es necesario usar una crema nutritiva (“Secretos de Belleza”, *Para Ti*, 22 de mayo, 1928: 58).

Si bien la salud y la belleza no dejaron de ser un binomio, los términos se invirtieron y la belleza se convirtió en la condición de la salud y no al revés. El deporte y la salud siguieron acompañando a la belleza, pero ahora estaban al servicio de esta última y lo importante no era tonificar el cuerpo sino evitar que salieran arrugas. Por ejemplo, los consejos de belleza que se brindaban

a las mujeres de 1926 recomendaban, en primer lugar, usar zapatos que no produjeran cansancio. Pero esta advertencia no tenía por objetivo evitar posiciones incorrectas del cuerpo y el mal equilibrio, dolores de cabeza, de espalda y de rodillas o deformidades de la espina dorsal –como prevenía un artículo de 1923 firmado por una médica extranjera (Bayley, 1923: 30)– sino que el objetivo era no producir arrugas en la cara (*Para Ti*, 27 de julio, 26: 28). Para 1928 la “gordura” era una tragedia y tener buen aspecto no era cuestión de *querer* sino de *deber*. Como señala una autora, “parece que en el mundo no hubiese ya sitio para mujeres que no se cuidan de su exterior” (Rawson Cades, 1928: 16). El pasaje del cuerpo sano al cuerpo bello en las revistas de Editorial Atlántida, en particular *Para Ti*, no solo respondió a cambios en la estructura y contenido de las propuestas comunicacionales, sino también a cambios en la forma de concebir el cuerpo y la belleza.

Desde mediados del siglo XIX la belleza fue revalorizada, como arma específica y legítima del “sexo débil” y garantía del éxito matrimonial (Knibiehler, 1993). Al mismo tiempo que los espejos se generalizaron y brindaron mayor información sobre la apariencia y sobre el exterior, el cuerpo se convirtió en el campo de batalla y la “grasa”, otrora símbolo de bienestar, se transformó en mala y la obesidad en vulgar (Vincent, 1991). Liz Conor advierte que la visibilidad de los años veinte fue parte de la definición de la mujer moderna pero esta misma visibilidad fue, en ocasiones, percibida como disruptiva y como amenazante. Así, las mujeres estuvieron en una negociación permanente que implicó, como una forma de autodisciplina, 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 (Conor, 2004). Así, el ideal de belleza que se consolidó en estos años fue fortalecido por la intervención de la industria de los cosméticos, de la moda, de la publicidad y de Hollywood, que incorporaron el uso del maquillaje y pasaron a valorizar un cuerpo esbelto (Featherstone, 1991). Las revistas y el cine difundieron por primera vez a gran escala imágenes femeninas ideales y prometieron que mediante el uso de productos y la adquisición de nuevas habilidades, todas las mujeres, y no solo algunas, podían ser bellas (Lipovetsky, 1999).

Como se ha mencionado, *Para Ti* nunca fue ajena a las lecciones de moda o a los consejos para incrementar la belleza a través de “trucos” o cosméticos. Pero se puede observar que, lentamente, estas temáticas van ganando espacio no solo en el discurso de la revista, sino también en el espacio físico. Así, comenzaron a aparecer más páginas dedicadas a la moda para que las mujeres estuvieran al tanto de qué “se usaba” y que las más habilidosas pudiesen confeccionar las prendas en su casa. Ya que si la figura esbelta era una concesión a la ropa hecha (Conor, 2004) era poco probable que las lectoras de *Para Ti*

accedieran a las prendas manufacturadas que promocionaban Harrods, Gath & Chaves o Tiendas San Juan. En una metrópolis donde aumentaba el anonimato, producto de la modernización y urbanización, también se elevaba la importancia que se le daba a la imagen exterior, como parte de un proceso contradictorio por el cual existía una tendencia a la generalización y uniformidad –para pasar desapercibido– pero también a la necesidad de una diferenciación (Entwistle 2002). De manera que estar a la moda, o no desentonar, era casi un imperativo, incluso para las trabajadoras a las que se les pedía “buena presencia”, como a las dactilógrafas (Bontempo y Queirolo, 2012).

