

X Jornadas de Sociología de la UNLP – 5, 6 y 7 de diciembre de 2018

Mesa 48: “Homo Ludens. Sociabilidad, deporte y tiempo libre en las sociedades contemporáneas”

Prof. Lucía Gandolfi Ottavianelli (FaHCE-UNLP) – luciagandolfi@hotmail.com

“Amazonas de nuevo cuño”

Actividades físicas para mujeres en la revista argentina *El Hogar* (1946-1955)

Este trabajo revisa qué actividades físicas considera apropiadas o recomienda a las mujeres la revista argentina *El Hogar*¹ durante el primer peronismo. Lo hace a través del relevamiento de propuestas explícitas e implícitas que genera la publicación desde ciertos artículos, fotografías y publicidades. A partir del análisis de las fuentes, intentaremos deconstruir las representaciones que se generan en torno de las actividades físicas y de las formas de comportamiento de género, de clase y etarias que traen aparejadas, para revelar los modos en los que contribuyeron a estructurar valores, deseos y prácticas identitarias.

El objetivo se enmarca en la propuesta de Scott (2010) sobre historizar y relativizar a “las mujeres”, siendo que dicho colectivo evoca diversos significados en cada momento histórico. En esta dirección, pensamos que un estudio de las actividades físicas propuestas a las mujeres en la revista *El Hogar* puede revelar algunos matices que complejicen las ideas sobre qué implicaba ser mujer en Argentina en este intenso período, signado por “la democratización del bienestar” (Torre y Pastoriza, 2002; Milanesio, 2014), la adquisición de derechos políticos por parte de las mujeres (Palermo, 1998) y la formación de nuevas identidades y subjetividades (Adamovsky, 2009; Pérez, 2012).

Hemos podido observar que, en lo que se refiere al ámbito de la actividad física femenina, conviven en la revista diversos discursos, cuyos mensajes, lejos de ser unidireccionales, se encuentran atravesados por tensiones que operan en la delimitación o el desafío de roles e identidades de género, de clase y etarios. En este sentido, el análisis busca alejarse de las interpretaciones que ponen el foco únicamente en las prescripciones que se imponen desde los medios de comunicación o definen lectoras pasivas.

En el período analizado, se destacan tres tipos de discursos en torno de las actividades físicas, que ofrecen distintas representaciones de las mujeres. En primer lugar, los generados en décadas previas en relación con la difusión de la cultura física y la gimnasia moderna (Kaczan, 2016), que refuerzan roles y modos de comportamiento de género configurados en la

¹ *Semanario ilustrado*, publicado por Editorial Haynes entre 1904 y 1963 que, lejos de estar dedicado a la actividad física o a los deportes, presenta contenido heterogéneo, incluyendo notas de actualidad, política, eventos culturales, literatura, moda y belleza.

larga duración. En segundo lugar, los que, apelando a la práctica de los *sports*², cobran cierta singularidad frente a una coyuntura en la que sobresalen los esfuerzos de los sectores medios por diferenciarse de la clase trabajadora en ascenso (Garguin, 2008 y 2009). Por último, aquellos que aluden a prácticas que implican algún tipo de riesgo y tienden a quebrar los estereotipos de género, mientras trazan perfiles de mujeres jóvenes e independientes en un contexto de emergencia del protagonismo de la juventud como sujeto colectivo (Manzano, 2010).

Por aquellos años, aunque Haynes, la editorial de *El Hogar*, se encontraba en manos afines al gobierno peronista (Varela, 2007), más allá de la incorporación de propaganda oficial y de esporádicas notas que difundían actividades gubernamentales, la revista conservó su sello original. En este sentido, hay un universo deportivo femenino que la revista no muestra: el construido alrededor de deportes impulsados por el gobierno peronista en los que las mujeres fueron novedosamente incentivadas a participar (Else, 2016; Acuña, 2016; Antúnez 2006). Y, si bien este último eje no constituye parte del presente trabajo, sí hay un contrapunto que puede observarse en la revista y cuyo abordaje puede resultar enriquecedor: las representaciones de las juventudes peronistas. Analizaremos, puntualmente, el caso de las jóvenes de la Unión de Estudiantes Secundarios (UES), a quienes se retrata durante una jornada recreativa en el cerro Catedral, en Bariloche.

Abordaremos, entonces, el estudio de la propuesta editorial considerando la complejidad que presenta el paisaje de la revista.

I. La cultura física. Prescripciones, agenciamiento y la condición femenina universal.

Desde finales del siglo XIX y durante las primeras décadas del XX, puede rastrearse en la prensa gráfica la difusión de la cultura física, con especial referencia a la práctica de la “gimnasia moderna” recomendada a las mujeres, tal como se desprende del análisis de Kaczan para el período 1900-1930. La autora referida, habla de “*pedagogías -instrucciones, recomendaciones, prescripciones-*” que presentaban “*ambivalencias de sentido entre la agencia de la mujer sobre su cuerpo y el peso de las representaciones sociales que regulaban sus disposiciones*” (2016: 25). En el apartado, se revisarán, entonces, una serie de mensajes que circulaban en la revista que, si bien prescribían cánones corporales, también ponían en evidencia la agencia de las potenciales lectoras sobre sus cuerpos y los usos que les conferían.

2 Gisela Kaczan (2016) los caracteriza como prácticas deportivas de aspecto más lúdico que los deportes, recomendadas para el tiempo de ocio.

Cuando se trataba de la divulgación de ciertas actividades físicas, como movimientos gimnásticos moderados o prácticas recreativas, dichas pedagogías apuntaban generalmente a una condición femenina “eterna” o “universal”, ancladas en discursos médicos que se centraban en la función reproductiva y en la belleza, tal como apunta Louveau (2006), para el caso francés. Se colocaba, entonces, a la maternidad como legitimadora de la actividad física, poniendo en primer plano una idea monolítica de “naturaleza femenina”, que borraba otro tipo de filiaciones. En esa dirección, y continuando con la interpretación de la autora, las receptoras de los mensajes se contornean como madres o amas de casa y no, por ejemplo, como trabajadoras, campesinas o profesionales.

