

LA «MUJER CATÓLICA» Y LA SOCIEDAD DE MASAS
EN LA ARGENTINA DE ENTREGUERRAS. CATOLICISMO
SOCIAL, CONSUMO E INDUSTRIA CULTURAL EN
LA CIUDAD DE ROSARIO
(1915-1940)¹

POR

DIEGO MAURO

*Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)
Universidad Nacional de Rosario, Argentina*

RESUMEN

El presente trabajo indaga cómo, a partir de una serie de iniciativas editoriales, los católicos sociales de Rosario (Argentina) reprodujeron y difundieron las concepciones tradicionales de «mujer católica» —presentadas en contraposición a la llamada «mujer moderna»— en el marco de los procesos de conformación de una sociedad de masas en la Argentina. Concretamente, nos centraremos en la descripción y el análisis de los recursos empleados para reproducir los estereotipos femeninos católicos en los moldes de la cultura de masas, cada vez más difundidos, y en la industria cultural. Espera contribuir de este modo a la comprensión de los procesos de «cambio religioso» que atravesaron al catolicismo argentino durante el período de entreguerras.

PALABRAS CLAVE: Iglesia católica, consumo, feminidad, género, secularización interna.

¹ Versiones anteriores de este trabajo se discutieron en las III Jornadas de Historia de la Iglesia y la Religiosidad en el NOA (Jujuy, 2010) y en el Congreso Latinoamericano de Historia de las Mujeres (San Juan, 2012). Agradezco los comentarios recibidos en ambos eventos así como las sugerencias de los referis anónimos de la revista.

THE «CATHOLIC WOMAN» AND MASS SOCIETY IN THE
INTERWAR PERIOD IN ARGENTINA. SOCIAL CATHOLICISM,
CONSUMPTION AND CULTURAL INDUSTRY IN ROSARIO
(1915-1940)

ABSTRACT

The goal of this study is to investigate, from a series of Catholic publi This paper explores how, from a series of editorial initiatives, Social Catholics of Rosario (Argentina) reproduced and disseminated traditional conceptions of «Catholic woman», presented as opposed to the «Modern woman» – in the context of processes forming a mass society in Argentina. Specifically, we focus on the description and analysis of the resources used to reproduce female stereotypes Catholics in the mold of mass culture, increasingly widespread, and the culture industry. Thus expected to contribute to the understanding of the processes of «religious change» that crossed the Argentine Catholicism during the interwar period.

KEY WORDS: Catholic Church, consumption, femininity, gender, internal secularization.

Recibido/Received 20-12-2012

Aceptado/Accepted 30-12-2013

Estoy decidida a no casarme hasta los treinta años
Y yo decidida a no tener treinta años hasta que me case
«Entre amigas», *La Verdad*, 06/12/1928.

En consonancia con los lineamientos del Concilio Vaticano I, el catolicismo argentino hilvanó un discurso que, basado en la retórica de la «ciudadela asediada», denunció una y otra vez los peligros de la modernidad y el avance de la laicización y la apostasía en el país.² No resulta llamativo entonces que, al compás de los principios de la *intransigencia católica*, la cuestión del futuro de la mujer —considerada la «reina» y «defensora» natural del hogar y la familia— deviniera un tema de relevancia cada vez mayor. Se trataba, por cierto, de un asunto en el que excepcionalmente predominaban los acuerdos y sobre el que, en contraste con la diversidad de posiciones que atravesaban al laicado católico en política, existían más bien pocas divergencias importantes. La mujer era «la

² Sobre la retórica de la «ciudadela asediada» y la *intransigencia* católica: Lill, R. 2010. *Il potere dei papi* Roma: Laterza; y Filoramo, G. y Menozzi, D. (a cura di) 2009. *Storia del cristianesimo. L'età contemporanea* Roma-Bari: Laterza.

reina del hogar» y su eventual salida fuera de él, tal como propiciaba la vida moderna, amenazaba la cohesión social y facilitaba la expansión de los enemigos de la Iglesia, como advertía, entre otras, Amalia Estrada en su disertación durante el Congreso Eucarístico Diocesano de Santa Fe en 1933.³

Los «católicos sociales» de Rosario, nucleados en el Círculo de Obreros y en la Acción Católica, compartían estos diagnósticos —característicos del catolicismo integral— y los modelos tradicionales de domesticidad, pero estaban convencidos de que era preciso modernizar las formas de difundir y recrear dichos estereotipos.⁴ Con este propósito, pusieron en marcha una serie de innovadoras experiencias para el mundo editorial católico, desde donde intentaron reproducir sus concepciones de feminidad en los moldes de la cultura de masas, a través de los formatos, lenguajes y recursos estéticos que por entonces empleaban revistas como *El Hogar*, *Mundo Argentino* o *Atlántida* —basadas en el formato del *magazine*—, y la prensa popular y comercial —tales los casos de *La Nación* o *Crítica*— que, tras la primera posguerra, comenzaron a incluir secciones femeninas.⁵

Nació así en 1915, *Acción Social. Revista de orientación social, patriótica, moral: especial para los hogares católicos* pensada tanto para difundir los lineamientos del catolicismo social —en el marco de la encíclica *Rerum Novarum*—⁶

³ Una muestra de estos discursos en: Acha, O. 2001. «Las percepciones de género según el catolicismo argentino plasmadas en Criterio, 1928-1943», *Signos Históricos* 5: 141-173.

⁴ En términos conceptuales retomamos los planteos clásicos de E. Poulat, (Poulat, E. 1984. *Chiesa contro Borghesia* Italia: Marietti; 1977. *Intégrisme et catholicisme integral* París: Casterman). Desde esta perspectiva, el llamado catolicismo social, fuertemente indentificado con la encíclica *Rerum Novarum*, compartió con el integralismo católico tanto el rechazo intransigente de la modernidad y el liberalismo como el proyecto general de llevar el catolicismo a todas las esferas de la vida social y política. En este marco, la preocupación por la cuestión social se combinó con formas de militancia que, a diferencia de las empleadas por las vertientes integristas, intentaban catolizar de maneras no directamente «coercitivas», valiéndose por ejemplo de los recursos de la naciente sociedad de masas. Conviene, sin embargo, no esencializar más de la cuenta estas diferenciaciones analíticas, en los hechos, siempre porosas y permeables. Para el caso argentino, los análisis de Fortunato Mallimaci siguen manteniendo su vigencia: Mallimaci, F. 1988. *El catolicismo integral en la Argentina* Buenos Aires: Editorial Biblos. Más recientemente, centrado en los «humanistas cristianos», interesantes reflexiones sobre el integralismo en: Zanca, J. 2013. *Católicos antifascistas* Buenos Aires: Siglo XXI.