Al mismo tiempo, la belleza quedó supeditada cada vez más a las cremas y maquillajes y menos al ejercicio muscular. Así, no solo es notorio el incremento de secciones específicas, sino también de publicidad, presentando cuerpos preparados para el disfrute (Traversa, 1997). En Argentina, las industrias farmacéuticas de origen norteamericano como Parke Davis, Merck, Colgate o Palmolive desembarcaron en la década del veinte y fabricaron pasta dentífrica, jabones y productos destinados al cuidado del cuerpo y la belleza (Palacio, 2002). En sus anuncios, prometían que podía alcanzarse rápidamente la belleza de un cuerpo esbelto, armónico, gracioso y por lo tanto bello si se tomaba las “Píldoras Orientales”; que a pesar de los quehaceres domésticos se podían conservar las manos cuidadas si se usaba diariamente la crema “Nivea”; que se protegía el cutis con el jabón “Lux” o que los labios “rojo vida” intensos y vivos –pero al mismo tiempo naturales– eran posibles con el lápiz para labios “Le Sancy” (*Para Ti*, 29 de agosto, 1933).

Otro indicio que permite pensar en un pasaje definitivo del cuerpo sano y bello al cuerpo bello y sano en las representaciones de Editorial Atlántida es la portada de *Para Ti* del 29 de agosto de 1933. La acuarela, compuesta por la reconocida artista Mercedes R. de Soto Acebal y original para *Para Ti*, es una imagen que se diferencia de los rostros femeninos que editaba en sus portadas la revista femenina. Con el título “Coquetería” se presenta a una mujer de espaldas, delgada y vestida a la usanza de la época. Se infiere que está preparándose para salir por su atuendo: lleva un pequeño sombrero y un abrigo de piel que cubre el asiento donde descansa. De su rostro solo se advierten algunos rasgos que nos devuelve el espejo que sostiene su mano: las líneas de los ojos, el contorno de la nariz y los labios rojos a medio pintar. La mujer sostiene en sus manos un lápiz labial y ejecuta con precisión y tranquilidad los últimos detalles del maquillaje.

Esta portada inaugura, por un lado, la dirección de Alicia Larguía, también directora de la revista infantil femenina *Marilú* y empresaria de las famosas muñecas homónimas, al frente del magazine para mujeres. Por otro lado, la aceptación editorial de la coquetería, acción que en general la revista toleró,

como una cualidad femenina. Finalmente, y sobre todo, la portada da cuenta del triunfo del maquillaje como un recurso válido y decente de seducción y una herramienta para alcanzar la belleza. Sin duda, *Para Ti* se encontraba en sintonía con otras revistas de la empresa como *Atlántida*, otrora de interés general y redefinida en 1933 a partir de un cambio de dirección, en el que también se incrementaron los avisos de cremas y cosméticos. Allí, a través de notas y gráficos se enseñaba a las lectoras cómo maquillarse ya que “no hay señora ni señorita que hoy en día no se pinte el rostro [...]. Por lo tanto, no se trata de saber si debemos o no usar el maquillaje sino más bien de hallarnos seguras de que lo usamos bien” (Aristazábal Méndez, 1933: 17).

Conclusiones

Para Ti pretendió ser una revista moderna que construyó a su lectora como una *mujer moderna*, en el sentido de *actual* que, en contraposición con una antigua, alcanzó *libertad de movimientos*, estuvo dispuesta a ilustrarse en las recomendaciones higiénicas y en las nuevas corrientes pedagógicas para lograr el mayor objetivo: ser una buena madre. Para llevar a cabo esta tarea también era fundamental cuidar su cuerpo a través de la adopción de la “cultura física” que excedía la simple práctica de una actividad corporal.

En consonancia con las preocupaciones del fundador de Editorial Atlántida, Constancio C. Vigil, y con otras revistas de la empresa, como *El Gráfico*, *Para Ti* alentaba a sus lectoras a tomar baños de sol y a disfrutar del aire libre, a comer frutas y verduras, a llevar una “vida higiénica”, a practicar deportes y poner el cuerpo en movimiento –aunque fuese ejecutando las tareas domésticas– y a conocer y respetar a su propio cuerpo. Así, a través de la cultura física se convertía el cuerpo en sano y fuerte, es decir bello.

Sin embargo, hacia finales de la década del veinte, en las publicaciones –aunque no así en los intereses del fundador de Editorial Atlántida que logró inaugurar un solárium y continuó escribiendo a favor de una “educación integral”– se puede advertir un lento abandono del discurso de la “cultura física”. En su lugar, tuvieron más espacios las secciones que difundían la moda del momento y que enseñaban a acicalarse. El pasaje de la mujer sana a la mujer bella tiene sus raíces en la modernización de la feminidad –y en la necesidad de su control– al mismo tiempo que en los intereses comerciales de las empresas de ropa y cosméticos. Pero también, como advierte Hugo Vezzetti en su análisis de la revista de divulgación científica *Viva Cien Años*, el énfasis en la estética corporal como un signo de un cuerpo sano podría estar relacionado con la búsqueda de confort, bienestar y “felicidad” individual