En *El Hogar*, los beneficios de la actividad física se presentaban asociados al cultivo de la belleza y, sobre todo, de la buena salud, tanto física como mental. Por ello, los momentos de ocio y esparcimiento, en contacto con la naturaleza, eran presentados como instancias ideales para su práctica. Este tipo de mensaje, que solía venir acompañado de la apelación a la “mujer moderna”³, es característico de la sección “Para ser hermosa”. Por ejemplo, en un artículo titulado “Vacaciones junto al mar” la cronista relataba, desde una prosa que iba muy en sintonía con los discursos médicos de la época, los beneficios de la actividad física en un ambiente marítimo:

“Todo esto explica la actividad física desplegada junto al mar, bajo la estimulación del aire marino: el entusiasmo con que uno se entrega a todos los juegos de playa, los cuales presentan, entre otras ventajas, las de aflojar la tensión nerviosa, desarrollar el sistema muscular, estimular la nutrición, tonificar, en suma, el organismo y aumentar continuamente sus medios de defensa”.⁴

En la misma dirección, otros artículos incluidos en la sección desde sus títulos prometían “Medios naturales de desintoxicación”⁵ o pregonaban “Aproveche esta época para ganar salud”⁶. Los consejos que siguen esta línea son dirigidos a amas de casa, a las que se les recomiendan “*las simples caminatas, el footing de los ingleses*”⁷ o la realización de

3 Ezequiel Adamovsky (2009: 48) apunta que la imagen de la mujer moderna, que se difundió ampliamente en las décadas de 1930 y 1920, construía un prototipo de mujer que se encontraba habilitada a dedicar parte de su tiempo al cultivo de la inteligencia, al trabajo y al cuidado de su belleza; siempre y cuando no abandonara su lugar fundamental como esposa, ama de casa y madre.

4 *El Hogar*, 7/1/1955, p. 57.

5 *El Hogar*, 26/2/1954, p. 67

6 *El Hogar*, 14/10/1955, p. 52

7 “Aproveche esta época para ganar salud”, *El Hogar*, 14/10/1955, p. 52

movimientos gimnásticos dentro de sus hogares. En las notas que interpelan a dichas lectoras, el arreglo personal y el mantenimiento de la figura son presentados como parte de un plan para “atender mejor a su vida de hogar, a sus maridos, a sus hijos”⁸, tal como apunta la cronista ‘Dorianne’ en una de sus intervenciones.

Las prescripciones de moderación y decoro (Milanesio, 2014: 151), que solían apuntar a los sectores en ascenso durante la “década peronista”, también se expresaban en discursos que limitaban la actividad física al mantenimiento de la belleza y la presentaban como suave y sobria. En esta dirección, una cronista recomienda “haga una ligera gimnasia”, y advierte “pero sin fatigarse mucho”⁹.

Los artículos referidos, ponían en juego imaginarios que de ninguna manera eran exclusivos de aquellos. En el discurso publicitario, las ilustraciones, en interacción con el texto escrito, solían reforzar estas imágenes, personificadas en mujeres esbeltas, jóvenes o jóvenes-adultas, que presentan un “lenguaje corporal movilizado” (Kaczan, 2016: 32), mientras evocaban figuras más cercanas a la danza que al deporte, como puede observarse en la imagen 1. Y, si bien los mensajes que transmiten son herederos de los difundidos en las décadas previas, es en las representaciones pictóricas donde pueden observarse los cambios más profundos como, por ejemplo, la regularización de una creciente desnudez y la difusión del pelo largo y suelto, signos de contradictorios procesos de emancipación/cosificación.

Imagen 1. “Color y forma 1951”



Fuente: *El Hogar*, 12/1/1950, p. 50

En el anuncio, las dos jóvenes presentan cuerpos modelados de acuerdo a los cánones prescritos desde la revista y desde tantos otros dispositivos: brazos contorneados, abdominales levemente marcados, piernas relativamente musculosas. La relación de este tipo de cuerpo con la actividad física recreativa se completa con una pelota de playa que corona la

⁸ “Por qué aparecen envejecidas algunas mujeres”, *El Hogar*, 12/1/1951, p. 57

⁹ *El Hogar*, 5/9/1950 p. 55

escena. Y, por último, el eslogan “color y forma”, parece aludir no sólo a los trajes de baño sino también a quienes los lucen.

En otras dos publicidades que incluyen fotomontajes (imagen 2), hay mujeres que evocan la danza clásica mientras modelan trajes de baño. Esta vez, contrasta el eslogan que acompaña los anuncios “hágase ver con una malla DePayne”, desafiando las prescripciones de moderación y decoro. Lo curioso de las imágenes es que se completan con escenas de fondo que, en un caso, aluden a la navegación a vela y, en el otro, a un juego con pelota de playa; pero ninguna de las dos protagonistas participa de esas otras actividades.

Imagen 2. “Hágase ver con una malla DePayne”



Fuente: *El Hogar*, 12/11/1954, p. 31 y 28/1/1955 p. 53

Como se ha observado en las fuentes analizadas, la educación de los cuerpos femeninos alentó movimientos suaves y fluidos. En tal sentido, se ha llamado la atención sobre cómo las mujeres han tenido que equilibrar su adecuación al estereotipo de género con sus habilidades corporales para que les sea permitida la práctica de actividades físicas y deportes (Huggins, 2007). En esta línea, la revista difundió otros consejos en los que se enfatizaba la importancia de la conservación de las “cualidades femeninas”. Por ejemplo, en una nota llamada “La interpretación de la gimnasia moderna” ‘Dorianne’ expresa:

*“Para una silueta de mujer, el tener músculos largos y elásticos es muy importante, pero tanto como ello es alcanzar el gesto natural, la liberación mediante los llamados ejercicios de aflojamiento, de la tensión, de la rigidez, de los gestos, que a veces tienen su origen no en causas propias sino que son reflejo de inhibiciones que paralizan la espontaneidad del movimiento”.*¹⁰

¹⁰ *El Hogar*, 17/2/1956, p. 52.