⁵ Sobre los cambios del mundo editorial en Argentina: De Diego, J. (ed.) 2006. *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000* Buenos Aires: FCE; Rogers, G. 2008. *Caras y Caretas. Cultura, política y espectáculos en los inicios del siglo xx argentino* La Plata: EDUNLP; Saítta, S. 1998. *Regueros de tinta. El diario crítica en la década de 1920* Buenos Aires: Sudamericana; Sarlo, B. 1985. *El imperio de los sentimientos* Buenos Aires.

⁶ Acerca del catolicismo social en la Argentina: Ceva, M. 2012. «El catolicismo social, la cuestión obrera y los empresarios en el contexto argentino de la primera mitad del siglo xx», en Touris, C. y Ceva, M. (coords.) *Los avatares de la «nación católica». Cambios y permanencias en el campo religioso de la Argentina contemporánea*: 37-50. Buenos Aires: Biblos; Martín, M. 1997. «Católicos, control ideológico y cuestión obrera. El periódico La Verdad de Rosario (1930-1946)», *Estudios Sociales*

como para erigirse en una «revista para el hogar» con secciones específicamente orientadas al público femenino. Los ensayos de aquellos años se volcaron tímidamente luego en algunas secciones del periódico católico *El Herald* —editado entre 1924 y 1930— y sobre todo en las páginas de *La Verdad*. *Dios, Patria, Familia*, la publicación institucional del Círculo de Obreros, que incorporó un apartado llamado «Notas Femeninas» desde mediados de la década de 1920, tras el fin de *Acción Social*. Las tres publicaciones compartieron editores y colaboradores a lo largo de más de dos décadas y aunque el público ideal que proyectaban siguió siendo en primer lugar masculino —como en los anteriores periódicos *El Obrero* (1901-1906) y *Democracia* (1915)—, la interpelación a la mujer adquirió claramente una mayor gravitación.⁷

El propósito del presente trabajo es indagar, a partir de estas experiencias editoriales concretas, algunos de los procesos de «cambio religioso» que, en términos generales, pusieron en diálogo a las retóricas *intransigentes* con las lógicas específicas del mundo editorial.⁸ En particular, los modos a través de los cuales las élites dirigentes del catolicismo social de Rosario reprodujeron y difundieron las concepciones de «mujer católica» —presentadas en contraposición a la llamada «mujer moderna»— en el marco de los procesos que, a lo largo de la entreguerras, convergieron en la conformación de una sociedad de masas en la Argentina.⁹ Específicamente, retomando los recientes estudios sobre la prensa católica argentina,¹⁰ nos centraremos en la descripción y el análisis de

12 y, entre otros, Mauro, D. 2010. *De los templos a las calles. Catolicismo, sociedad y política, Santa Fe, 1900-1937* Santa Fe: UNL.

⁷ Acerca de las élites del catolicismo social a cargo de las ediciones: Martín, M. 2012. *Iglesia católica, cuestión social y ciudadanía. Rosario-Buenos Aires, 1892-1930* Rosario: Tesis de Doctorado en Historia, UNR.

⁸ El concepto de «cambio religioso» (una de las dimensiones del proceso de secularización según Dobbelaere) se refiere a las transformaciones de las instituciones religiosas. Al respecto: Dobbelaere, K. 1994. *Secularización: un concepto Multi-dimensional* México: Universidad Iberoamericana; sobre la secularización y el «mundo moderno»: Casanova, J. 1994. *Public Religions in the Modern World* Chicago: University of Chicago Press. En una perspectiva crítica: Cox, J. 2003. «Master Narratives of Long-term Religious Change», en McLeod, H. y Ustorf, W. (eds), *The Decline of Christendom in Western Europe, 1750-2000*: 201-217. Cambridge: Cambridge University Press.

⁹ Análisis sobre el catolicismo de masas en el período en: Lida, M. y Mauro, D. 2009 (eds.). *Catolicismo y sociedad de masas en Argentina: 1900-1950* Rosario: Prohistoria.

¹⁰ En los últimos años los estudios sobre prensa católica han ampliado sus dimensiones de análisis. El registro político —que la reducía a sus aspectos ideológicos— se ha visto enriquecido por los aportes de la historia social y cultural. Al respecto: Lida, M. 2012. *La rotativa de Dios. Prensa católica y sociedad en Buenos Aires: El Pueblo, 1900-1960* Buenos Aires: Biblos; Lida, M. 2005. «La prensa católica y sus lectores en Buenos Aires, 1880-1920», en *Prismas* 9: 119-132, Mauro, D. 2008. «Católicos en la prensa profana. Nueva Época frente al reformismo liberal, Santa Fe, 1920-1923», *Andes* 19: 93-118. Específicamente sobre revistas católicas femeninas: Lida, M. «Dios no creo a la mujer para bibelot. Revistas católicas femeninas en la década de 1920: el caso de Noel», en Rodríguez, A. M. (ed.) *Estudios de Historia Religiosa argentina (siglos XIX y XX)*: 141-170. Rosario: Prohistoria.

los recursos editoriales empleados para reproducir los estereotipos femeninos católicos tradicionales en los moldes de la cultura de masas, el ascendente consumo y la industria cultural.¹¹ Queda por lo tanto fuera de los objetivos del presente estudio, el análisis de las recepciones, apropiaciones y resignificaciones de estos discursos así como el seguimiento de las formas concretas de participación y militancia de las mujeres al interior de las instituciones católicas y en la esfera pública.¹²

LA MUJER MODERNA Y LA MUJER CATÓLICA

Para los católicos sociales, los peligros de la modernidad acechaban por doquier y la ciudad constituía uno de los principales focos de descristianización. Casi en los términos de un «higienismo moral», los católicos consideraban que así como las pestes y epidemias se propagaban más rápido, dada la proximidad física de las personas y las aún precarias estructuras sanitarias, también la «corrupción moral» y el «pecado» lo hacían.¹³ Aun cuando era precisamente en las ciudades donde el catolicismo comenzaba a mostrarse con más vigor en el espacio público y lograba los mayores éxitos organizativos y materiales, las miradas temerosas sobre el mundo urbano se ahondaron.¹⁴ El descenso de la

¹¹ Para una aproximación teórica a la historia del consumo: Rocchi, F. 2006: «Cronos, Hermes y Clío en el Olimpo del mundo académico: Historia y teoría económica, 1960-2005», en Gelman, J. (comp.), *La historia económica argentina en la encrucijada. Balances y perspectiva*: 445-468. Buenos Aires: Prometeo.

