

**¿El sexo vende? Erotismo, moralidad y público  
femenino en *La Mujer*  
(Argentina, 1899-1902)**

**Does Sex sell? Eroticism, Morality and Female  
Readership in *La Mujer*  
(Argentina, 1899-1902)**

**María Vicens**

Universidad de Buenos Aires  
mavicens@gmail.com

**SÍNTESIS**

*El presente artículo aborda las propuestas centrales de La Mujer (1899-1902), revista fundada en Buenos Aires por el publicista español Eduardo Sojo, y cómo estas modernizaron el campo de la prensa para mujeres del período desde el punto de vista visual y temático, al incorporar contenidos erótico-satíricos que cuestionaron los códigos morales de su época. A partir de estos contenidos, la publicación actuó como interlocutora de una sociedad que atravesaba fuertes cambios sociopolíticos a principios del siglo XX, al incluir en sus páginas ciertas formas de representar a las mujeres que tomaron distancia de la clásica domesticidad decimonónica para ubicar en el centro de sus intereses el cuerpo y la sexualidad femeninas.*

**ABSTRACT**

*This article approaches the main proposals of La Mujer (1899-1902), an illustrated magazine founded in Buenos Aires by the Spanish publicist Eduardo Sojo, and how they modernized the women's press field of the period from the visual and thematic point of view. These contents incorporated erotic and satirical elements that questioned the moral codes of its time. In this way, the publication acted as an interlocutor of a society that was undergoing strong socio-political changes in the early twentieth century, including in its pages new ways of representing women which distance themselves from the classic nineteenth century domesticity to place the female body and sexuality at the center of their interests.*

**Palabras clave:** *prensa, público femenino, sexualidad, moralidad, Argentina.*

**Keywords:** *press, female readership, sexuality, morality, Argentina.*

A principios de 1899, el dibujante y publicista español Eduardo Sojo (1849-1908) fundó en Buenos Aires la revista *La Mujer*. Conocido sobre todo por la exitosa experiencia del periódico de sátira política *Don Quijote* (1884-1903), su nuevo proyecto aspiró a seducir a un público más amplio para resolver los problemas financieros que enfrentaba por falta de pago de sus suscriptores, a partir de la adopción del novedoso formato *magazine*. Esta búsqueda se presentó, a su vez, muy ligada al éxito de *Caras y Caretas*, revista creada en 1898 por José S. Álvarez y un grupo de ex-colaboradores de *Don Quijote* que redefinió el campo de la prensa de entre siglos por el modo en que modernizó la prosa periodística, su uso de imágenes y publicidades y la incorporación de contenidos para múltiples sectores del público (Rogers, 2005, 3-7).<sup>1</sup> En sintonía con esta propuesta, *La Mujer* fue presentada como una “revista-álbum” donde “las maravillas de sus artes gráficas resplandecerán en sus elegantes páginas y todos los asuntos serán tratados con novedad original y espiritualísima” (*Don Quijote*, 1899, 4). A este nuevo producto, “elegante” y “original”, se sumaba un tono “festivo, satírico y espiritual” (4), destinado principalmente a entretener. Tanto los rasgos que se destacan en la promoción de la nueva revista como las críticas cruzadas que aparecieron en ese momento en las páginas de *Caras y Caretas*, *Don Quijote* y *La Mujer* (Rogers, 2005, 8-13) exhiben la intención principal que operó detrás del nuevo proyecto de Sojo: disputar a *Caras y Caretas* ese público emergente y ampliado que ésta había logrado captar, dejando en segundo plano la política (sin eliminarla del todo) y ubicando a las mujeres en el centro de sus contenidos.<sup>2</sup>

Una lectura detenida de *La Mujer* revela, sin embargo, ciertas diferencias clave en torno a los recursos que eligió para disputar esos sectores emergentes del público. Lejos de ofrecer imágenes destinadas al entretenimiento familiar e infantil, como en el caso de *Caras y Caretas* (Szir, 2011), gran parte de los contenidos de la revista se centraron en la mostración del cuerpo femenino, entrecruzando en estas imágenes alusiones al arte clásico y al imaginario modernista-decadentista de fin de siglo, los juegos de insinuación y sobreentendidos de la sátira y la venta de bienes de consumo, con el objetivo primordial de atraer a sus lectores y lectoras a través de una combinación explosiva de sexualidad, jocosidad, entretenimiento y placer visual. Con este nuevo

proyecto Sojo parece abroquelarse en una premisa que se convertiría en uno de los ejes principales del discurso mediático del siglo XX: *el sexo vende*, sea cual sea el mensaje que se pretende comunicar, conservador o rupturista.

No era la primera vez que el publicista incursionaba en este sugerente territorio: *Don Quijote* había trabajado de manera sistemática sobre la sexualidad del cuerpo femenino en clave alegórica y con una abierta intencionalidad política que apuntaba sus críticas más feroces al clero y los partidos locales, al punto de haber sido encarcelado varias veces por sus imágenes violentas e “indecentes” (Malosetti Costa, 2005, 257). Como señala Carlos Andrés Celis Gómez (2013), este uso alegórico, en general destinado a representar la república, había jugado un importante rol en la formación de la opinión pública durante la Revolución Francesa y se siguió expandiendo en Europa y América a lo largo del siglo XIX, hasta ser adoptado por periódicos satíricos porteños como *El Mosquito* (1863-1893) y *Don Quijote*. A diferencia de estas predecesoras, las imágenes femeninas que aparecieron en *La Mujer* no solo se alejaron de la alegoría, sino que también relegaron a un segundo plano la crítica política y la representación de la violencia para concentrarse en la exhibición de mujeres reales que, ante todo, buscaban seducir.



Imagen 1: portada de *La Mujer*, número 10 (s/f).

Imagen 2: fotgrabado del artículo "Vida social" (s/f, 7).

Imagen 3: fotgrabado del artículo "En el boudoir" (s/f, 14).

De este modo, la revista tomó distancia de las representaciones tradicionales de jóvenes contenidas, ingenuas y virtuosas que por lo general se publicaban en la prensa de la época, para mostrar más bien lo contrario: cuerpos en poses lánguidas, hombros y piernas desnudos, miradas seductoras a la cámara o sorprendidas por el deseante ojo de quien las “descubre” en medio de escenas íntimas. ¿A quién, entonces, estaba realmente dirigida *La Mujer*? ¿Acaso esos cuerpos erotizados develan el interés exclusivo por un lector masculino? Y en ese caso, ¿constituían un público lo suficientemente amplio como para saldar los problemas financieros del publicista?