En el discurso de la cronista, es notable la adjetivación de los músculos “largos y elásticos” en asociación a lo femenino. En esta línea, diversos autores han señalado que ritmo, expresión, elasticidad, flexibilidad y belleza son cualidades de estereotipos femeninos fuertemente arraigados en el sentido común que han tendido a reflejarse en las normas institucionalizadas de los deportes (Rodríguez *et al.*, 2012).

En la prosa de la narradora, se cuela también el discurso psicologista, ampliamente difundido, que atribuía cierta debilidad de carácter a sus receptoras, poniendo énfasis en “rigideces”, “tensiones” o “inhibiciones” que debían ser superadas. La actividad física era presentada, entonces, como una posible solución. En una nota llamada “La cultura física, fuente de juventud”¹¹, por ejemplo, el profesor de Educación Física José Lago Millán, destacaba la influencia que el ejercicio físico tenía sobre la armonía de las formas, apuntando que la playa era “*un muestrario viviente de anormalidades*”, en el que “*cuando vemos pasar a alguien con movimientos fáciles y agraciados decimos ¿Qué deporte practicará?*”. En esta línea, el profesor apuntaba que la actividad física tenía efectos sobre el semblante, produciendo “*este tipo de personas que tanto se admiran*”.

Si bien los mensajes descriptos revelan una serie de prescripciones sobre la corporalidad femenina, nos interesa señalar que también ponen de manifiesto la agencia de las mujeres sobre sus cuerpos; es decir, la posibilidad de ejercer transformaciones en función de otro tipo de interacción con el mundo que las rodea y con ellas mismas. Aunque estas recetas se difundieran fundamentalmente para satisfacer el deseo de agradar con el que se identifica a las interlocutoras desde la publicación, una vez divulgado este tipo de mensajes, sus emisores ya no tenían control sobre los mismos, y los usos que hacían de ellos las lectoras quedaban por fuera de su margen de acción.

Es evidente el peso que ha tenido el discurso médico-higienista en la propagación de interpretaciones que vinculaban la salud física y mental con la belleza. Sin embargo, la “disciplina corporal” (Bourdieu, 1988: 183), se impartió también desde mensajes que alentaban el arte de la simulación, en el sentido de activar una voluntad consciente que moldee un cuerpo socialmente exitoso. Así, una columna titulada “Amiguita, ¡No sea tímida!” ofrecía consejos sobre cómo *decir* con el cuerpo a partir de la concientización de prácticas que prometían un buen desempeño social:

11 *El Hogar*, 11/11/1955, pp. 103 y 105

“Aun cuando usted no tenga confianza en sí misma, haga las cosas que hacen las personas que se tienen fe. Desempeñe el papel como si actuase en una representación teatral y verá que luego se le hace más fácil creer en sí misma. Camine despacio deliberadamente. Respire profunda y regularmente. Párese bien derecha; una persona agobiada es el reconocimiento del fracaso. Podría parecerle raro el estar en cierto modo simulando, pero no olvide que esa es su defensa [...] Camine con pasos largos, decididos, aplomados. Puede sobresalir si se lo propone; entonces, hágalo deliberadamente”.¹²

En esta línea, puede pensarse en la influencia que tuvieron modelos de comportamiento difundidos, no sólo desde los discursos que hemos referido, sino también desde expresiones de la cultura de masas, tales como el teatro o el cine. En el párrafo reproducido, pueden observarse elementos que evocan, por ejemplo, el prototipo de la *femme fatal* -tan popular en la época-, personaje que, desde la sagacidad, el simulacro y la seducción, cuestiona el predominio masculino dentro de las ficciones (Santamarina, 1998: 76).

En otro orden de cosas, nótese que la idea de “sobresalir” en el párrafo citado, poco tiene que ver con llamar la atención mediante estrategias que pongan en juego movimientos complejos o evidentes; por el contrario, se encuentra más cercana a la displicencia. En este caso, aquellas pedagogías de las que habla Kaczan parecen estar relacionadas con la instauración de modos de comportamiento asociados también a la despreocupación fingida, propia de mujeres de las clases altas. Concientizar a las mujeres sobre los efectos que sus cuerpos tenían sobre los demás y sobre ellas mismas ha sido, entonces, otra de las estrategias que *El Hogar* empleó para relacionarse con sus lectoras.

Nos ha interesado señalar, desde una posible aproximación a las fuentes, la diversidad de mensajes, a veces contradictorios, que matizan la idea de prescripciones obedecidas rigurosamente por las lectoras; poniendo en evidencia las tensiones que operaron en la delimitación, pero también en el desafío de los diferentes usos dados y significados atribuidos a los cuerpos femeninos.

II. Los *sports*. Exclusividad, popularización y el modelo de “feminidad excluyente”.

El Hogar alentaba simultáneamente la práctica de *sports*, actividades de aspecto más lúdico que los deportes, recomendadas para el tiempo de ocio que, si bien son difundidas

¹² *El Hogar*, 15/9/1950, p. 16

desde las primeras décadas del siglo XX, cobran cierta singularidad frente a una coyuntura en la que sobresalen los esfuerzos de los sectores medios por diferenciarse de la clase trabajadora en ascenso. En este caso, los discursos generados desde la publicación se encuentran atravesados por diversas tensiones: la generada en torno a la idea de popularización o exclusividad de ciertas prácticas deportivas y la que atraviesa a las representaciones de las mujeres de la élite, a quienes, por un lado, se las muestra independientes y, por otro, sujetas a lógicas familiares que las exceden.