¹² Un campo de estudios que en las últimas décadas ha puesto en evidencia las formas activas y «modernas» de participación vinculadas a la defensa del modelo tradicional de domesticidad. En esta perspectiva pueden destacarse, entre otros, los aportes teóricos de Nash, M. 2004. *Mujeres en el mundo. Historia, retos y movimientos*, Madrid: Alianza. Para Argentina en esta línea: Vidal, G. 2013. «Una aproximación al concepto de ciudadanía social de las mujeres en las primeras décadas del siglo xx en Córdoba», *XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia*, mimeo; Lida, M. (2013, en prensa). «La idiosincrasia burguesa de la FACE. Una experiencia de gremialismo católico femenino entre los años veinte y cuarenta», en Lida, M., Acha, O., Quiroga, N. *Asociaciones y política en la Argentina del siglo xx. Entre expectativas y prácticas* Rosario: Prohistoria. Por su parte, José Zanca ha hecho recientes aportes en el estudio de las mujeres católicas antifascistas, vinculadas a las tramas del humanismo cristiano: Zanca, J. (2013) *Cristianos Antifascistas. Conflictos en la cultura católica argentina* Buenos Aires: Siglo XXI. Asimismo, para el caso español: Nash, M. 1999. *Rojas. Las mujeres republicanas en la Guerra Civil* Madrid: Taurus; Segura Graiño, C. 2006. «Recepción y evolución de la historia de las mujeres. Introducción y desarrollo en relación con la Historia de España», *Vasconia* 35: 13-30; Blasco Herranz, I. 2005. «Ciudadanía y militancia femenina católica en la España de los años veinte», *Ayer* 57: 223-246 y 2008. «Más poderoso que el amor: género, familia, piedad y política en el movimiento católico español», *Pasado y Memoria* 7: 79-100.

¹³ Sobre las estructuras sanitarias y las imágenes producidas desde el saber médico sobre la ciudad: Armus, D. 2007. *La ciudad impura. Salud, tuberculosis y cultura en Buenos Aires, 1870-1950* Buenos Aires: Edhasa.

¹⁴ Biblioteca del Círculo de Obreros de Rosario (BCOR), Acción Social (AS), 30/04/1917.

tasa de natalidad, asociado a la supuesta generalización del *coitus interruptus*,¹⁵ empeoró el catastrofismo del discurso católico, que se asoció con los producidos desde la ciencia médica y la demografía para denunciar los peligros de desanudar la ligazón natural entre maternidad y feminidad.¹⁶

Asimismo, las denuncias sobre los efectos de la crisis moral se hicieron moneda corriente. Peor aún, la expansión de la pornografía —cuya propagación se veía facilitada por la proliferación de pequeñas imprentas y de vendedores callejeros— y la temida llegada del cinematógrafo, se presentaron supuestamente como las pruebas de la decadencia en marcha. Se exigieron mayores controles, la persecución de los vendedores de revistas, libros y folletos pornográficos y el establecimiento de un organismo de censura para controlar los filmes.¹⁷

Las denuncias hicieron centro también en la circulación de los denominados «libros licenciosos», que iban desde las novelas eróticas hasta los manuales de medicina o divulgación médica que trataban problemas relativos al matrimonio y la higiene sexual.¹⁸ Supuestamente, estos libros junto a los folletos pornográficos eran los principales responsables del sostenido crecimiento del «pecado de Onán». Al unísono con las publicaciones científicas de la época, para los católicos el resultado de la intensificación de la masturbación era supuestamente el «debilitamiento» de la sociedad en su conjunto; la responsable de las «crisis nerviosas» y de la decadencia biológica.¹⁹

Si bien se daba por hecho que los mayores consumidores de pornografía —incluidos los libros pseudo-científicos— eran hombres, los principales temores en *Acción Social* o *La Verdad* parecían abrigarse en relación a las mujeres jóvenes consideradas, a contramano de los propios argumentos esgrimidos, esencialmente débiles y vulnerables a los aires de «excesiva libertad» que propiciaba la

¹⁵ El *coitus interruptus* siguió siendo por mucho tiempo el principal método anticonceptivo ante la mala calidad de los condones y los obstructores mecánicos. Estadísticamente se pasó de 5.3 hijos por mujer en 1914 a 3.2 en 1947. Al respecto: Barrancos, D. 2000. «Moral sexual, sexualidad y mujeres trabajadoras en el período de entreguerras», en Devoto, F. y Madero, M. (dirs.), *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad*: 199-226. Buenos Aires: Taurus.

¹⁶ Un excelente análisis sobre la maternalización de la feminidad y la medicalización de la maternidad desde el saber médico en: Nari, M. 2001. *Políticas de maternidad y maternalismo político* Buenos Aires: Biblos. Para el caso italiano: De Grazia, V. 2007. *Le donne nel regime fascista* Venezia: Tascabili-Marsilio.

¹⁷ Sobre el «desenfreno» en los bailes, AS, 20/02/1918; acerca de las «modas» y la pérdida del recato: BCOR, *La Verdad* (LV), 25/09/1928. Sobre el peligro moral del cine, AS, 20/08/1916; 30/08/1916, 20/11/1916.

¹⁸ AS, 20/05/1916; LV, 26/03/1929.