Las primeras definiciones de la revista apuntarían en este sentido; lo más razonable sería suponer que *La Mujer*, más allá de sus intenciones de competir con *Caras y Caretas* y la amplitud de su convocatoria, era en realidad una revista para el público masculino, alimentado por la llegada masiva al país de hombres jóvenes y solteros que fomentaban las campañas inmigratorias del Estado argentino desde finales del siglo XIX, el crecimiento urbano y la incipiente industrialización. Este fuerte incremento de la población masculina disparó, entre otros fenómenos, la explosión de la prostitución y la trata de mujeres (Guy, 1994), así como una nueva batería de discursos que abarcaba desde manuales y otro tipo de impresos centrados en la educación amorosa y los vínculos afectivos de las clases populares (Lobato, 2011), publicaciones enfocadas en la sexualidad femenina y el control de la natalidad (Nari, 2004; Queirolo, 2013), hasta los primeros ensayos de cine pornográfico (Cuarterolo, 2015). En este contexto, el imaginario erótico con el que dialoga *La Mujer* se perfila como un mundo en construcción, de amplia difusión en esos años, según describe Laura Malosetti Costa, en el que se destaca “la fluidez con que las imágenes, los símbolos, las formas de pensar y sentir circularon entre la cultura de las élites y la de las clases populares, en una ciudad que por esos años alimentó una fama mundial de ser tan bella y seductora como peligrosa” (2015, 5).

Es precisamente la “fluidez” de ese imaginario en construcción el rasgo que me interesa como punto de partida para este trabajo, ya que la interlocución entre diversos circuitos y públicos que menciona Malosetti Costa se observa no solo en los intercambios entre la cultura de las élites y las clases populares, sino también –y especialmente en

el caso de *La Mujer*— en las relaciones de género y el público lector. Un rastreo atento de la revista revela que sus páginas, cargadas de deseo, corporalidad y placer están, también, destinadas a las lectoras, al punto que, a partir del número 17, la publicación vira su discurso y su diseño para dirigirse de un modo casi exclusivo al público femenino, sin abandonar del todo la inclusión de desnudos pictóricos y fotografías sugerentes.<sup>3</sup> Este rasgo dispara nuevos interrogantes sobre las estrategias que utilizó Sojo para competir con *Caras y Caretas* y cómo estas se relacionaron con el consumo erótico por parte de las mujeres de la época.

*La Mujer* fue, en este sentido, uno de las revistas ilustradas más modernas de su época, al colocar en primer plano un cuerpo femenino despojado del corset, adelantándose en más de un aspecto a las propuestas visuales de revistas para mujeres, más tradicionales, exitosas y longevas, como *El Hogar* (1904-1960), *Plus Ultra* (1916-1930) y *Para Ti* (1922 hasta la fecha). Estas innovaciones tuvieron una importancia central en el campo cultural del período, ya que convirtieron a estas publicaciones en las encargadas de traducir en un lenguaje periodístico los cambios y persistencias en los roles de género de la época, y de construir un imaginario de deseo y consumo en torno a ellos (Newman, 1990; Batticuore, 2007; Ariza, 2011; Kaczan, 2013). Pese a estos puntos de contacto, el proyecto de Sojo muestra una diferencia fundamental con estas sucesoras. Más que cumplir la función tutorial que se designaban estos periódicos para normativizar el “deber ser” femenino, las imágenes y textos de *La Mujer* componen un sinuoso discurso a medio camino de la prevención moral, la exhibición y el cuestionamiento de ciertas reglas sociales, al límite de la provocación. Este se centró en un universo protagonizado por el cuerpo femenino erotizado, a partir de diversas propuestas que, como se analizará en los siguientes apartados, funcionaron —con sus vaivenes— de un modo disruptivo para la moral sexual de la época.

## HEDONISMO Y CONSUMO DE ENTRE SIGLOS

Desde mediados de la década de 1870, los periódicos para mujeres comenzaron a ser un segmento atractivo para los publicistas de la época, impulsado por la modernización de la prensa, los avances

técnicos en el mundo de la ilustración y la imagen, la expansión del público lector y una incipiente sociedad de consumo que encontró en la publicidad y el periodismo su principal vehículo para conectar con los lectores y lectoras de su tiempo (Eujanian, 1999; Szir y Félix Didier, 2004; Hallstead, 2006). Por este motivo, los periódicos para mujeres –desde los centrados en la ilustración femenina, como *La Ondina del Plata* (1875-1880), *El Álbum del Hogar* (1878-1887) y *La Columna del Hogar* (1899-1902), hasta los figurines de moda, como *Las Modas Hispanoamericanas* (1881) y *La Elegancia* (1882)– funcionaron como un amplio campo de promoción de bienes de consumo, gracias a sus páginas de avisos y secciones como columnas de moda, crónicas sociales, variedades y misceláneas. Así se convirtieron en “escaparates de papel” y se volvieron en sí mismas un producto que abría la puerta a otras manufacturas a través de imágenes y textos, cuyo objetivo central era fomentar el deseo de compra en sus lectoras, identificándolo con el cuerpo y la identidad femeninas, como ha señalado Margaret Beetham en relación con las revistas inglesas (2003, 8). Lectura, deseo, consumo y sexualidad se vincularon de manera intrínseca en ese universo femenino que plasmaron la prensa y la literatura del período, desde clásicos europeos como *Madame Bovary* (1856) y *Au bonheur des dames* (1883), hasta obras locales como *La gran aldea* (1884) o *Sin rumbo* (1885). En todas estas novelas, así como en los periódicos contemporáneos, las mujeres fueron representadas como sujetos atravesados por lo emocional, especialmente débiles ante las tentaciones materiales y/o sexuales.<sup>4</sup>

Frente a este panorama, las revistas para mujeres de entre siglos se presentan como un objeto bifronte, que estimula y explota en ciertas secciones aquello que no deja de condenar en la mayoría de sus páginas como peligroso (la moda, los bienes de lujo, las medicinas milagrosas) y *La Mujer* no será una excepción a esta lógica. Si bien Sojo había ganado fama con *Don Quijote* por su humor corrosivo y libertario, enfocado sobre todo en la política, su nuevo proyecto se distanció de ese humor mordaz para enfocarse en los deseos de consumo, ocio y placer de la sociedad de la época, pero a partir del tono picaresco de la sátira y del atractivo visual de imágenes que se alejan de las representaciones tradicionales de mujeres y se caracterizan por su sensualidad.