A diferencia de las actividades físicas analizadas previamente, la recomendación de *sports*, no estaba ligada a una idea de “naturaleza femenina” ni borraba las filiaciones sociales. Por el contrario, reforzaba la pertenencia o las aspiraciones de clase, definiendo un “tipo de feminidad excluyente” (Kaczan, 2016: 35). Louveau (2006) apunta que, más que deportes, estas disciplinas constituían pasatiempos propios de la mujer “ociosa” y prácticas integradoras de las clases adineradas. Encontramos, dentro de este grupo, la equitación, el golf, el esquí, la navegación a vela, entre otras ofertas que representan un mundo deportivo de élite.

Si bien en la revista las representaciones que se generan sobre la práctica de *sports* suelen incluir referencias a la pertenencia a la “aristocracia”, por ejemplo; ese mundo parece abrir sus puertas a los sectores medios cuando éstos disfrutan de su tiempo libre, en un contexto en el que no sólo constituyen el estrato social más favorecido (Torre y Pastoriza, 2002), sino que también son notorios sus esfuerzos por diferenciarse de los trabajadores que acceden masivamente al disfrute del ocio y el consumo (Milanesio, 2014).

La popularización de los *sports* se revela, por ejemplo, en una nota en la que José Pedro Reggi, especializado en medicina del deporte, se refiere al “*caso del asociado de un club que concurre al mismo los días feriados para tomar un poco de sol y buscar esparcimiento en alguna actividad física*”¹³. En el fragmento, el hecho de que el caso que relata el médico sea el de una persona que puede concurrir a un club los “días feriados” o en busca de “esparcimiento”, nos indica que su asistencia al club es ocasional, o bien para atenuar las tensiones de la vida laboral, alejando esta imagen del paisaje bucólico que caracteriza las actividades de la élite.

La alusión a los momentos de ocio, también se pone de manifiesto en un artículo que recomienda prácticas deportivas a las lectoras, titulado “Aproveche esta época para ganar salud”. En este caso, la práctica de los *sports* se cruzaba con las nociones de salud y belleza

13 “¿Cuál es el concepto médico del deporte?”, *El Hogar*, 29/4/1955

referidas previamente, dando cuenta de un proceso de popularización de los mismos. En tal sentido, una cronista expresaba:

“Desde luego, todo el proceso de renovación es espléndido cuando se practica también un deporte especial como ciclismo, motociclismo, yachting, remo, equitación, natación [...]. Además de la cultura física son muchas las mujeres que quieren practicar un deporte, complementario de aquélla, que como es sabido tiene por condición principal e indispensable la de hacer trabajar sucesivamente todos los grupos musculares [...]. Los deportes que convienen mejor a la mujer son, además de los deportes llamados de invierno, esto es el patinaje y el esquí, la marcha, la natación, el remo, el golf, la bicicleta y ahora, en manifestación más moderna, el motociclismo. Como vemos, al nombrar los deportes de primavera, hemos nombrado precisamente los mejores deportes para la mujer, en número predominante”¹⁴.

En referencia a la cita precedente, siendo que no se encuentran características que relacionen las actividades físicas enumeradas explícitamente con “lo femenino”, ¿por qué serían aquellos “los mejores deportes para la mujer”? Para responder, parece ineludible abordar el análisis de la propuesta editorial de *El Hogar*, considerando otros mensajes que contribuían a definir un tipo de feminidad excluyente.

A través de sus publicidades y de la sección “sociales” la revista retrataba “*formas de interacción social, modelos de comportamiento y referentes corporales que aportaban imaginarios a la vida cotidiana*” (Kaczan, 2016: 27); estableciendo, a su vez, propuestas identificatorias o aspiracionales que se encontraban ligadas al estilo de vida de la élite. El concepto de consumo definido no sólo como acto económico, sino como “*experiencia sociocultural subjetiva que individuos y grupos emplean para validar o crear identidades, expresarse a sí mismos, diferenciarse de otros y para establecer formas de pertenencia y estatus social*”, tal como sugiere Milanesio (2014:12), puede ser revelador a la hora de pensar en la oferta deportiva establecida desde la editorial.

En esta dirección, si bien hay publicidades que evocan el tenis o el remo, quizá la más representativa del fenómeno aludido sea la publicidad de mallas Ondamar (imagen 3), que jerarquiza la marca apelando a un deporte para reforzar el vínculo con determinado grupo de pertenencia, particularmente, con la “aristocracia”. Sin embargo, en la publicación, la práctica de la equitación no sólo es una idea abstracta, sino que se materializa en la oferta de ropa deportiva acorde con la realización de dicho *sport* (tal como se lee en el segundo anuncio).

14 “Aproveche esta época para ganar salud”, *El Hogar*, 14/10/1955, p. 52

Esto revela, al mismo tiempo, información sobre el tipo de público al que apuntaba, es decir, uno que efectivamente considerara tales prácticas deportivas.

Imagen 3. “Aristocracia en el deporte...y en la playa” y “Salga del aprieto”



Fuente: *El Hogar*, 12/1/1951, p. 31 y 14/10/1955, p. 133

En el caso referido, la apelación al deporte excede por completo la idea de la salud y de la belleza, reforzando identidades de clase que se expresan a partir de ciertos usos, prácticas y espacios. Al respecto de la moda estival, por ejemplo, Champagne (1975) ha llamado la atención sobre cómo “los miembros de las clases superiores evitan la vestimenta de playa, demasiado “común”, usando preferentemente estilos que manifiesten la práctica de actividades estivales a menudo costosas y por lo tanto selectivas, como el tenis o la náutica” (p. 103). Claramente, este tipo de prácticas estilísticas contribuyó a demostrar o aparentar posicionamientos de clase. Por todo lo expuesto, puede asumirse, tal como lo expresara Bordieu (1988), que el “espacio de los deportes no es un universo cerrado en sí mismo [sino que] está insertado en un universo de prácticas y consumos también ellos estructurados y constituidos en sistema” (p. 176).