¹⁹ Al respecto: Laqueur, T. 2007. *Sexo solitario. Una historia cultural de la masturbación* Buenos Aires: FCE.

ciudad moderna.²⁰ Lo mismo señalaba *El Herald*, preocupado por lo que era un hecho difícil de reconocer (y más aún de nombrar): el autoerotismo femenino.²¹ Si las notas sobre la masturbación implicaban de por sí eufemismos y metáforas, la masturbación de las mujeres derivó en giros francamente crípticos. El problema nuevamente era la sociedad moderna que —ya consolidada en las grandes ciudades— se llevaba por delante las «tradiciones» y el «recato de la juventud». Los paseos, las modas indecentes, la oscuridad de los teatros y los cines, las amistades y las «mil ocasiones de entretenimientos» arrastraban a las «niñas» fuera de la casa sin la debida protección y vigilancia. Más aún, insistía *La Verdad*, en los casos de los bailes que se realizaban camuflados como «kermeses» en los clubes y centros culturales de los barrios populares, donde las jóvenes lograban librarse de los acompañantes.²²

El resultado era supuestamente que esas «cabecitas inexpertas e ilusas» podían perder fácilmente el rumbo atraídas por los anhelos de convertirse en «mujeres modernas». Pero, aclaraba *Acción Social*, no cabía culpar solo y ni siquiera mayormente a las niñas y jóvenes repletas de «energías», «curiosidad» y «deseos de gozar» propios de la juventud sino a las madres, muchas de las cuales desoían sus instintos maternos encandiladas por la «sensualidad moderna» y los mismos deseos de sus hijas. Qué podía esperarse, se preguntaba *La Verdad*, si muchas madres dejaban la crianza de las niñas a institutrices sin siquiera saber si eran católicas devotas. Los resultados, concluía la nota, no podían ser alentadores.²³ En esta dirección, una de las consecuencias más temidas de esta «falta de madres» era el avance del feminismo «malo» de raigambre socialista o liberal. Según los católicos sociales de Rosario, el espejismo falso de la «igualdad» sacaba a la mujer del hogar y la ponía a la par del hombre para aumentar las ganancias del capital. El feminismo de socialistas y comunistas era en realidad una «verdadera trampa» que hacía el juego a los capitalistas y terminaba proletarizando a la mujer, poniendo en tensión la unidad familiar, facilitando la corrupción de los hijos y menoscabando el lugar del hombre como proveedor y sostén de la familia.²⁴

La respuesta a todos estos problemas era, en consonancia con lo que proponía la Iglesia desde fines del siglo XIX, el llamado «feminismo católico», que no alteraba las «funciones propia de cada sexo» aunque reconocía en la línea de la encíclica *Rerum Novarum* que había que adecuarse en cierto modo a los tiempos, otorgando roles más activos para la mujer a través de la acción social

²⁰ LV, 25/09/1928. Sobre la masturbación: LV, 06/06/1929 y 18/07/1929.

²¹ BCOR, *El Herald* (EH) 12/03/1927, «Las malas lecturas»; 06/04/1929, «No Basta»; 08/03/1930 «La pornografía recrudece».

²² LV denunció en varias oportunidades este tipo de bailes: 25/09/1935.

²³ LV, 25/09/1928.

²⁴ LV, 31/01/1935.

católica y su participación en las viejas y nuevas organizaciones del laicado: ligas de damas católicas, las conferencias de San Vicente de Paul y las ramas de jóvenes y mujeres de la Acción Católica.²⁵ En esta línea, el Círculo de Obreros, que en un primer momento solo aceptaba a las esposas, hermanas o hijas de los socios, comenzó a incorporar a las mujeres como socias plenas. Asimismo, aunque el trabajo femenino siguió considerándose un fenómeno transitorio, el Círculo optó por brindar de todos modos cobertura mutua —incluido un subsidio de maternidad— y formación a través de cursos en áreas como taquigrafía, contabilidad, inglés, francés, piano, administración y mecanografía. Aunque se denunciaban sus supuestos efectos, había que reconocer, argumentaban los dirigentes del catolicismo social rosarino, que el trabajo femenino era una realidad en franca expansión ante la cual tenían que ofrecer respuestas. De momento, en su opinión, la única opción beneficiosa era tratar de orientarlo a actividades lo menos riesgosas posibles en términos morales y sociales.²⁶ El dictado de clases de piano o inglés en la propia casa era lo ideal, aunque se comenzaron a aceptar también algunos trabajos afuera como el de secretarías o empleadas administrativas. De hecho, varios de los cursos que ofrecía el Círculo se orientaban a las llamadas labores de oficina.²⁷ Se esperaba que, de este modo, las mujeres evitaran al menos el trabajo en las fábricas donde supuestamente sufrían la mayor «desnaturalización», quedando a merced de los abusos sexuales de capataces, jefes y compañeros.²⁸

En este marco, aunque se mostraban ambivalentes sobre la participación de la mujer en política, en consonancia con el llamado «feminismo católico» entendían que, precisamente en virtud de las diferencias naturales entre ambos sexos, el catolicismo debía abrir canales de participación para las mujeres.

²⁵ Sobre los conceptos de feminismo católico y feminismo provechoso, LV, 11/12/1936; 17/01/1936; 27/02/1940. Acerca de las formas de participación en diversas asociaciones: Taurozzi, S. 2012. «La piedad femenina: la mujer en la sociedad civil a través de su militancia religiosa en la Arquidiócesis de Buenos Aires, 1870-1923», *Congreso Latinoamericano de Historia de las Mujeres* San Juan: mimeo. Para la Acción Católica: Blanco, J. 2008. *Modernidad conservadora y cultura política. La Acción Católica Argentina (1931-1941)* Córdoba: FFyH, UNC.

²⁶ En términos doctrinales hay que esperar al menos hasta la segunda posguerra para que —en el marco de la reconstrucción de Europa— Pío XII acepte el trabajo femenino como un «mal menor»: *Alocución de S. S. Pío XII a las madres y educadoras*, Bs. As., 1942. Al respecto: Pelaja, M. y Scaraffia, L. 2008. *Due in una carne. Chiesa e sessualità nella storia* Roma: Laterza.

²⁷ Sobre el trabajo administrativo y los perfiles de las llamadas «oficinistas»: Queirolo, G. 2008. «El mundo de las empedadas administrativas: perfiles laborales y carreras individuales (Buenos Aires: 1920-1940)», *Trabajos y Comunicaciones* 34: 129-151. Sobre cuestiones censales: Lobato, M. 2006. «El trabajo de las mujeres en Argentina y Uruguay», en Morant, I. (dir.), *Historia de las mujeres en España y América Latina*, t. IV Madrid: Cátedra; Barrancos, D. 2007. *Mujeres en la sociedad argentina. Una historia de cinco siglos* Buenos Aires: Sudamericana.

²⁸ El estigma social que rodeaba a las llamadas «fabriqueras» ha sido estudiado, entre otros, por Barrancos, 2007.