A través de estas poses, que en su mayoría sugieren sin exhibir, *La Mujer* incursiona en el terreno de lo erótico, tanto en su acepción más clásica, relacionada con el mundo de la picardía y la insinuación (Lo Duca, 1967), como en su versión más abiertamente sexual, gracias a la incorporación de obras plásticas en sus páginas. Estas últimas remiten a un imaginario modernista-decadentista en pleno auge durante el período. De hecho, en sus comienzos, *La Mujer* reproduce numerosas obras de los salones parisinos que, por lo general, se amparan en el mundo y los temas clásicos para exponer desnudos femeninos y escenas homoeróticas, sin tapujos y protegidas por la noción de “arte culto”. Asimismo, la revista publica ilustraciones y textos asociados a las típicas escenas del clima parisino finisecular (bailarinas de can-can, *cocottes* que beben y ríen en cafés o mujeres que se cambian en *boudoirs* con decoración recargada), también asociadas con la sensibilidad del Modernismo.<sup>5</sup>



Imagen 4: “La lección de hechicería”, cuadro de Boulet de Monviel – Salón 1880 (s/a, 15).



Imagen 5: “El tocador de Venus”, cuadro de Rubens. Bellas Artes – Escuela Flamenca (s/a, 15).

Estas referencias de Sojo al arte clásico son permanentes tanto en *Don Quijote* como en *La Mujer* y dan cuenta, como señala Laura Malosetti Costa, de “un dibujante erudito” (2005, 258), cuyas caricaturas “abundan en citas, guiños y parodias de arte consagradas en

el *corpus* de la gran tradición artística occidental y en particular de la española” (258). La diferencia en este punto entre ambos proyectos residiría en el *efecto* buscado: si en ambos casos son imágenes que apelan, según Malosetti Costa, a “un terreno compartido con sus lectores, a un lenguaje común a partir del cual crear consensos” (258), el objetivo en el caso de *Don Quijote* se concentraba en la crítica política, mientras que en *La Mujer* se construye un discurso a medio camino del disfrute erótico y la prevención moral que busca captar un público amplio, urbano y mixto.

Esa búsqueda de un “lenguaje común” también incluye la apelación a un tono cómplice con los lectores, emparentado sin duda con la picaresca. En el texto “En el boudoir” (acompañado por dos imágenes de mujeres en ropa interior que exhiben sus piernas y miran a quien las retrata con expresión seductora) se señala, por ejemplo: “Una dama no puede habitar una casa sin boudoir; ¿a quién confiaría sus pensamientos atrevidos? ¿Sus reflexiones más atrevidas todavía? ¿Sus traiciones, sus perfidias, sus ilusiones y sus... realidades? Si las paredes hablaran, nos ensordecirían las de los *boudoires* [...]” (s/f, 14). El tono del texto es el del satirista clásico que señala los problemas relacionados con la moral de su tiempo (el adulterio, el peligro de los secretos y fantasías femeninas), pero al mismo tiempo los disculpa y aprovecha el atractivo de esos “pecados” discursiva y visualmente, al ironizar sobre esos ámbitos íntimos que invitan a la fantasía. A partir de estos contenidos, *La Mujer* se carga de doble sentido, de erotismo y, también, de moralidad, a partir del uso de tópicos clásicos de la sátira en chanzas, diálogos breves y poemas que complementan la dimensión visual de la publicación y adquieren nuevos significados en el contexto de entre siglos.

Es en este punto donde se observa especialmente el carácter dual de la revista: por momentos, la propuesta de Sojo parece apoyarse en esos cuerpos femeninos para avivar las fantasías de su público y discutir la moral sexual de su tiempo y, en otros, presenta un discurso que, por el contrario, se muestra indignado ante la supuesta “relajación de las costumbres” de la modernidad y se desentiende de sus propias imágenes, que explotan esa nueva veta de la cultura visual. Y este aspecto es fundamental, ya que, a través de la incorporación de este tipo de imágenes y de textos relacionados con la llamada “relajación



de las costumbres”, *La Mujer* delinea un universo discursivo en el que el cuerpo femenino erotizado y las referencias a comportamientos sexuales disruptivos de la moral burguesa de la época erosionan el mundo de la prensa para mujeres, tan afincado en figuras como la del ángel del hogar.

## SEXUALIDAD/EROTISMO

Ahora bien, ante este panorama, es válido preguntarse: ¿qué tipo de sexo vende *La Mujer*? ¿Cómo encuadra y retrata esos cuerpos erotizados? ¿Qué comenta de ellos y qué calla? ¿Para quién están pensados sus textos y qué mensaje buscan transmitir? Porque esa mirada erótica en relación con las mujeres no solo provoca la atracción y curiosidad del público, sino que también exhibe el cuerpo femenino de modos específicos y lo normativiza en función de ciertos parámetros. Y estos están directamente relacionados, creo, con la coyuntura de la época y el modo en que la revista elige ubicarse en ella.

Desde que Michel Foucault publicó *Historia de la sexualidad* (1977), sabemos que analizar esta dimensión implica también pensar en los discursos que buscan direccionarla y reglamentarla. El trabajo de Foucault también fue clave para demostrar que, si bien una etapa histórica puede ser percibida como un período de mayor represión sexual, este clima social, lejos de invisibilizar el tema, lo potencia y diversifica desde el punto de vista del discurso, ya que instituciones y poderes como la medicina y el orden jurídico tienden a administrar con particular ahínco esa sexualidad y sus posibles “desbordes”. En el caso argentino, investigadoras como Donna Guy (1994), Dora Barrancos (2002, 2007), Marcela Nari (2004) y Mirta Lobato (2007), entre otras, han indagado en las problemáticas que emergieron en las primeras décadas del siglo XX en torno a las mujeres y la sexualidad, vinculadas con la inmigración, la expansión de la economía capitalista y la creciente presencia femenina en el mundo laboral, y cómo se posicionaron los sectores políticos y civiles frente a estos fenómenos. Estos agentes, señalan las investigadoras mencionadas, desarrollaron durante el período una amplia gama de proyectos centrados en la profilaxis social, cuyo principal objetivo era controlar los comporta-

mientos sexuales percibidos como peligrosos ante el crecimiento de los índices de enfermedades venéreas, abortos ilegales y niños expósitos.<sup>6</sup>

La prensa emerge ante este panorama como una fuerte caja de resonancia de este tipo de fenómenos, al exponer distintas facetas ideológicas, políticas y discursivas en función del perfil periodístico de cada publicación. Por un lado, los periódicos para mujeres centrados en el activismo político –por lo general, anarquistas o socialistas–, como *La voz de la mujer* (1896), *Nosotras* (1903) y *Unión y Labor* (1909-1913), se preocuparon por concientizar sobre ciertos aspectos de la sexualidad femenina vinculados con el control de la natalidad y la protección de las madres, basándose en un pensamiento sanitarista preocupado por la profilaxis social y enfocado en la prevención. Para estas publicaciones, lo central era evitar la expansión de enfermedades venéreas y prácticas como el aborto, a partir de la educación y en su vertiente higienista (Queirolo, 2013). En este sentido, la sexualidad entendida en términos de placer femenino apenas apareció esbozada en estos periódicos, ya que, como ha señalado George Bataille (1957), la reproducción y el erotismo se presentan en la cultura occidental como dos dimensiones opuestas de la sexualidad humana. Esta máxima se cumple por lo general en este tipo de publicaciones, más concentradas en evitar embarazos no queridos, enfermedades y muertes, que en explorar el deseo femenino.<sup>7</sup>