La sección “sociales”, donde la revista refleja los modos de vida de los sectores más adinerados, también favoreció el establecimiento de aspiraciones y la divulgación de formas de comportamiento que las lectoras eran invitadas a imitar. Las actividades deportivas de la élite retratadas en sus páginas, además de explicitar el posicionamiento social, parecían no atentar contra la “gracia femenina” cuando eran practicadas por mujeres bien posicionadas socialmente, delimitando el tipo exclusivo de feminidad anteriormente aludido.

En la sección, también se pone de manifiesto que la aceptación de las actividades “excéntricas” llevadas a cabo por mujeres, se daba siempre y cuando la fortuna las ubicara por fuera de lo común (Louveau, 2006: 122). En referencia a lo anterior, podemos ver cómo cierta excentricidad se refleja en un fragmento de finales de 1956 en el que se cubría un “paseo en yate”, mientras se mostraba a un grupo de jóvenes mujeres realizando diversas actividades relacionadas con la navegación. Al pie de una de las fotos, puede leerse el asombro del cronista cuando expresa que las “*tareas que se imponen en la navegación parecen interesar a Estela Vidal Etceverry, a quien vemos en momentos recoger agua de un cubo*”. Si bien la actividad llevada a cabo carece de aspectos sublimes, parece incorporarlos al tener en cuenta quién y en qué contexto la realiza.

Por otra parte, puede observarse, también, la retroalimentación existente entre las imágenes que retratan lo modos de comportamiento de la élite y las construídas desde la publicidad, como puede observarse en la imagen 4.

Imagen 4. “Paseo en yate” y “Mistinguett”



Fuente: *El Hogar*, 28/12/1956, p. 81 y 3/2/1956, contratapa.

En tal dirección, la sección “sociales” instala una cultura visual (Caggiano, 2012: 52) que establece jerarquías sociales y ubica a sus actores, representando escenarios que se constituyen como inherentes a la realidad. Fundamentalmente, presenta de manera aglutinada un conjunto de prácticas de distinción e integradoras de clase. En esta vía, los modos de

presentar los balnearios y los clubes que adoptó la revista contribuyeron a delimitar los espacios en los que dichas prácticas se expresaron particularmente.

La imagen 5, proviene de un fragmento titulado “En el Golf de Pinamar”¹⁵, en el que puede apreciarse cómo la cobertura de la nota apunta a generar una tríada de incuestionable distinción a partir del deporte (golf¹⁶), el balneario (Pinamar), y quienes lo practican (cuyos nombres y apellidos se detallan).

Imagen 5. “En el Golf de Pinamar”



Fuente: *El Hogar*, 4/3/1955, pp. 38 y 39.

En las fotografías, vemos a una golfista en acción, pero también a otras dos jóvenes que parecen llevar su palo de golf o raqueta de tenis de modo ornamental. Tal lectura se hace explícita en una publicidad de cigarrillos Carrington cuyo eslogan expresa “*El Golf es un pretexto para estar elegantemente, en contacto con la naturaleza*”¹⁷. En efecto, en los clubes exclusivos los deportes constituían “pretextos”, para alentar encuentros intergenéricos, sociabilidades y la continuidad de los vínculos familiares y entre amigos (Kaczan, 2016: 35).

Sobre el golf y el tenis, Bordieu (1988) advierte sobre el tipo de relación con el cuerpo que favorece cada uno. El autor, indica que su valor distintivo está relacionado, en el caso del golf, con el hecho de que excluye todo contacto y, en el del tenis, con el hecho de que no lo autoriza sino por pelota interpuesta y agrega:

*“Esa relación con el cuerpo es solidaria de toda la relación con el mundo:
las prácticas más distintivas son también las que se aseguran la relación más*

¹⁵ *El Hogar*, 4/3/1955, pp. 38 y 39.

¹⁶ El golf con instancias competitivas, de las que también participan mujeres, tiene una sección especial en todos los números de *El Hogar* y merecería un estudio específico.

¹⁷ *El Hogar*, 7/9/1955, p. 58.

distanciada con el adversario, son también las más estetizadas, en la medida en que la violencia está en ellas más eufemizada”.

En su interpretación, la distancia con el adversario se completa con la distancia con quienes no practican el deporte. Este tipo de valoración de la distancia y la separación puede trasladarse a los atributos que le son conferidos a Pinamar, que es descrito como un balneario “rodeado de médanos y pinos por un lado” y por “el anchuroso mar y su interminable playa, por el otro” y al Golf Club, como un espacio que se encuentra “lejos del bullicio”.

En suma, la sección “sociales” presenta un medio ideal para retratar los espacios de sociabilidad -y las características que se les atribuye- y el “capital relacional” de las familias patricias argentinas, asegurando su pertenencia a determinada élite (Miguez, 1999: 24). En palabras de Kaczan, los clubes -aunque también los balnearios- eran presentados como espacios donde alternar el juego o el ocio, con el *flirt*, ritual de cortejo que podía llevar a la concreción de matrimonios (2016: 35)¹⁸.

Así, en las representaciones de las mujeres que se encuentran ligadas a modelos de feminidad excluyente, conviven imágenes de mujeres seguras y desenvueltas como espectadoras o ejecutoras de *sports*, con aquellas que las retratan en el marco de una sociabilidad sujeta a lógicas familiares relacionadas con la concreción de alianzas matrimoniales que las excede.

III. “Amazonas de nuevo cuño”. Las jóvenes ante nuevas experiencias.

El 29 de abril de 1955 la revista *El Hogar* publicó un artículo que mostraba a dos jóvenes mujeres en los alrededores del Club Náutico San Isidro¹⁹. Se trata de Estela Carmen Arévalo y Estela Montes de Oca, a quienes se las ve andando en una motoneta. Estas “amazonas de nuevo cuño”, como las bautiza el cronista, constituyen un ejemplo del fenómeno al que alude la nota: “*muchísimas chicas [están] dispuestas a ser más individuales e independientes en sus medios de transporte*”.