Como en otras corrientes feministas de entreguerras, también para los católicos sociales de Rosario la ligazón esencial entre feminidad y maternidad justificaba una mayor participación social y eventualmente política de la mujer que, en su opinión, debía tener como objetivos la estabilidad familiar, la catolización del orden social y, por supuesto, el freno a los enemigos revolucionarios del catolicismo: el anarquismo, el socialismo y el comunismo.²⁹ Es decir, se confluía en este punto con dinámicas más generales que desde el Estado tendían a politizar la maternidad: en las mujeres no solo recaía la responsabilidad de asegurar ciudadanos y soldados fuertes y sanos sino también católicos y, en cierto modo, contrarrevolucionarios.³⁰ En la mujer se depositaba la llave —o al menos una de las llaves— para detener lo que los integralistas denominaban la «dialéctica revolucionaria» y que, iniciada con el protestantismo y profundizada por el liberalismo y laicismo, tenía ahora en el socialismo y el comunismo las principales amenazas para el orden social y el futuro de la religión católica.³¹

La expresión más clara de esta preocupación fue la creciente atención dada a todo lo relacionado con la «formación» y el «ejercicio» de la maternidad. A través de diferentes notas y artículos se buscó por entonces enseñar de manera mucho más «profesional» y técnica el oficio de esposa-madre. Se resaltaban, por supuesto, las virtudes consideradas propias de la feminidad —pureza, sacrificio y abnegación— pero se insistía, al mismo tiempo, en que con el «instinto natural» no alcanzaba o, en todo caso, no alcanzaba para neutralizar los cantos de sirena de la «mujer moderna». Además, ejercer cotidianamente el rol de esposa-madre implicaba conocimientos que no venían de la mano del «instinto» y que había que enseñar, más aún en el marco de las nuevas amenazas en ciernes y de los cambios del saber médico. Con dicho fin, se publicaron todo tipo de notas con información sobre cómo realizar el destete, alimentar saludablemente al niño en sus primeros años, prevenirlo de enfermedades o inculcarle la religión. También se publicaron numerosos artículos sobre educación y, en esta dirección, *Acción Social* aconsejaba actuar siempre prudentemente, evitando incurrir en formas demasiado bruscas y finalmente contraproducentes de represión o castigo. Pedían más paciencia y, sobre todo, evitar las prohibiciones demasiado rígidas ya que, por el contrario, con algo más de flexibilidad se obtenían supuestamente mejores

²⁹ Acerca de las «paradojas» del feminismo: Scott, J. 2012. *Las mujeres y los derechos del hombre. Feminismo y sufragio en Francia, 1789-1944* Buenos Aires: Siglo XXI.

³⁰ Al respecto: Acha, O. 2000. «Organicemos la contrarrevolución: Discursos católicos sobre la familia, la reproducción y los géneros a través de *Criterio* (1928-1943)», en Acha, O. y Halperín, P. (Comps.), *Cuerpos, géneros e identidades. Estudios de Historia de Género en la Argentina*: 105-135. Buenos Aires: Ediciones del signo.

³¹ Una buena síntesis de los debates sobre el sufragio femenino en el catolicismo de entreguerras en: Acha, O. 2011. «Género y política en el voto femenino en el catolicismo argentino, 1912-1955», en Barry, C. (ed.), *Sufragio Femenino. Prácticas y debates políticos, religiosos y culturales en Argentina y América*: 63-90. Buenos Aires: EDUNTREF.

resultados alejando a los hijos del «torbellino malsano» y, en el caso de las niñas, encauzándolas por el camino del matrimonio y la familia.³²

La proliferación de este tipo de notas, así como la circulación de manuales católicos sobre maternidad y matrimonio, sugiere que la cuestión de la formación profesional y técnica de las madres fue adquiriendo cada vez más relevancia, en consonancia con lo que, por cierto, ocurría más allá de las «fronteras» católicas.³³ Una apuesta, además, que confluía con la paralela maternalización de las mujeres que se impulsaba desde el saber médico y que implicaba, entre otras cosas, la medicalización de los embarazos, los partos y la crianza de los niños así como la «biologización» de virtudes como la abnegación y el sacrificio. *Acción Social*, por ejemplo, argumentaba que las niñas debían «crecer en la obediencia a los padres, en el recato y la vigilancia» para que florecieran las «virtudes naturales» de la mujer, especialmente el «temple» que les permitía llegar al altar llevando la «integridad de su cuerpo y la virginal pureza de su alma», algo que los hombres difícilmente podían lograr. El cuidado de este temple natural del espíritu en la niñez era indispensable, además, para garantizar luego la entereza de la joven esposa. Su fortaleza para enfrentar los desafíos del matrimonio y la maternidad. Porque, concluía una de las notas, sobrellevar el «sí indisoluble» no era, como pensaban muchas «mujeres modernas» —falsamente ilusionadas por las novelas románticas de folletín— una «vida de goces» sino «la aceptación generosa de los deberes, trabajos y aficiones». Las mujeres católicas debían entender que su misión «no era gozar sino sufrir». La «mujer moderna», argumentaba *El Heraldo*, tenía que aprender de nuevo a «callar, pacificar y alegrar» el hogar —como señalaban en un «Decálogo de la esposa» publicado en la década de 1920— ya que esa era su función natural: limar las asperezas de la convivencia cotidiana, mantener unida a la familia y asegurar la fe católica de los hijos.³⁴

LA MODERNIZACIÓN EDITORIAL CATÓLICA Y LOS ESTEREOTIPOS DE MUJER

A mediados de la década de 1910, desde el Círculo de Obreros de Rosario se comenzó a ensayar más abiertamente con las tendencias estéticas y las estrategias de difusión y financiamiento de la naciente industria cultural. Sus concepciones de domesticidad y el combate entre la «mujer católica o tradicional» y la

³² AS, 30/08/1916. Sobre el destete y la educación de los hijos: LV, 26/09/1929 y 05/12/1929.

³³ Entre los manuales más difundidos: Plus, R., 1944. *Hacia el matrimonio*, Buenos Aires: Difusión; Hurtado, A. 1943. *La crisis de la pubertad y la educación de la castidad*, Buenos Aires: Difusión; 1942. *Psicología femenina*, Buenos Aires: Difusión y Gaspardo, H. 1942. *Maternidad Cristiana*, Buenos Aires.