que apareció cuando cedió, en parte, la preocupación por la salud colectiva, relacionada con la raza y la nación (Vezzetti 1986). Sin duda, las revistas de Editorial Atlántida constituyeron espacios de representación y construcción del cuerpo de las mujeres y de la feminidad que sintonizaron con intereses comerciales, con otras voces y con discursos de la época, al mismo tiempo que supieron interpretar los intereses y los gustos de sus lectores en las diferentes etapas editoriales. De manera que cuando se abandonó el temor de que el maquillaje denotara una vida indecente, proceso complejo en el que también participaron estas publicaciones, *Para Ti*, *Atlántida* y otras estuvieron allí para enseñar a sus lectoras cómo maquillarse.



Ejercicios de Cultura física "Evelyn" para la mujer
 Varias demostraciones por los esposos Evelyn

CÓMO "SE HACEN" MUJERES
 HERMOSAS

1. Ejercicio para el desarrollo de los músculos externos rectos y oblicuos abdominales e intercostales. Fortifica el diafragma. Cuerpo extendido boca

perencia propia y emplea mi esposo. Naturalmente que para las damas hay ejercicios que no se prescriben a los hombres y viceversa. Pero el mé-

"Cómo se hacen hermosas las mujeres".
 Fuente: *El Gráfico*, agosto 12, 1922, p. 5.

Un cuerpo fuerte hace a la mujer más femenina

EJERCICIOS PARA LA MUJER POR LA PROFESORA ITALIANA MELINA GUARDARASCIO VITA

Aunque que consigue desarrollar su cuerpo en todas sus partes hasta a convertirse en algo más que una simple mujer. Debido a los cambios físicos y fisiológicos que se producen en su organismo, se transforma en una más completamente femenina. El tipo de mujer, conocida de una manera determinada por el cuerpo, el comportamiento de la voluntad y aun de la adhesión, es el que debe de recibir los beneficios de la mujer fuerte más de cualquier manera a la que se ha habituado a las labores que la obligaron porque ha de tener en cuenta que a medida que va creciendo en su vida, ha de ir adquiriendo una mayor fuerza y convertirse de que ya no sea una mujer débil, sino una mujer fuerte.

El tipo que tiene la mujer de ser bella es tan sencilla como sencilla, pues forma parte de su propia naturaleza. Se adapta en ella con el estado de ser admirable y de ser querida, formando todo esta parte del gran plan de la perpetuación de la raza. Este deseo de ser bella que es inscrito en la naturaleza debe ser favorecido y ajustado hasta donde sea posible.



Acostada en el suelo, levantar las piernas hasta tocar el suelo por detrás de la cabeza. Este es un excelente ejercicio para combatir la obesidad.



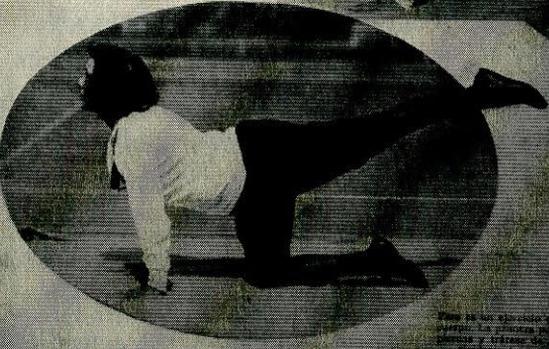
Acostada boca arriba, apoyando el mentón en el suelo, elevar la cabeza hasta ponerla en la posición que indica este grabado. Excelente ejercicio para fortalecer los músculos de la cintura, corregir los defectos de la columna vertebral y alcanzar el embellecimiento del busto y cuello.

pues nada debe de temerle y si mucho de bueno si se le conduce por el verdadero camino. Así como beneficiamos se fortalecen para su salud se llega a contentarse de que el gran color rosado que quiere para sus mejillas debe adquirirse como consecuencia inmediata de la pureza de la sangre que circula bajo la epidermis. Cuando la piel recibe la nutrición de una sangre pura, así puede haber prontos resultados, los ejercicios que se hacen. Benefician en esta una fase y delicada. Cuando los labios están enrojecidos por una sangre pura el carnis está de relieve. Cuando los ojos brillan con el incandesciente blanco de la salud, es que dentro de ellos hay energías vitales, ascuas que cuando se requieren avanzadas y sumamos es señal evidente de una naturaleza fuerte y hermosa.