Por otro lado, el periodismo de interés general también se hizo eco de estas crecientes preocupaciones en el campo social y las procesó de distintas formas. Una de las que se observa con mayor frecuencia en *Caras y Caretas*, por ejemplo, es el artículo de fondo, a medio camino entre el caso clínico y la curiosidad. Este cruce se observa en notas como “Dafne Vaccari – La mujer hombre”, donde se relata la vida de una mujer transgénero, identidad retratada como un fenómeno peligroso, cuya única explicación posible es el trauma de la infancia –“Niña aun, cuando contaba 14 años, hubo de ser víctima de la insania de un sujeto de su misma población” (Escalante, 1908: s/p)–, si bien en el artículo también se destaca que, como Arturo de Aragón (nombre que adopta Vaccari), el protagonista en cuestión viaja solo por Europa y América, se desempeña en todo tipo de trabajos y hasta puede expresar abiertamente sus deseos por otras mujeres. “Los piropos, miraditas y aun pláticas más o menos sostenidas fueron

moneda corriente en la vida de la mujer-hombre”, detalla el autor de la nota (s/p). Sin embargo, esta identidad de género disidente –y sus innegables beneficios, que se reflejan en la libertad de viajar, trabajar y amar– solo se expone, descubrimos al final, porque hay un regreso a la norma, ya que “la interesante heroína de esta historia que parece novela ha resuelto vestir desde ahora con un traje que corresponda á su sexo” (s/p).

La resolución del artículo se emparenta con otras advertencias y miedos que resuenan en *Caras y Caretas* en los primeros años del siglo XX en torno a las mujeres, su mayor presencia en la esfera pública y sus crecientes reclamos de derechos civiles y políticos, al mismo tiempo que sintoniza con el mercado al afirmar que una mujer es lo que viste. Durante sus primeros años, *Caras y Caretas* entrecruza de manera sistemática ejemplos de mujeres célebres del pasado y el presente, como Juana Manuela Gorriti y Marie Curie, con crónicas sobre eventos organizados por noveles asociaciones femeninas y notas sobre “curiosidades”, como las mujeres conductoras, las “barras” violentas de sufragistas y casos como los de Dafne Vaccari; una diversidad temática e ideológica que refleja la inestabilidad de los roles de género en ese escenario de modernización que impone el período de entre siglos.

Paralelamente, el cierre tranquilizador de la nota sobre Vaccari intenta obturar una fisura que abre el propio discurso periodístico en la moral sexual de la época, en busca de lo novedoso, y que, sin embargo, no logra cerrar del todo: el interés suscitado por el núcleo de la historia y una disidencia sexual que, si bien se critica, en ese mismo gesto es visibilizada, encuentran un lugar en una revista masiva como *Caras y Caretas* y esta presencia no deja de ser significativa. De hecho, un vaivén similar puede observarse algunos años después en *El Hogar*, cuando la revista publique, por ejemplo, producciones de mujeres vestidas como hombres y las titule “Perspectivas del feminismo” (1916), explotando un cruce entre activismo político y disidencia sexual, que produce miedo y atracción en simultáneo.<sup>8</sup> Estos ejemplos muestran cómo el periodismo de información general dio cuenta de nuevos comportamientos sexuales y políticos de las mujeres de entre siglos, pero tomó distancia de esos fenómenos, enfatizando su carácter atípico. Es decir, lo que se destaca –y se explota desde el punto

de vista periodístico en base al principio de novedad– es el carácter “anormal” de esos comportamientos, para interpretarlos ya sea en una clave médica que ofrece posibles “curas” para estas identidades o, como señalan Carlos Figari y Florencia Gemetro (2014), para exhibirlos como una diferencia sin nombre.<sup>9</sup>

En resumen, se podría afirmar, en base a los casos analizados, que la prensa argentina de principios del siglo XX elaboró una batería de discursos para dar cuenta de una temática en eclosión como la sexualidad, relacionada, a grandes rasgos, con dos enfoques: el de la profilaxis social y la pedagogía, por un lado, y el de la curiosidad entrecruzada con el caso clínico, por otro. Sin embargo, ninguna de estas dos perspectivas es la que expone *La Mujer*, ya que su imaginario entrecruza, como se señaló en el apartado anterior, un universo erótico centrado en el cuerpo femenino, con ciertos aspectos de la estética modernista de moda y una mirada satírica y jocosa de las costumbres de la época. En este escenario que propone la revista, los deseos sexuales, masculinos y femeninos, emergen en otra clave discursiva, que se aleja del didactismo sanitarista y la curiosidad periodística, para visibilizarse como comportamientos picarescos: pecadillos que por lo general presentan una reprimenda final, pero cuyo eje de atención está puesto en el relato del deseo en sí.

Esta mirada se puede rastrear especialmente en las secciones Cuentos originales y Bocetos de novela. Ambas cuentan una historia en varios cuadros, a partir de imágenes y textos breves, que en su mayoría narran comportamientos que desbordan de diversas formas la moral sexual de la época, a partir de tópicos de la sátira clásica (y del propio arsenal discursivo-expresivo de Sojo, que ya había aparecido en *Don Quijote*), como el voyeurismo, la bigamia, la blastolagnia, el travestismo, el lesbianismo, el uso del sexo para engañar o las relaciones por interés. Todos estos temas funcionan como premisas de las historias que se despliegan a través de imágenes y textos. Son relatos que buscan explotar la curiosidad del público a partir de comportamientos enfocados en el deseo sexual (y, en general, por fuera de la norma), pero que, a diferencia de las posturas adoptadas en otros periódicos en relación con la sexualidad y el público femenino, proponen cierta ambigüedad discursiva gracias al humor y al hecho de que en varios de ellos los personajes masculinos son encarnados

por mujeres. Tanto la fragilidad de esa representación como el tono jocoso con el que se cuentan los sucesos refuerzan el clima picaresco que atraviesa a la publicación y quiebran el tono moralista que sus diálogos breves y refranes adoptan en otras zonas.<sup>10</sup>



Imágenes 6 y 7. Ilustraciones de “Los países bajos”, cuento que narra un caso de voyeurismo (s/f, 6-7).