³⁴ Críticas al folletín en AS, 10/11/1916; 20/11/1916. Sobre el decálogo de la buena esposa: EH, 24/11/1928; LV, 10/12/1929.

«mujer moderna» se condujeron entonces al terreno de la cultura de masas en donde los católicos apenas habían dado los primeros pasos. A diferencia de lo que se había intentado en publicaciones previas como *El Obrero* (1902-1906) o *Democracia* (1915-1916) y de lo que se hacía desde el *Boletín Eclesiástico* a nivel diocesano, en *Acción Social* los discursos normativos/prohibitivos basados en argumentaciones teológicas o doctrinales pasaron a ocupar solo una parte menor y, a tono con los tiempos, comenzaron a emplearse otros recursos: los concursos de preguntas, las narraciones cortas, el relato humorístico, el llamado «Consultorio público» —similar a los correos de lectores de otros diarios populares y revistas— y se alternaron secciones variadas como «Respondiendo a los socios», «Para el Hogar», «Misceláneas» o «Lo que conviene saber».

En el caso, por ejemplo, de las historias noveladas que se publicaban a veces en entregas, se intentó imitar el lenguaje claro y las fórmulas textuales del folletín, aunque evitando la temática de los amores contrariados o prohibidos, resaltándose por el contrario el camino católico hacia el matrimonio y la familia.³⁵ Tal el caso de «Los consejos de una violeta», donde se narraba brevemente la historia de una niña de catorce años que recibía supuestamente en sueños recomendaciones para no caer en las trampas del mundo y llegar a ser una buena esposa. «No te levantes altanera como la rosa aunque compitas con ella en atractivos» ni «busques la exhibición como las otras flores [...] quien te quiera conocer que busque con solicitud», concluía el relato. En igual dirección, la historia de María —publicada a fines de 1917— condensaba todos los ingredientes de una joven católica virtuosa. Iba a misa, enseñaba el catecismo a los niños y, sobre todo, evitaba las tentaciones del mundo moderno: las salidas sola o con amigas, la literatura inmoral, la falta de recato en el vestir. Razón por la cual era víctima de burlas por parte de sus amigos e incluso de su familia hasta que, convencidos por la entereza y la perseverancia de María, comenzaban a imitarla.³⁶ Mientras Violeta o María eran felices practicando la caridad o atendiendo a sus esposos e hijos, las «jóvenes altaneras» que vivían entre «bailes y salones» se «marchitaban» y debían enfrentar la «triste soledad» de los «corazones muertos y fríos como témpanos de hielo».³⁷

Más originales, por cierto, eran otras secciones como «Hablando a solas con mamá» o «Educación de la mujer» donde, como en la catequesis parroquial, a través de preguntas y respuestas se explicaba a las jóvenes, en una atmósfera de cercanía e intimidad, la importancia del rol materno asemejado al de un «ángel» y los «enorme peligros» que, en consecuencia, suponía la salida de la mujer del

³⁵ Al respecto: Sarlo, 1985.

³⁶ Los relatos de Violeta y María en AS, 10/05/1916 y 20/08/1916.

³⁷ AS, 20/11/1917.

hogar. Porque, a pesar de lo que se «nos dice», concluía una de las notas, «no todos somos para todo».

A la hora de difundir estos estereotipos, no faltó tampoco la apelación al registro humorístico, tal como circulaba en los principales *magazines* de la época. De hecho se mantuvo alternativamente una sección de Humor, con relatos y chistes, en los que se volvía a insistir sobre las concepciones tradicionales de domesticidad y se describían los atributos de una buena esposa. Tal el caso, por ejemplo, de esta peculiar conjugación del verbo amar publicada a mediados de 1916:

Yo amo: frase que quiere decir estoy ciego, sordo y hecho una lástima [...] Yo amaba: frase que quiere decir yo estaba hecho un idiota y me curé radicalmente [...] Yo amaré: frase que significa que temporadita me espera [...] es una chiquilla recién vestida de largo que me escribirá mucho por el correo y me hará ir a fiestas y teatros y me obligará a gastar un dinerito [...] Yo amaría: frase que equivale a esta otra: ¡ay! ¡Si encontrara una mujer que hablara poco, que no leyera novelas, que se contentara con vestir decentemente, que no saliera sola de casa [...], que no tuviera madre.³⁸

En igual sentido, en «Matrimonio Analfabeto» —publicado en *La Verdad* a fines de la década siguiente— se relataba el encuentro entre dos jóvenes, uno de los cuáles le preguntaba al otro por qué no se había casado. A lo que el interrogado respondía:

porque no he encontrado una mujer que reúna todas las condiciones del alfabeto. Amante, Bella, Culta, Humilde, Ingenua, Joven, Limpia, Madrugadora, Noble, Obediente, Pacífica, Quieta, Risueña, Seria, Trabajadora, Virtuosa y Zelosa de su honra. Mi novia, por el contrario, es: Antojadiza, Bisca, Chismosa, Envidiosa, Glotona, Llorona, Mentirosa, Necia, Orgullosa, Quisquillosa...³⁹

En «Cómo se cuecen los maridos», una nota publicada por *Acción Social*, se explicaba también en tono humorístico cómo mantener un buen matrimonio al modo de una receta de cocina.

Una gran cantidad de maridos se echa a perder por falta de buenos procedimientos, algunas esposas los manipulan como «vejigas» y, a fuerza de soplarlos, los revientan. Otras los mantienen de continuo en agua caliente; mientras que otras los dejan helar por su descuido e indiferencia... otras los tuestan y no son pocas las que los avinagran para toda la vida... sin faltar muchas que les extraigan del bolsillo más jugo del que su «organización» económica pueda dar, lo cual los consume, y pierden sus propiedades nutritivas o de alimentación. Nadie puede imaginar que un marido jamás llegue a ponerse tierno, tratándole de esa suerte; pero yo os aseguro que son realmente deliciosos, cuando se les maneja con

³⁸ AS, 30/04/1916.

