

Cecilia Tossounian, *La joven moderna en la Argentina de entreguerras. Género, nación y cultura popular*, Rosario, Prohistoria Ediciones, 2021, 171 páginas.

Si bien es ya generalizado el estudio de las representaciones de feminidades por parte de varios investigadores, la historiadora Cecilia Tossounian nos propone poner el foco en las décadas de 1920 y 1930 para analizar las figuras que emergieron en los años de entreguerras en torno a la joven moderna argentina.

El recorte temporario resulta de importancia precisamente por ser los años en donde se generan transformaciones en las prácticas sociales, en general, y en las relaciones de género, en particular.

Estos cambios son, en parte, producto de la mayor presencia de las mujeres en los espacios públicos; de su ingreso al mercado laboral; así como también de su visibilidad en los diversos medios masivos de comunicación que se encontraban en su apogeo.

Las corporaciones estadounidenses que se instalaban en nuestro país, a su vez, esgrimían estrategias de mercado que alentaban el consumismo y promovían aspiraciones de clase media cuyas principales destinatarias, señala Tossounian, eran mujeres.

En este sentido, a diferencia de diversas perspectivas historiográficas que calificaban a las mujeres del periodo como consumidoras pasivas, la autora afirma que el auge de la cultura de consumo, de nuevas modas y belleza, conformó prácticas cruciales para la configuración de una identidad emancipadora de la mujer.

De esta manera, la autora intenta complementar la historiografía relativa al estudio de género del período de entreguerras cuyos ejes fueron el movimiento feminista, la educación, y la participación en el mercado laboral; aspectos, según ella, desatendidos.

El análisis de la joven moderna lleva a la historiadora, a su vez, a preguntarse sobre el significado de la modernidad en ese contexto. Para responderlo, se plantea intervenir en los debates de la modernidad, los cuales devela que en su mayoría se enfocaron en los movimientos intelectuales y los programas gubernamentales mientras que desestimaron el rol de las figuras populares femeninas en la construcción de la identidad nacional.

El libro se divide en cinco capítulos, los cuales exploran tipos particulares de feminidad moderna. El primero caracteriza los cambios culturales en la Argentina de los años 1920 y

1930, consecuencia de la emergencia de la sociedad de consumo y el aumento de la presencia de las mujeres en los espacios públicos.

Diversos productos culturales abrieron el debate en la sociedad argentina sobre el rol de las mujeres, al mismo tiempo que contribuían a la construcción de una identidad nacional. De esta manera, se fueron creando varias figuras de la joven moderna.

El capítulo 2 examina las percepciones en los medios de comunicación sobre el arquetipo estadounidense de la joven moderna: la *flapper*. En nuestro país, esa figura fue retratada de una manera simplista, asociada a las mujeres frívolas de clase alta que vestían de *bataclana*. Al mismo tiempo, la libertad y el materialismo que se expresaban en los medios permitían asociar su comportamiento a un fenómeno exclusivamente foráneo, dejando entrever las amenazas que podía ejercer el consumo a la identidad de género nacional.

El capítulo 3 explora las versiones menos negativas de la joven moderna presentadas por la cultura popular. A partir de las representaciones y experiencias de jóvenes trabajadoras, la autora sugiere que las mujeres que trabajaban fuera del hogar, pero en empleos “típicamente femeninos” eran elogiadas por su autonomía en la mayoría de los medios.

A diferencia de la imagen frívola y materialista de la *flapper* de clase alta, las asalariadas argentinas del periodo representaban en los medios indicadores de cosmopolitismo pero también autenticidad. Actrices cinematográficas como Tita Merello, por ejemplo, permitieron un arraigo cultural y difusión de los valores de la clase media.

El capítulo 4 aborda la promoción de la cultura física de las mujeres por parte de los medios populares. Durante los años 1920 y 1930 se utilizaron las nociones de salud y de belleza para fomentar el ejercicio femenino. De esta manera, el deporte representó una idea positiva de progreso y “nación vigorosa” al tiempo que para muchas mujeres representó la posibilidad de acceder a actividades antes disponibles solo para los hombres.

En el capítulo 5 se analizan los concursos de belleza como medio de escrutinio sobre los ideales de feminidad e identidad nacional. En este sentido, estos certámenes definían un ideal de identidad racial y proponían una identidad femenina que mezclaba modernidad y autenticidad.

Por último, en el epílogo se exploran los cambios y continuidades en las identidades de género planteadas por el peronismo, en particular por la figura de Eva Perón.

De esta manera, el libro nos adentra en un mundo de representaciones visuales y escritas como revistas y periódicos ilustrados, pero también literatura, canciones, cine y anuncios publicitarios o las propias experiencias de las jóvenes argentinas que permiten explorar las formas en que la cultura popular “imaginó la modernidad como una práctica marcada por el

género” (p. 26) y cómo la joven moderna reflejó miedos conservadores, pero, a la vez, expectativas de modernidad y progreso nacional.

Lucía Irene Lacunza
(IDEHESI CONICET-UBA)