Estos relatos visuales (antecedentes en más de un sentido de las futuras fotonovelas) refuncionalizan los temas tradicionales de la sátira sexual en la coyuntura argentina de entre siglos y sus preocupaciones específicas, a través de la innovación visual y narrativa que proponen sus páginas y su potencial de llegada masiva al público lector. En este marco, los contenidos de la revista actúan de manera disruptiva en el campo de la prensa para mujeres de la época, tanto por los cuestionamientos que se filtran en ese discurso moral que se transmite a través de la sátira (y que apunta a tratar de contener esa sexualidad en eclosión), como, y sobre todo, por lo que muestra; por cómo estas imágenes conectan el cuerpo y el deseo femeninos y los exhibe, algo sin duda inusual para este período. Es más, frente a esta inestabilidad del discurso escrito y visual, la ambigüedad se expande a otras zonas de la revista. Este es el caso de *El eterno femenino*, sección dedicada a retratar perfiles de mujeres que sintoniza con los contenidos de la prensa femenina más tradicionales –por lo general centrados, como señalé anteriormente, en definir su “deber ser” y

tipificarlo en caracterizaciones idealizadas—, al incluir textos como “La virgen”, “La criolla”, “La rubia”, “La risueña” y “La apasionada”. Sin embargo, también aquí se incorporan, con el paso de los números, temas por lo menos sugerentes en las diferencias que connotan.



Imagen 8. “El otro sexo” (s/f, 3).

En “El otro sexo”, por ejemplo, una foto de dos mujeres con los hombros desnudos y en actitud de confianza acompaña el siguiente texto:

Hay que figurárselas en la vida real, tal como aparecen en nuestro fotograbado. Unidas siempre, amigas de la infancia, condiscípulas de colegio, hechas a esta unión de manera tal, que piensan lo mismo y con las mismas cosas, y tienen un solo gusto para las dos.

Son inseparables. Prefieren los lazos que las atan, a los lazos de los vestidos, lo que tratándose de mujeres jóvenes y bonitas, casi parece una exageración. Contra este afecto que una y otra se profesan, afecto con todos los caracteres de entrañable, se embotan los ataques de sus numerosos pretendientes. No quieren casarse, no quieren tener novio, odian el amor y son completamente felices.

El hombre tiene la culpa de que ocurran hoy con tanta frecuencia y se vean con tanta profusión estos casos de “no hay caso”, digo de “no hay casorio”. (3)

El texto no nombra eso que retrata –el lesbianismo–, pero sin duda se detiene en connotarlo, justificando esta atención en su carácter de “fenómeno” (señala los casos en aumento) y como una faceta más de esa mentada relajación de las costumbres que parece funcionar como la gran clave habilitadora para hablar de lo que en realidad despiertan la curiosidad, el miedo y la atracción erótica del público lector: la sexualidad. Es a partir de la sátira que *La Mujer* encuentra una nueva vía para dar cuenta de este universo, sin recurrir a la medicina, la jurisprudencia o la profilaxis social, al menos, como ideario central. Alejada de la seriedad con la que estos discursos se presentan a la sociedad y amparada en la duplicidad que tanto la ironía como el humor proponen en la base misma de sus discursos, la revista de Sojo conecta esta dimensión irreverente y provocadora con un erotismo visual, que enmarca y protege a través de la inclusión de obras de arte cultas, para construir una publicación en la que la mujer aparece como un objeto y sujeto del placer.

Estos deseos femeninos, sin embargo, se presentan en tensión, no sólo en relación con los mensajes normativos de la publicación –la sátira, como señala Claudia Roman, siempre tiene un componente moral insoslayable (2010, 30)–, sino también con los problemas derivados de las perspectivas masculinas y femeninas en torno al erotismo.<sup>11</sup> En *La Mujer* el discurso erótico está enmarcado indudablemente desde la mirada de los hombres: ellas están ahí para seducirlos a ellos, si bien el periódico de Sojo está dirigido a un público mixto que con el tiempo se feminiza progresivamente. Creo que esta duplicidad –incorporar imágenes eróticas para el público masculino, mientras también se dirige a las mujeres– desestabiliza una publicación difícil de interpretar de por sí y explica en gran medida los profundos cambios que atraviesa después de su etapa inicial. Como se señaló al comienzo de este trabajo, a partir del número 17 de su primer año, la revista empieza a mutar: toma distancia del tono picaresco y de las imágenes sugerentes e intimistas que la habían caracterizado y se reorienta hacia una propuesta más clásica en el campo de la prensa de mujeres.<sup>12</sup>



Imágenes 9 y 10: portadas de la mujer con retratos de mujeres célebres (Remedios Escalada de San Martín y Madame de Sevigné).  
Imagen 11: fotograbado de “La belleza del diablo” (s/f, s/p).

Esas jóvenes anónimas que habían mostrado sus hombros y mirado a la cámara en forma provocativa dejan su lugar a los retratos de mujeres patricias, que comienzan decorar las portadas del periódico, junto con breves reseñas que cantan loas a la ilustración, la grandeza, la abnegación y el instinto maternal de esas damas excepcionales. Con este giro, *La Mujer* se reviste del “buen tono” clásico que habían promovido desde sus comienzos los periódicos para el público femenino, al exaltar el carácter virtuoso de mujeres célebres de la historia, sumar reproducciones de escenas idílicas (picnics al aire libre, situaciones familiares) y retratos de jóvenes risueñas, además de postergar –sin abandonar del todo– la sátira, las bromas y diálogos jocosos, así como los contenidos picarescos y sus comentarios escépticos sobre los placeres de la vida conyugal.

Considero que este cambio se debe principalmente a una decisión de origen comercial: si en un principio la idea de Sojo había sido disputar el éxito de *Caras y Caretas* a partir de la polémica y de una nueva propuesta periodística ágil en su prosa y sugerente (por no decir escandalosa) desde el punto de vista visual, que apuntara a un público mixto, la reorientación de la revista indica el fracaso de esta idea y la búsqueda de una nueva estrategia para mantener a flote una empresa que, de todos modos, entraría en crisis en esos años. En 1902 Sojo da por terminado el proyecto de *La Mujer* y un año después



su iniciativa más exitosa, *Don Quijote*, es refundida en *Don Quijote Moderno* y pasa a ser dirigida por Ascensión Blasco, quien tras la muerte de su primera esposa –también en 1902–, se casaría con él. En la pulseada con ese proyecto dinámico, humorístico sin ser corrosivo y *multi-target* que encarnaba *Caras y Caretas*, el antiguo mentor pierde frente a sus discípulos, en parte, porque no logra encontrar la fórmula exacta para ganarse a ese atractivo público femenino en expansión: ya sea por exceso de provocación sexual o de virtud decimonónica, *La Mujer* no llegó a convertirse en un clásico de las lectoras. Este galardón estaría reservado para revistas como *El Hogar* y *Plus Ultra*, sucesoras que, si bien comparten con la revista de Sojo su prosa breve y fluida y, especialmente, la atención al cuerpo femenino como una pieza fundamental de su atractivo visual, están muy lejos del erotismo que muestran las imágenes del español, así como de su irreverencia a partir del uso de la sátira y la picaresca.