Es particularmente sugestivo el mote que las describe ya que, por un lado, evoca al mundo rural, a la tradición criolla y a los deportes ecuestres que conforman parte de la

18 Véase en *El Hogar*: “Polo en Camet” (2/2/1951, pp. 30-31), “Ellas...con ellos” (4/3/1955, pp. 42-43) y “Comida y baile en el Hurlingham Club” (25/11/1955 pp. 68-69).

19 “Las ‘motonetas’ han obtenido ya carta de ciudadanía entre nuestra gente joven”, *El Hogar*, 29/04/1955, p. 54.

identidad de la clase alta argentina (Archetti, 2003). Y, por otro, indica la novedad que constituyen: estas diestras jinetes, alejadas ahora de la vida rural, cultivan el “Siambrettismo”.

Por otra parte, si nos detenemos a revisar cómo el cronista define a la motoneta, refiriéndose a “*este simpático benjamín del tránsito argentino*” o al “*compañero mecánico favorito*”, podemos observar que se matiza la idea de independencia. No parece ser casual, aunque sí pueda ser inconsciente, que al medio de transporte elegido por las chicas se lo asocie a pequeños hijos o parejas que las acompañan. Además, como puede verse en la Imagen 6, el diseño de las motonetas, a diferencia de las motocicletas, permite que estas particulares amazonas vayan cómodamente sentadas, sin necesidad de romper las imposiciones de decoro.

La motoneta aparece como “*el vehículo ideal para trasladarse a los clubes deportivos a practicar tenis, natación, yachting*” y, según el artículo, también es protagonista en los balnearios de Mar del Plata, Miramar, Necochea y Pinamar. Otra característica decisiva que describe la nota, y que ilustra por medio de las fotografías, es el estilo de las dos jóvenes: “*con todos sus útiles deportivos*”, “*luciendo el amable abandono, tan de moda, de sus camisas y blue jeans*”, destaca el cronista. Como hemos visto, el semblante descontracturado y la despreocupación fingida resultan ser modos de comportamiento que la revista intentó difundir entre sus lectoras.

Imagen 6. “Las ‘motonetas’ han obtenido ya carta de ciudadanía entre nuestra gente joven”



Fuente: “Las ‘motonetas’ han obtenido ya carta de ciudadanía entre nuestra gente joven”,

El Hogar, 29/04/1955, p. 54.

La nota, puede leerse en el contexto de la emergencia del fenómeno de constitución de la juventud como categoría sociocultural, que, como apunta Manzano (2010), se delineó especialmente a partir de la segunda postguerra, en relación con la expansión de la escolarización y la cultura del consumo. Las jóvenes mujeres de la imagen contornean un modelo de feminidad excluyente, asociada a la vida de clubes y *sports* comentada en el apartado anterior, al que se le agrega una idea de independencia relacionada a un medio de transporte.

Anteriormente, hemos visto que la revista describe el motociclismo como un deporte: *“Los deportes que convienen mejor a la mujer son, además de los deportes llamados de invierno, esto es el patinaje y el esquí, la marcha, la natación, el remo, el golf, la bicicleta y ahora, en manifestación más moderna, el motociclismo”*²⁰. Asimismo, aparecen referencias al automovilismo: la Marca Rhodia y Albane, por ejemplo, apela expresamente al deporte a partir de su serie publicitaria “Rhodia y Albane en el deporte” (imagen 7). Esta serie, apeló a representaciones de mujeres mostrándose seguras en actividades que tienden a romper los estereotipos de género y que se constituyen como símbolo de independencia, tales como el automovilismo o el esquí acuático, personificado en Isabel Sarli, flamante Miss Argentina 1955 y posterior ícono del cine argentino.

En estas actividades, la apelación a la experiencia de velocidad y la excitación que provoca aparecen como metáforas de libertad, en sintonía con la propuesta de los llamados deportes californianos, popularizados a partir de la década de 1960 (Pérez Flores, 2015). Sus prácticas, al menos en su origen, no se encuentran regladas o institucionalizadas y suelen realizarse como actividad de ocio, aunque ahora este implique producir violentas emociones más que calmarlas.

El entorno natural se convierte en un peligro a ser desafiado y la experiencia con la naturaleza aparece, además, mediada por la tecnología, constituyendo o simulando algún tipo de riesgo, expresado, por ejemplo, en la búsqueda de equilibrio o control en condiciones adversas.

20 “Aproveche esta época para ganar salud”, *El Hogar*, 14/10/1955, p. 52

Imagen 7. “Rhodia y Albene en el deporte”



Fuente: *El Hogar*, 21/10/1955 p. 62 y 21/12/1956, p. 31

Sin embargo, las prescripciones de gracia y soltura continúan vigentes. Dorianne recomienda el esquí náutico a las mujeres y expresa *“todo deporte exige soltura. Si estamos tensas, crispadas, no tendremos éxito en él”* y agrega que la actividad brinda *“un instante de incomparable sana alegría física y de libertad de espíritu”*²¹. En este caso, aunque la cronista insiste en que la práctica del esquí debe lucir “armónica”, también pone en juego la necesidad de “soltura” y “seguridad” con la finalidad del disfrute.

La juventud, relacionada a la soltería, se constituye como un momento excepcional de la vida en el que ciertas prácticas están permitidas por ausencia de otras obligaciones. En esta dirección, una aviadora comenta en una nota que estuvo en actividad por dos años hasta que *“su casamiento y las exigencias del hogar le determinaron a abandonar la práctica activa en los campos de aviación”*. Sin embargo, el artículo comenta que hay una “benjamina” dispuesta a seguir los cursos de piloto comercial, lo cual demuestra el campo laboral abierto para las mujeres de las nuevas generaciones desde este tipo de práctica. El artículo se titula *“La práctica de la aviación es para ellas el más romántico de los deportes”*²². Más allá de que la alusión a la aviación rompe el estereotipo de género, el énfasis en lo romántico reubica a las mujeres en el espacio de una feminidad aceptable. La misma prosecretaria del Club, Elida Simari, genera ese discurso durante la entrevista y lo refuerza agregando que el Aero Club Femenino *“nació en una mesa de té”*.