Condiciones que debe tener la belleza

Veamos ahora cuáles son las condiciones indispensables para que la belleza femenina se encuentre en toda la plenitud de sus atractivos. El primer lugar, la belleza exige como condición esencial un cuerpo fuerte. Esto quiere decir un pecho bien desarrollado, hombros amplios y perfectamente contrados, cintura proporcional, caderas que se relacionen con la amplitud del pecho y del busto, y finalmente unas piernas fuertes y bien modeladas, de contorno



que pareciera a los que vemos en la Venus de Milo. En pocos palabras, un cuerpo que cubra bien el traje de baño, que tenga líneas sinuosas y el conjunto de contornos que constituyen la esencia de las formas femeninas. Hemos de tener en cuenta los tipos físicos, tales como a explicar las mujeres de familia.

Para bien, dichas características pueden desarrollarse si se ayuda de la gimnasia que siempre ha sido el método más eficaz para obtener el físico que todos los hombres de familia desearían.

El primer de estos tipos físicos, el más bello, son los que se refieren a las mujeres que poseen una latencia que de una manera latente, pero latente, se manifiesta. Este tipo de mujer, cuando se ejercita, puede tener un cuerpo fuerte y hermoso, pero con el tiempo, si no se ejercita, puede perder su belleza natural y convertirse en una mujer débil y fea. Este tipo de mujer, cuando se ejercita, puede tener un cuerpo fuerte y hermoso, pero con el tiempo, si no se ejercita, puede perder su belleza natural y convertirse en una mujer débil y fea.

Para la mujer débil, el ejercicio es el único medio para obtener un cuerpo fuerte y hermoso. La gimnasia es el único medio para obtener un cuerpo fuerte y hermoso. La gimnasia es el único medio para obtener un cuerpo fuerte y hermoso. La gimnasia es el único medio para obtener un cuerpo fuerte y hermoso.

“Un cuerpo fuerte hace a la mujer más femenina”.

Fuente: El Gráfico, enero 26, 1924, p. 15.

Bibliografía

- ARMUS, Diego, "El descubrimiento de la enfermedad como problema social", en LOBATO, Mirta Z. (dir.) *Nueva historia argentina. El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)*. Buenos Aires, Sudamericana, 2000, pp. 507-552.
- BARRANCOS, Dora, "Moral sexual, sexualidad y mujeres trabajadoras en el períodos de entreguerras", en DEVOTO, Fernando, MADERO, Marta (dir.), *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina plural: 1870-1930*, Buenos Aires, Aguilar-Taurus, vol. III, 1999, pp. 199-225.
- BERGEL, Martín y PALOMINO, Pablo, "La revista *El Gráfico* en sus inicios: una pedagogía deportiva para la ciudad moderna", en *Prismas: revista de historia intelectual*, n° 4, 2000, pp. 2-20.
- BONTEMPO, María Paula, *El cuerpo de la mujer moderna 1922-1928*. Tesis de Maestría, Universidad de San Andrés, 2006 (inédito).
- _____, "La publicidad de lo íntimo. El Epistolario Sentimental de la revista *Para Ti* (1924-1933)", *Trabajos y Comunicaciones*, La Plata, Universidad Nacional de La Plata, n° 37, 2011a, pp. 63-85.
- _____, "*Para Ti*: una revista moderna para una mujer moderna (1922-1925)" en *Estudios Sociales. Revista universitaria semestral*, Año XXI, n° 41, Santa Fe, 2011b, pp. 127-146.
- _____, *Editorial Atlántida. Un continente de publicaciones, 1918-1936*. Tesis de Doctorado, Universidad de San Andrés, 2013 (inédito).
- BONTEMPO, María Paula y QUEIROLO, Graciela, "Las 'chicas modernas' se emplean como dactilógrafas: feminidad, moda y trabajo en Buenos Aires (1920-1930)", en *Bicentenario. Revista de Historia de Chile y América*, Santiago de Chile, vol. 11, n° 2, 2012, pp. 51-76.
- CONOR, Liz, *The Spectacular Modern Woman. Feminine Visibility in the 1920s*. Bloomington and Indianapolis, Indiana University Press, 2004.
- ENTWISTLE, Joanne, *El Cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona, Paidós, 2002.
- EUJANIAN, Alejandro, *Historia de las revistas argentinas. La conquista del público 1900-1950*. Buenos Aires, AAER, 1999.
- FEATHERSTONE, Mike, "The body in a consumer society", en FEATHERSTONE, Mike, HEPWORTH, Mike TURNER, Bryan (edit.) *The Body: Social Process and Cultural Theory*. Londres, Sage, 1991.