#### A MODO DE CONCLUSIÓN

Con esta reconversión en una publicación más tradicional, *La Mujer* pierde, además, su potencial disruptivo, esa ambigüedad que hace de la publicación un proyecto tan sugerente. Sin embargo, este cambio no termina de borrar las huellas dejadas por Sojo en la etapa inicial de su proyecto: los primeros números de la revista constituyen un corpus acotado, una “cápsula”, que funciona como un testimonio privilegiado sobre la presencia del erotismo en el imaginario social de la época y cómo este se plasma y circula en la prensa local, en un momento de modernización cultural como el período de entre siglos. En este punto, *La Mujer* exhibe con particular intensidad el hecho de que, si por un lado, los poderes, en términos de Foucault, operan por lo general a través del discurso para normativizar la sexualidad y encuadrarla en determinados parámetros; por otro, la historia muestra cómo, en sus diferentes períodos, la sociedad ha encontrado puntos de fuga para desacomodar –y reinventar– esas reglas.

En el caso de Sojo, este efecto, esta fisura en el discurso establecido, se sostiene fundamentalmente sobre dos rasgos específicos de *La Mujer* y el cruce genérico que impulsa el publicista en un principio: la sátira jocosas y el erotismo visual

son los dos ejes en los que se apoya su propuesta para ofrecer al público de principios de siglo XX otra faceta de la sexualidad femenina, ya no vinculada a la profilaxis o al caso clínico. Estos dos rasgos pueden aparecer y entrecruzarse en *La Mujer*, creo, debido a la propia trayectoria de su director, ya que no proviene del mundo de la prensa para mujeres y, para cuando funda la revista, ya es una firma reconocida especialmente por sus sátiras. Por lo tanto, no incluir esta dimensión en su nuevo proyecto hubiese implicado para el publicista el riesgo de perder parte de sus seguidores. Frente a este panorama, Sojo se aventura en la creación de un proyecto híbrido que busca aprovechar las tendencias estéticas, sociales y comerciales de ese agitado pasaje de siglo para procesarlas a través de su mirada irónica y jocosa de la sociedad que lo rodea. Y, en este proceso, crea una revista atípica, provocativa en sus planteos e imágenes, que tiene el gran atractivo de mostrar a las mujeres del principios de siglo XX como sujetos sexuados y deseantes; mujeres que rompen con el corset moral de la domesticidad femenina cuando el ángel del hogar todavía tiene (y tendría en los años sucesivos) plena vigencia.

## NOTAS

1 Cuando Sojo llegó a la Argentina a principios de la década de 1880 ya era un exitoso publicista e ilustrador en España, conocido por su sátira mordaz, republicana y anticlerical. Fundó varios periódicos en Madrid, Buenos Aires y Montevideo, entre ellos, la versión porteña de *Don Quijote*, uno de sus mayores éxitos debido a su humor corrosivo y la calidad de ilustradores como Pellicer, Álvarez, Cao y Mayol, más tarde fundadores de *Caras y Caretas*. Para un análisis detallado de estos periódicos y sus directores, véanse los trabajos de Eduardo Romano (2004), Laura Malosetti Costa (2005), Antonio Laguna *et al.* (2016) y Claudia Roman (2017). Respecto a la formación del público en la Argentina de entre siglos también es insoslayable la mención de *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*, de Adolfo Prieto (1988).

2 El vínculo entre las tres publicaciones mencionadas es central, sobre todo, para analizar el formato que Sojo adoptó en *La Mujer*: como *Caras y Caretas* en sus inicios, tenía un tamaño más pequeño y más páginas (24, en los dos casos) que *Don Quijote* (que contaba con 4 páginas), así como incorporó el color y técnicas de co-

- llage para sus ilustraciones (que por lo general solo firmaba él con su seudónimo, “Demócrito”). También incluyó fotografías, un papel de mejor calidad y, como *Caras y Caretas*, su precio por unidad era 20 centavos, a diferencia de los 10 centavos que costaba *Don Quijote*. Por estas similitudes, creo, la crítica en general ha asociado *La Mujer* con sus predecesoras, sin detenerse en su tratamiento del cuerpo femenino y su particular relación con las lectoras, aspectos en los que se centra este trabajo.
- 3 Desde un comienzo, *La Mujer* publica columnas de Salones y Modas dirigidas específicamente a sus lectoras, en las que explota un discurso sostenido sobre el cotilleo y la confidencia, para reforzar la interpelación a ese sector del público, como se observa en el siguiente fragmento: “Mis amadas lectoras: ¡Qué inefable dicha siento al asir mi pluma de oro, para reanudar con vosotras, flores humanas, estas *causeries* íntimas, mucho más íntimas que la polka, y que son como el perfume de mi espíritu transmitido [...] á vuestras almas puras y cándidas y casaderas” (“Salones y modas”, *s/a*, 7). Sin embargo, a partir del número 17, el tono picaresco de la revista empieza a alternar con otro más serio, mientras que se incluyen imágenes más ingenuas y la publicación pasar a definirse como un “álbum para las familias”. Retomaré este aspecto más adelante.
  - 4 Rita Felski (1995) y Lori Merish (2000) han analizado el modo en que estos aspectos eclosionaron a finales del siglo XIX en la literatura y las artes europeas y estadounidenses, repletas de obras que plasmaron estos fantasmas al retratar a las mujeres como seres dominados por la pasión, la moda y el lujo frente al aburrimiento de la vida burguesa y, a la lectura, como el medio para acceder a esas fantasías. He analizado este problema en los periódicos para mujeres argentinos en “Pasiones prohibidas: lectoras, consumo y periodismo en la Argentina de 1880” (2014). Para una aproximación al campo de la prensa latinoamericana del siglo XIX y la tensión entre frivolidad, entretenimiento e ilustración, véase *Cuando lo nuevo conquistó América: prensa, moda y literatura en el siglo XIX*, de Víctor Goldgel (2013).
  - 5 Buenos Aires fue uno de los epicentros del Modernismo latinoamericano, en gran medida debido a la llegada de Rubén Darío a la ciudad en 1893 y la influencia que ejerció sobre sus contemporáneos. El Ateneo de Buenos Aires, diarios como *La Nación* y *El Tiempo*, la vida nocturna y la bohemia de la ciudad fueron algunos de los núcleos locales de un fenómeno transnacional y multiforme. Para un acercamiento a este período, me remito a los trabajos de Laura Malosetti Costa (2001), Susana Zanetti (2004), Pablo Ansolabehere (2012) y Alejandra Laera (2014).
  - 6 En estas discusiones fueron muy activas las asociaciones femeninas, como el Consejo Nacional de Mujeres, que se proponían desde distintas posturas ideológicas mejorar la situación de las mujeres en general y reclamar por sus derechos políticos y civiles. Para un panorama más amplio sobre el período, véanse los trabajos de Marifran Carlson (1988) y Asunción Lavrín (2005), además de los ya mencionados.
  - 7 Incluso una publicación que abogaba por la libertad sexual y la abolición del matrimonio, como *La Voz de la Mujer*, priorizó en su discurso la denuncia y la prevención, más que la exploración del deseo femenino. Señala Laura Fernández Corde-