21 “Reciba este verano su primera lección de esquí náutico”, *El Hogar*, 25/11/1955, p. 96
 22 *El Hogar*, 18/11/1955, pp. 122, 123 y 134.

Por su parte la sección “sociales”, va a construir un creciente protagonismo de la juventud en sus páginas, constituyéndose ésta en un modelo a seguir también para otras capas etarias, proponiendo indirectamente la expansión del quiebre de los estereotipos de género. Sin embargo, como hemos visto, las formas de retratar las prácticas deportivas relacionadas con las mujeres jóvenes e independientes tienden a romper estereotipos de género, mientras, por otro lado, aseguran la reubicación de las mujeres en el ámbito de una feminidad aceptable.

Otro modo posible de retratar a las jóvenes realizando actividad física en interacción con la naturaleza, dentro de la sección, se registra en las últimas imágenes peronistas que publicó *El Hogar* el 16 de septiembre de 1955, antes de ser intervenida en el marco del golpe de Estado que ocurrió ese mismo día. Las imágenes de trabajadores y trabajadoras mostrándose fuera del espacio laboral, demostrando, por ejemplo, el acceso a la vivienda o a espacios de cultura y recreación, fueron ampliamente difundidas durante el primer peronismo (Gené, 2005: 117). Las páginas de *El Hogar* no fueron ajenas a este proceso. Algunas de las imágenes del 16 de septiembre llaman la atención por los modos en los que retratan a las jóvenes: trepadas a árboles, jugando con los esquís o participando de una guerra de nieve.

Imagen 8. “Alegría y juventud en Bariloche”



Fuente: *El Hogar*, 16/9/1955, pp. 58 y 59.

Generalmente, se ha puesto énfasis en las imágenes de las mujeres como madres y esposas que generó el peronismo, conciliando la vida política y la hogareña en actividades como el asistencialismo o la ayuda social. Sin embargo, también fueron centrales las representaciones de Evita como mujer espontánea, enérgica y vital y la presencia del descamisado en la cultura visual, que disputaba espacios antiguamente reservados a los sectores sociales privilegiados (Gené, 2005: 65, 78).

En este sentido, en las imágenes de las jóvenes en Bariloche, podemos ver mujeres que irrumpen en la sección sociales de *El Hogar* disfrutando de espacios y prácticas

tradicionalmente exclusivos que se encuentran democratizados. En este caso, la nota hace alusión a la excepcionalidad de estas actividades ya que habla de “los días de esparcimiento lejos de las aulas universitarias”, que constituirían lo cotidiano. Sin embargo, las jóvenes aparecen en las páginas de *El Hogar* proponiendo corporalidades que desafían las normalmente difundidas por la revista, mostrándose espontáneas y enérgicas e interactuando con el género masculino por fuera de los cánones que supo prescribir la publicación.

A modo de cierre

Aunque el campo de estudio de la actividad física, los deportes y las corporalidades desde la historia se encuentre en constante crecimiento, aún es un terreno en reciente exploración del que resta mucho por descubrir. Este trabajo se ha presentado a modo de ensayo en la exploración de dicho terreno. Constituyendo *El Hogar* y las actividades físicas para mujeres dos ejes que guiaron la búsqueda se mostraron, a partir del análisis de las fuentes, los matices y tensiones que atraviesan a los discursos que modelaron los cuerpos de las mujeres y contribuyeron con la configuración de identidades femeninas. En este sentido, se intentó delinear una alternativa a aquellos trabajos que presentan los discursos de la prensa gráfica y de otros dispositivos como monolíticos, en tanto únicamente prescriben y ordenan o delinear lectoras pasivas. Nos interesó, entonces, devolverles a las lectoras imaginadas algo de su agencia.

El análisis de las fuentes contribuyó a desenmascarar la complejidad de algunos de los mensajes difundidos desde la publicación, demostrando cómo estuvieron constituidos tanto desde lo escrito como desde lo visual, apelando a su vez, implícitamente, a valores o imaginarios que se daban por sentados en las lectoras. Y si bien una serie de mensajes que circulaban en la revista prescribían cánones corporales o modos aceptados de comportamiento social, también explicitaban la agencia de las potenciales lectoras sobre sus cuerpos y sobre los usos que les conferían, los cuales escapaban del control de la publicación.

Por los motivos expuestos en la introducción (democratización del bienestar, adquisición de derechos políticos por parte de las mujeres, formación de nuevas identidades y subjetividades), el período estudiado se vuelve particularmente rico a la hora de analizar la definición o redefinición de las prescripciones sobre lo femenino. En tal sentido, el género, la clase y la edad, constituyeron tres conceptos que nos permitieron ordenar el análisis de las fuentes, sin perder de vista que la publicación también estuvo atravesada por un contexto particular.

Se trató, también, de recalcar la importancia que ciertos mensajes o temas, calificados generalmente como triviales, que definitivamente fueron cruciales para la definición de los cuerpos y de las identidades femeninas. En esta vía, las actividades físicas constituyen un campo extremadamente interesante en tanto las mujeres ineludiblemente deben ser representadas con corporalidades alternativas a las que plagaron los imaginarios de lo femenino, ya sea dentro de lo socialmente aceptable o superando moderadamente esa barrera. Es por eso que, cuando las mujeres entran en movimiento, los discursos entran en contradicción y contienen elementos de rigidez/soltura, obediencia/desobediencia, subordinación/independencia, etcétera. Indudablemente, estas tensiones también se tradujeron en las distintas formas de ser mujer, modelando identidades de mujeres que fueron víctimas, pero también estratégicas receptoras de discordantes mensajes.