- Cultura física, deportes, prensa y construcción de feminidades
- KNIBIEHLER, Ivonne, "Cuerpos y Corazones", en DUBY, George, PERROT, Michelle, *Historia de las mujeres en Occidente*. Madrid, Taurus, vol. 8, 1993, pp. 320-345.
- LIERNUR, Jorge Francisco, "El nido de la tempestad. La formación de la casa moderna en la Argentina a través de manuales y artículos sobre economía doméstica (1870-1910)", en *Entrepasados. Revista de Historia*, Año VI, n° 13, 1997, pp. 7-36.
- LIPOVETSKY, Gilles, *La tercera mujer. Permanencia y Revolución de lo Femenino*. Barcelona, Anagrama, 1999.
- MC. DOWELL, Linda, *Género, Identidad y Lugar. Un Estudio de las Geografías Feministas*. Madrid, Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia, 1999.
- NARI, Marcela, *Políticas de la Maternidad y Maternalismo Político*. Buenos Aires, Editorial Biblos, 2004.
- OSBORNE, Peter, "Modernidad", en PAYNE, Michael, *Diccionario de Teoría Crítica y Estudios Culturales*. Buenos Aires, Paidós, 2002, pp. 474-478.
- PALACIO, Juan Manuel, "La antesala de lo peor: la economía argentina entre 1914 y 1930", en FALCÓN, Ricardo (Dir.), *Nueva Historia Argentina. Democracia, Conflicto Social y Renovación de Ideas (1916-1930)*. Buenos Aires, Sudamericana, 2000, pp. 103-150.
- ROMERO, Luis Alberto, "Una empresa cultural: libros baratos", GUTIÉRREZ, Leandro y ROMERO, Luis Alberto, *Sectores Populares. Cultura y Política. Buenos Aires en la Entreguerra*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana, 1995, pp. 45-68.
- RUGGIERO, Kristin, *Modernity in the Flesh. Medicine, Law and Society in Turn of the Century, Argentina*. Standford, California, Standford University Press, 2004.
- SENNETT, Richard, *Carne y Piedra. El Cuerpo y la Ciudad en la Civilización Occidental*. Madrid, Alianza Editorial, 2002.
- STEPAN, Nancy, *The Hour of Eugenics. Race, Gender and Nation in Latin America*. Ithaca, Cornell University Press, 1991.
- TOSSOUNIAN, Cecilia, "Images of the Modern Girl", *FIAR*, vol. 6, n° 2, 2013, pp.41-70.
- TRAVERSA, Oscar, *Cuerpos de Papel. Figuraciones del Cuerpo en la Prensa 1918-1940*. Barcelona, Editorial Gedisa, 1997.
- VEZZETTI, Hugo, "Viva Cien Años. Algunas Consideraciones sobre familia

y matrimonio en la Argentina”, en *Punto de Vista*. Buenos Aires, n° 27, 1986, pp. 5-10.

VINCENT, Gérard, “El cuerpo y el enigma sexual”, en ARIÈS, Philippe y DUBY, George, *Historia de la Vida Privada*, vol. 9. Buenos Aires, Taurus, 1991, pp. 307-333.

WILLIAMS, Raymond, *Sociología de la Cultura*. Barcelona, Paidós, 1994.

Fuentes

Atlántida

Para Ti

El Gráfico

ARIZTAZÁBAL MENDEZ, Julia de, “Maquillaje y belleza. Un curso de maquillaje”, *Atlántida*, 11-05, 1933, pp. 16-17.

BAYLEY, M. E., “La fortaleza de los pies da vigor al organismo”, en *Para Ti*, 02-01, 1923, p. 30.

CASTELLANOS DE ETCHEPARE, Delia, “La educación física de la juventud femenina”, en *Para Ti*, 15-08, 1922.

RAWSON CADES, Haxel, “Toda chica puede conseguir un exterior agradable”, en *Para Ti*, 10-04, 1928.

SÁNCHEZ AIZCORBE, César, “La cultura física en la mujer”, en *Para Ti*, 19-12, 1922, p. 6.

_____, “La cultura física en la mujer”, en *Para Ti*, 13-02, 1923a, p. 6.

_____, “La cultura física en la mujer”, en *Para Ti*, 20-02, 1923b, p. 6.

VIGIL, Constancio C., *La educación del hijo*. Buenos Aires, Editorial Atlántida, 1941.

_____, *Reflexiones cristianas*. Buenos Aires, Editorial Atlántida, 1944.

_____, *Las enseñanzas de Jesús*. Buenos Aires, Editorial Atlántida, 1946.

TIRABOSCHI, Enrique, “Sport y maternidad”, en *El Gráfico*, 6-12, 1929.