ro en relación con la prensa de mujeres anarquista del período: “[...] la mayoría de los discursos a propósito del control de la natalidad no estaba relacionado con la libre disposición de las mujeres sobre sus propios cuerpos, sino con el fin social de limitar los nacimientos, según predicaba aquella corriente. La propuesta permitía separar la sexualidad de la procreación e invitaba a disfrutar sin tantas preocupaciones de las ‘alegrías del coito’, pero no hay indicios firmes de que las mujeres explotaran ese tipo de lecturas. Por el contrario, ellas produjeron gran cantidad de discursos orientados a sacralizar la maternidad como una misión que las definía y las impulsaba a la acción” (2017, 22).

- 8 En este caso, la guerra marca el posicionamiento de la revista para respaldar el trabajo femenino, ya que en la nota se sostiene: “En virtud de las circunstancias que actualmente conmueven al mundo, comprometiendo la existencia y preponderancia del sexo fuerte, se ha podido ver que la mujer puede ventajosamente sustituir al hombre en muchas de sus más interesantes funciones sociales. [...] He aquí varias ocupaciones propias del sexo masculino, que podrían ser suplantadas por ‘ellas’, y lo cual es casi una prueba de que los hombres no son tan insustituibles como se cree... por lo menos en los escenarios.” (1916, s/p).
- 9 Figari y Gemetro analizan cómo se retrata y obtura el lesbianismo en la opinión pública a mediados del siglo XX, al evitar nombrarlo como una identidad de género. Este fenómeno ya se observa décadas antes en *La Mujer*, ya que, si por un lado, la alusión al imaginario homoerótico femenino es sistemática, a partir de la inclusión de imágenes de parejas de mujeres en situaciones íntimas; por el otro, el lesbianismo nunca es nombrado de manera específica. Para una aproximación a este tema, véanse también los trabajos de Karina Ramacciotti y Adriana Valobra (2014) y de Laura Arnés (2016).
- 10 El discurso satírico de *La Mujer* reproduce miradas irónicas sobre las costumbres de la época, desde voces más tradicionales que señalan, por ejemplo, “Las mujeres son débiles, porque no se hallan sostenidas sino por el corazón” (“Pensamientos”, s/f, 5), hasta diálogos que cuestionan esas mismas normas, como el siguiente: “Una señora encuentra en la calle a una ex mucama:—¿Cómo te va, Juana, cómo te va? [...] ¿Tienes mejor paga que la que yo te daba? / —¡Qué esperanza! Ahora trabajo gratis. Me he casado.” (“Sin antifaz”, s/f, 16).
- 11 El erotismo ha sido un tema de debate de larga data en el campo de los estudios de género. Si bien los primeros trabajos en esta área, especialmente los de las feministas estadounidenses de 1960 y 1970, analizaron cómo en el arte y los medios la mujer siempre había sido representada como un objeto de deseo de la mirada masculina, en las décadas posteriores se rastrearon más bien las fisuras por donde se filtraban otras miradas del placer femenino u homoerótico, sobre todo, a partir de la eclosión de los estudios *queer*.
- 12 Néstor Auza expresa esta complejidad, al enmarcar a *La Mujer* dentro un subtipo de periódicos que eligen: “[...] el dudoso camino de lo satírico, lo burlesco y a veces hasta lo chabacano, lo cual nos hace suponer que los verdaderos destinatarios son más bien los propios hombres que las mujeres” (1988, 53). Ese “problema” que señala Auza constituye, en mi opinión, uno de los aspectos más interesantes de la revista: tanto la aparición del erotismo en un periódico dirigido a las lectoras como su

inestabilidad temática hacen de *La Mujer* un caso muy interesante para pensar un período de modernización como el de la Argentina de entre siglos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ansolabehere, Pablo. "La vida bohemia en Buenos Aires (1880-1920): lugares, itinerarios y personajes". En: Bruno, Paula (dir.). *Sociabilidad y vida cultural. Buenos Aires, 1860-1930*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, 2014, 155-185.
- Ariza, Julia. "Belleza impresas: retratos fotográficos de mujeres en la prensa periódica ilustrada de Buenos Aires a comienzos del siglo XX". VI *Jornadas Nacionales Espacio, Memoria e Identidad* (en CD). Rosario, 29 de junio al 1 de julio de 2011.
- Arnés, Laura. *Ficciones lesbianas. Literatura y afectos en la cultura argentina*. Buenos Aires: Madreselva, 2016.
- Auza, Néstor Tomás. *Periodismo y Feminismo en la Argentina, 1830-1930*. Buenos Aires: Emecé, 1988.
- Barrancos, Dora. *Inclusión/exclusión. Historia con mujeres*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- . *Mujeres en la sociedad argentina: Una historia de cinco siglos*. Buenos Aires: Sudamericana, 2007.
- Bataille, Georges. *El erotismo*. 1957. Buenos Aires: Tusquets, 2006.
- Batticuore, Graciela. "Lectura y consumo en la cultura Argentina de entre siglos." *Estudios* 15.25 (2007): 123-142.
- Beetham, Margaret. *A magazine of her own? Domesticity and Desire in the Women's Magazine, 1800-1914*. New York: Routledge, 2003.
- Carlson, Marifran. ¡Feminismo! The woman's movement in Argentina from its beginnings to Eva Perón. Chicago: Academy Chicago Publishers, 1988.
- Celis Gómez, Carlos Andrés. "Prensa ilustrada, modelos de nación y de política. La alegoría de la república en las caricaturas de *El Mosquito* y *Don Quijote* (1884-1893)". IV *Encuentro Nacional de Estudios da Imagem e I Encontro Internacional de Estudos da Imagem*. Londrina, 7 a 10 de maio de 2013. <http://docplayer.es/16114537-Prensa-ilustrada-modelos-de-nacion-y-de-politica-la-alegoria-de-la-republica-en-las-caricaturas-de-el-mosquito-y-don-quiote-1884-1893.html>.
- Cuarterolo, Andrea. "Fantasías de nitrato. El cine pornográfico y erótico en la Argentina de principios de siglo XX". *Vivomatografías. Revista de estudios*