Bibliografía

- Acuña, Pablo (2016), *Dribbling with the Left and Shooting with Right: Soccer, Sports Media, and Populism in Argentina and Chile, 1940s-1950s*, en: UC Irvine Electronic Theses and Dissertations. Disponible en: <https://escholarship.org/uc/item/2673832q> [última consulta: 20/08/2018]
- Adamovsky, Ezequiel (2009) *Historia de la clase media argentina. Apogeo y decadencia de una ilusión, 1919-2003*, Buenos Aires, Planeta.
- Antúnez, Marta Susana y Miranda, Nora Edith (2006) “El deporte como política pública. Participación y representación femenina”, en: *Anais do VII Seminário Fazendo Gênero* 28, 29 y 30 de 2006 Políticas públicas y movimientos de mujeres en el cono sur desde la perspectiva de género. Disponible en: http://www.fazendogenero.ufsc.br/7/artigos/A/Antunez-Miranda_15.pdf [última consulta: 19/8/2018]
- Archetti, Eduardo (2003), *Masculinidades: fútbol, polo y tango en la Argentina*, Buenos Aires, Antropofagia.
- Bourdieu, Pierre (1984), *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Tauro.
- Bourdieu, Pierre (1988), *Cosas dichas*, Buenos Aires, Gedisa Editorial.
- Caggiano, Sergio (2012), *El sentido común visual*, Buenos Aires, Miño y Dávila Eds.
- Champagne, Patrick (1975), “Los campesinos van a la playa”. Traducción en *Revista del Museo de Antropología* 5, pp. 101-106 (2012), de “Les paysans à la plage”, publicado originalmente en: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, vol. I, nº 2, marzo 1975, pp. 21-24
- Cosse, Isabella (2011). “*Claudia: la revista de la mujer moderna en la Argentina de los años sesenta (1957-1973)*”, *Mora*, Vol. 17 Nº 1, Buenos Aires.
- Delgado, Verónica (2014), “Algunas cuestiones críticas y metodológicas en relación con el estudio de revistas”, en: Delgado, V.; Mailhe, A. y Rogers, G., coords. (2014). *Tramas impresas: Publicaciones periódicas argentinas (XIX-XX)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. 2014 (Estudios-Investigaciones; 54). En: *Memoria Académica*. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.376/pm.376.pdf> [última consulta: 20/08/2018]
- Else, Brenda (2016), “Cultural Ambassadorship and the Pan-American Games of the 1950s”, en: *The International Journal of the History of Sport*, disponible en: <http://dx.doi.org/10.1080/09523367.2015.1117451> [última consulta: 20/08/2018]

- Garguin, Enrique (2009), “Los argentinos descendemos de los barcos. Articulación racial de la identidad de clase media en Argentina (1920-1960)”, en Sergio E. Visacovsky y Enrique Garguin (comps.) *Moralidades, economías e identidades de clase media. Estudios históricos y etnográficos*, Buenos Aires, Editorial Antropofagia. Pp. 61-94
- Garguin, Enrique (2008), “Diferenciación e identificación de clase media en la esfera pública popular”, trabajo presentado en el *IX Congreso Argentino de Antropología Social*, Posadas, Misiones, 5-8 de agosto de 2008.
- Gené, Marcela (2005), *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo, 1946-1955*, Buenos Aires, FCE/USAndrés.
- Huggins, Mike (2007): “And now, something for the Ladies: representations of women’s sport in cinema newsreels 1918-1939”, *Women’s History Review*, 16 (5), (681-700).
- Kaczan, Gisela (2016), “La práctica gimnástica y el deporte, la cultura física y el bello cuerpo en la historia de las mujeres. Argentina 1900-1930”, *Historia crítica*, N° 61, pp. 23-43.
- Louveau, Catherine (2006), “Inégalité sur la ligne de départ: femmes, origins sociales et conquête du sport” *Clio. Histoire, femmes et sociétés*, 23. Disponible en:
<http://clio.revues.org/1877> [última consulta: 19/8/2018]
- Manzano, Valeria (2010) “Juventud y Modernización sociocultural en la Argentina de los sesenta”. En: *Desarrollo Económico*, vol. 50, N° 199 (octubre-diciembre 2010).
- Míguez, Eduardo J. (1999), “Familias de clase media: la formación de un modelo”, en Fernando Devoto y Marta Madero (Coords.) *Historia de la vida privada en la Argentina* Tomo II, Buenos Aires, Taurus. Pp. 21-45
- Milanesio, Natalia (2014), *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el primer peronismo*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Palermo, Silvana (1998). “El sufragio femenino en el Congreso Nacional: ideologías de género y ciudadanía en la Argentina 1916-1955”, en: *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, no. 16-17. Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires. Disponible en el Repositorio Digital Institucional de la UBA
http://ravignanidigital.com.ar/_bol_ravig/n16_17/n1617a06.pdf [última consulta: 29/9/2018]
- Pérez, Inés (2012) *El hogar tecnificado. Familias, género y vida cotidiana 1940-1970*, Buenos Aires, Biblos.
- Pérez Flores, Antonio M. (2015) “Deportes contemporáneos: tipos de deportistas y modelos deportivos en España”, en: *Revista Andaluza de Ciencias Sociales* N° 14. Disponible en:
<http://dx.doi.org/10.12795/anduli.2015.i14.05> [última consulta: 29/9/2018]
- Rodríguez, A., Piedra, J., Ramírez, G., Ries, F. (2012) “Mujer y cine: un acercamiento al rol femenino en la cinematografía deportiva”, en: Actas del I Congreso Internacional de Comunicación y Género. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11441/38510> [Última consulta: 29/9/2018]
- Varela, Mirta (2007) “Le péronisme et les médias: contrôle politique, industrie nationale et goût populaire”, en: *Le Temps des Médias. Revue d’histoire* N° 7, Paris, Editons Nouveau Monde, Hiver 2006-2007, pp. 48-63.
- Santamarina, Antonio (1998), *El cine negro en 100 películas*, Madrid, Alianza Editorial.
- Scott, Joan (2009), *Género e Historia*, México, FCE-UACM.
- Scott, Joan (2010), “Gender: still a useful category of analysis?”. En: *Diogenes*, vol. 57, N° 1, 7-14.