³⁹ LV, 15/09/1928.

toda consideración [...] No vayáis a buscarlo al mercado ni a las plazas, ni a los teatros; que los mejores son los que vienen a la misma puerta de vuestras casas, como son los peores aquellos que llegan por la ventana y es preferible no tomar ninguno hasta saber como se cuecen. Tomad una cacerola de la más fina porcelana; pero si no tenéis otra cosa que una cazuela de barro servirá lo mismo si se tiene cuidado [...] Atadle dentro de la cazuela con una fuerte cuerda de seda llamada «confort» [...] Añadid un poquito de azúcar en forma de lo que los confiteros llaman «caricias» [...] No lo pinchéis para ver si está tierno, moverlo con suavidad [...] Si lo tratáis con este procedimiento, lo encontraréis siempre muy digestible [...] A menos que os hagáis negligentes, desabridas y vuestra indiferencia los relegue a un lugar demasiado frío [...] si se corrompe [...] la culpa será vuestra...⁴⁰

Junto al humor, otra de las nuevas modalidades empleadas por *Acción Social*, ya utilizada también por la prensa comercial y las revistas de interés general, fue la realización de frecuentes concursos, cuyas respuestas permitían a los editores volver a insistir sobre el destino natural de la mujer como esposa y madre. En uno de ellos, por ejemplo, se interrogaba sobre cuál era el «arte más propio para que se ejercitase la mujer» y sobre «cuáles se consideraban las tres más bellas prendas morales de una mujercita casadera». Además, tanto *Acción Social* como *La Verdad* y *El Herald* —aunque este último en menor medida— contaron en diferentes momentos con secciones que, como el «Consultorio Psicoanalítico» de algunos diarios populares de los años treinta, recogían preguntas de los lectores y las contestaban brevemente.⁴¹ Temáticas en boga como el hipnotismo, las ciencias ocultas o el avance del espiritismo compartieron escena con preguntas de índole moral, muchas de ellas formuladas supuestamente por mujeres y cuyo eje eran las «tentaciones» de la ciudad moderna: cómo vestirse, qué leer, a qué lugares concurrir.⁴² Asimismo, a través del «Consultorio» —o eventualmente por intermedio de otras secciones como «Variedades» o «Columna Amena» en el caso de *Acción Social*— se ofrecieron consejos y estrategias —la llamada ciencia femenina— para ayudar a las jóvenes menos afortunadas a encontrar marido o, en el caso de las ya «agraciadas», a mantener un buen matrimonio. Gustavo Martínez Zuviría (más conocido por su seudónimo como novelista, Hugo Wast), por ejemplo, sugería diferenciar la coquetería «gruesa» —que como el gato caza por vicio para terminar dejándose cazar por el ratón más desdenado— de la «fina» que, según la nota, era de «precisión» y «cazaba por hambre». Según Hugo Wast, el recato y la paciencia eran las claves para conseguir un «buen matrimonio».⁴³ En la misma línea, pero atendiendo a las insistentes súplicas de una lectora, la revista ofreció precisos y minuciosos consejos en el

⁴⁰ AS, 10/08/1915.

⁴¹ Al respecto: Vezzetti, H. 2000. «Las promesas del psicoanálisis en la cultura de masas», en Devoto, F. y Madero, M. (dirs.), *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad*: 173-198. Buenos Aires: Taurus.

⁴² Algunas sugerencias y consejos en AS, 30/08/1915; 20/04/1917; 10/08/1919.

⁴³ AS, 15/01/1918.

delicado terreno de la seducción. Lo primero, en el caso de la «señorita Valent», según *Acción Social*, era propiciar un encuentro «accidental». Para ello, se le sugería invitar al «hombre de sus sueños» a la casa con cualquier pretexto pero no directamente sino por intermedio de su madre. Paso siguiente, debía mojarse el pelo e irrumpir en la sala en delantal y con las manos sucias de harina para que el «joven galán» dedujera que se encontraba cocinando. Asimismo, antes de entrar «en escena» se le recomendaba caminar enérgicamente y contener un poco la respiración para enrojecer las mejillas dando a entender que la supuestamente inesperada visita la incomodaba «románticamente». Luego de lo cual, sin mirarlo demasiado a los ojos, debía abandonar presurosamente la sala. A partir de allí, la madre de la joven debía tomar la posta y señalar al pasar sus virtudes:

Esta muchacha es alivio de mi vejez. Se empeña en limpiarlo todo, en coser, en cocinar, en enseñar a sus hermanitos a escribir y remendar. ¡Tiene unas manos para los pasteles! El otro día hizo un fiambre para mandárselo al señor cura que era para chuparse los dedos. Si al otro día o en aquel momento no pide el visitante la mano de la que sabe hacer tales primores, que nos corten la oreja izquierda.⁴⁴

En otro artículo similar publicado en «Variedades» una abuela daba consejos a su nieta de dieciséis años sobre cómo mantener un buen matrimonio. Según la abuela, la clave pasaba por comprender desde el comienzo que la felicidad plena no existía en la tierra y que había que desconfiar de aquellos que supuestamente «gozaban y se divertían» porque despreciaban la paz, buscando la felicidad erróneamente en el «desorden y en lo insano». Para lograr un buen matrimonio era preciso hacerse querer «honrada y cristianamente», es decir, sin «excesos», con «dulzura», «benevolencia» y «sacrificios». Pero para hacerlo durable, agregaba la abuela, era necesario también mostrar las «garras» porque las «serpientes dispuestas a devorar el hogar» proliferaban. Para detenerlas, según la nota, la joven debía llenar siempre la casa de «fragancias» para que el hombre «no tuviera que buscarlas en la calle». Que en tu hogar, concluía la abuela, «solo se escuchen trinos alegres».⁴⁵

Con el transcurrir de las década de 1920, sin embargo, las notas referidas a la «ciencia femenina» se hicieron algo menos frecuentes y, *El Heraldo* primero y *La Verdad* después, terminaron por condenar el flirteo o dejaron de referirse a él. Una práctica que *Acción Social* se había permitido convertir, de hecho, en unas de las habilidades a desarrollar por las mujeres. Consecuentemente, los consejos en el arte de la seducción —uno de los aportes más originales de *Acción Social*— perdieron terreno en beneficio de recomendaciones más pacatas que, a tono con las de la abuela de «Variedades», apuntaban sobre todo a atender

⁴⁴ AS, 30/05/1916.