- sobre precine y cine silente en *Latinoamérica*. 1:1 (2015): 96-125. <http://www.vivomatografias.com/index.php/vmfs/article/view/37>.
- Eujanian, Alejandro. *Historia de las revistas argentinas 1900-1950. La conquista del público*. Buenos Aires: Asociación Argentina de Editores de Revistas en Buenos Aires, 1999.
- Félix-Didier, Paula y Sandra Szir. "Ilustrando el consumo." *Mundo clásico*. 30 de enero de 2004. <http://www.mundoclasico.com/ed/documentos/doc-ver.aspx?id=0014742>.
- Felski, Rita. *The Gender of Modernity*. Cambridge: Harvard University Press, 1995.
- Fernández Cordero, Laura. *Amor y anarquismo. Experiencias pioneras que pensaron y ejercieron la libertad sexual*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2017.
- Figari, Carlos y Florencia Gemetro. "Escritas en silencio: mujeres que deseaban a otras mujeres en la primera mitad del siglo XX." En: Barrancos, Dora, Donna Guy y Adriana Valobra (comps.). *Moralidades y comportamientos sexuales. Argentina 1880-2011*. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2014, 233-250.
- Foucault, Michel. *Historia de la sexualidad. I. La voluntad de saber*. 1977. Buenos Aires: Siglo XXI, 1983.
- Goldgel, Víctor. *Cuando lo nuevo conquistó América. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2013.
- Guy, Donna. *El sexo peligroso. La prostitución legal en Buenos Aires (1875-1955)*. Buenos Aires: Sudamericana, 1994.
- Hallstead, Susan. "Fashion Nation: The Politics of Dress and Gender en 19<sup>th</sup> Century Argentine Journalism (1829.1880)". Tesis de maestría. University of Pittsburgh, 2006.
- Kaczan, Gisela Paola. "Estampas del deseo y del desear. Imágenes de moda en Argentina en las primeras décadas de 1900." *Cuadernos Pagu*. 41 (2013): 121-157.
- Laera, Alejandra. *Ficciones del dinero. Argentina, 1890-2001*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2014.
- Laguna Platero, Antonio *et al.* "Eduardo Sojo: el artífice del periodismo satírico en España y Argentina." *Historia y Comunicación Social*. 21.2 (2016): 433-461.
- Lavrín, Asunción. *Mujeres, feminismo y cambio social en Argentina, Chile y Uruguay: 1890-1940*. Santiago de Chile: Dirección de Bibliotecas, 2005.

- Lobato, Mirta Zaida. *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*. Buenos Aires: Edhasa, 2007.
- . "Te amo, te odio, te quiero: una aproximación a la cultura afectiva de las clases populares en el Río de La Plata, 1880-1930." En: Chicote, Gloria y Barbara Göbel (eds), *Ideas viajeras y sus objetos: El intercambio entre Alemania y América Austral*. Bibliotheca Ibero-Americana. Vol. 46. Madrid: Iberoamericana-Vervuert, 2011, 339-349.
- Lo Duca. *Historia del erotismo*. Buenos Aires: Siglo XXI, 1967.
- Malosetti Costa, Laura. "Cartografías del deseo." *Caiana*, 7 (2015): 1-9. <http://caiana.caia.org.ar/resources/uploads/7-pdf/malosetti%20costa%20cartografias%20del%20deseo%20pdf.pdf>.
- . "Los 'gallegos', el arte y el poder de la risa. El papel de los inmigrantes españoles en la historia de la caricatura política en Buenos Aires (1880-1910). En: Aznar, Yayo y Diana Weschsler (coords.), *La memoria compartida. España y Argentina en la construcción de un imaginario cultural (1898-1950)*. Buenos Aires: Paidós, 2005, 245-270.
- . *Los primeros modernos: arte y sociedad en Buenos Aires a fines del siglo XIX*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2001.
- Merish, Lori. *Sentimental Materialism: Gender, Commodity Culture and Nineteenth-Century American Literature*. Durham: Duke University Press, 2000.
- Nari, Marcela. *Políticas de maternidad y maternalismo político: Buenos Aires, 1890-1940*. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2004.
- Newman, Kathleen. "Modernization of femininity: Argentina (1916-1926). En: AA.VV. *Women, Culture and Politics in Latin America. Seminar of feminism and culture in Latin America*. Los Ángeles: University of California Press, 1990, 74-88.
- Prieto, Adolfo. *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Buenos Aires: Sudamericana, 1988.
- Queirolo, Graciela. "Género y sexualidad en tiempos de *males venéreos* (Buenos Aires, 1920-1940)." *Nomadías* 17 (2013): 67-87.
- Ramacciotti, Karina y Adriana Valobra. "'Peor que putas': trébedas, safistas y homosexuales en el discurso hegemónico del campo médico, 1936-1954". En: Barrancos, Dora, Donna Guy y Adriana Valobra (comps.). *Moralidades y comportamientos sexuales. Argentina 1880-2011*. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2014, 195-216.

- Rogers, Geraldine. "Transformaciones y relevos en el campo periodístico argentino del cambio de siglo (XIX-XX): de *Don Quijote* a *Caras y Caretas*." *Orbis Tertius*. 10.11 (2005): 1-14.
- Romano, Eduardo. *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*. Buenos Aires: El Calafate, 2004.
- Roman, Claudia. "La prensa satírica argentina del siglo XIX: palabras e imágenes." Tesis Doctoral. Universidad de Buenos Aires, 2010.
- . *Prensa, política y cultura visual. El Mosquito (Buenos Aires, 1863-1893)*. Buenos Aires: Ampersand, 2017.
- Szir, Sandra. "El semanario popular ilustrado *Caras y Caretas* y las transformaciones del paisaje cultural de la modernidad Buenos Aires 1898-1908." Tesis Doctoral. Universidad de Buenos Aires, 2011.
- Vicens, María. "Pasiones prohibidas: lectoras, consumo y periodismo en la Argentina de 1880." *Badebec*. 4.7 (2014): 85-108. <https://revista.badebec.org/index.php/badebec/article/view/93/83>.
- Zanetti, Susana (ed.). *Rubén Darío en La Nación de Buenos Aires, 1892-1916*. Buenos Aires: Eudeba, 2004.