⁴⁵ AS, 20/07/1918.

correctamente al esposo. Tal como se lo planteaba también en los manuales de matrimonio católicos, comenzaron a cuestionarse muchos de los recursos otrora empleados, como el envío de cartas demasiado insinuantes, algo que *Acción Social* había recomendado en varias ocasiones.⁴⁶

Lo que a fines de 1910 se veía como una apuesta que podía tener su premio, en la década de 1930 se consideró una osadía demasiado arriesgada para la reputación de las jóvenes: un criterio ampliamente compartido también fuera del campo católico. Un descuido del cartero o la curiosidad de una hermana o una madre podían acabar con el buen nombre de una joven imprudente y obturar de ese modo el camino al matrimonio. Además, moralmente las insinuaciones ya no fueron motivo de entusiasmo como antaño y, de hecho, el propio término «coquetería», de uso frecuente en la década de 1910 y asociado al flirteo, se cargó de connotaciones cada vez más negativas, aun cuando —como veremos— buena parte de los avisos y las publicidades publicadas la alentaban de diferentes maneras.

CONSUMO Y HOGAR: RECOMENDACIONES Y PRODUCTOS PARA LA CASA

Tanto *Acción Social* en la década de 1910 como *La Verdad* desde mediados de la de 1920, contaron con secciones para el hogar en las que se publicaban consejos y recomendaciones para las «amas de casa».⁴⁷ En tono distendido y empleando un lenguaje sencillo y directo, estas secciones ofrecieron todo tipo de sugerencias y consejos prácticos que iban desde cómo mantener limpia la casa y blancos los manteles hasta cómo elaborar una pomada labial a base de carmín, evitar el insomnio, planchar un vestido o preparar caramelos de chocolate. Una suerte de «guía para la cotidianidad», como concluye Bontempo en su análisis de *Para ti*.⁴⁸

Se enseñaban los quehaceres domésticos básicos para las jóvenes e inexpertas esposas —rudimentos de cocina, técnicas de planchado, consejos para conservar frutas y verduras— y, para las más «formadas», complejas recetas de repostería o indicaciones para la confección de ropa o el tejido de pulóveres.⁴⁹ No era extraño entonces que en un mismo número de *Acción Social* o de «Notas femeninas» de *La Verdad*, la lectora se topara sucesivamente con recetas para preparar rosquetes cubanos y un pollo al coñac, consejos prácticos para acabar con las polillas, las cucarachas y las orugas de las plantas, recomendaciones

⁴⁶ LV, 14/06/1934; 09/11/1934.

⁴⁷ La expresión «amas de casa» se generalizó en la década de 1930: LV, 15/01/1934.

⁴⁸ Bontempo, P. 2011. «*Para ti*: una revista moderna para una mujer moderna, 1922-1935», *Estudios Sociales* 41: 127-156.

⁴⁹ AS, 20/10/1916. Sobre el «arte de planchar»: LV, 09/07/1929. «Cocineras novicias» en LV, 22/11/1928.

para quitar el hollín de una cacerola, el polvo de las hendiduras de los muebles o instrucciones para confeccionar un overol para niñas.⁵⁰

Las cuestiones médicas, por su parte, también gozaron de un lugar privilegiado. Numerosos artículos se destinaron a tratar las afecciones supuestamente más comunes y frecuentes: migrañas, desmayos, dolores de espalda, resfríos y gripes. Particular atención merecieron el insomnio y los dolores de espalda y cabeza, considerados enfermedades propias de la vida moderna y el mundo urbano. Si la ingesta de tónicos y preparados no era suficiente se proponían ejercicios de meditación, recalándose siempre la importancia de contar con colchones y almohadas apropiados.⁵¹ Además, para aquellos que podían permitirse, una estancia de descanso en las Sierras de Córdoba o en algunos de los baños termales, se consideraba la mejor cura para la «alteración de los nervios» y los «males de la ciudad». No en vano, *Acción Social* promocionó con regularidad los destinos del Ferrocarril Central de Córdoba.⁵² La salud de los hijos también fue motivo de frecuentes recomendaciones y consejos destinados a las madres que tenían que estar atentas para evitar, por ejemplo, las insolaciones en el verano o las bronquitis en invierno. En todos los casos, airear las habitaciones diariamente era fundamental, lo mismo que —sobre todo en invierno— colocar platos con agua dentro de las habitaciones para evitar el «aire viciado».⁵³

En varios números de *Acción Social* se insistió, además, en la importancia de tener siempre a mano una «alacena de emergencias» —llamada también «Botiquín de la mujer»— con «remedios sencillos para el uso inmediato en caso de necesidad»: vendas y un pedazo de sábana limpia; retazos de franela para los fomentos; ácido fénico diluido en agua para las picaduras; flor de tilo, de manzanilla y de malva para las afecciones nerviosas; agua boricada para desinfectar las heridas; bolsas ordinarias de goma para el agua caliente, además de jeringas y termómetro.⁵⁴

Acompañando este caleidoscopio de recomendaciones y consejos, las publicaciones católicas incorporaron también abundante publicidad de todo tipo de objetos y artefactos que, a tono con la época, invitaban a vivir confortable y placenteramente: planchas, ventiladores, cocinas, sillones, estufas, tónicos vigorizantes, fajas para la espalda, aparadores, calentadores de inmersión, productos para bebés y niños, calentadores para el baño, radios, vitrolas y fonógrafos. La Fábrica de Muebles y Colchonería «Roma», por ejemplo, ofreció regularmente

⁵⁰ Algunas recetas en AS, 10/06/1916. Sobre la limpieza de los cristales y las ollas quemadas, y el exterminio de las cucarachas: LV, 28/02/1929; 07/05/1929; 06/12/1928.

⁵¹ AS, 20/06/1916. Sobre los resfríos de verano: LV, 07/03/1929. AS, 20/09/1916, 10/10/1916.

⁵² Publicidad en AS, 10/04/1917; 30/05/1917; 24/11/1918.

⁵³ Consejos médicos: LV, 30/01/1929; 07/03/1929; 07/05/1929.

⁵⁴ AS, 30/05/1916. Específicamente sobre el botiquín de la mujer ver la edición del 30/04/1917.

sus muebles de estilo en madera, camas de bronce y de hierro, gran variedad en sillones, elásticos y baúles; y la Casa Breyer sus pianos importados pagaderos en mensualidades. La Fábrica de Cocinas Volonterio y Dalla y la Sociedad de Electricidad de Rosario, por su parte, anunciaron periódicamente promociones y descuentos de lo más variados, además de artefactos tan singulares como una «almohada eléctrica» supuestamente diseñada para calmar dolores y asegurar un sueño placentero. En el mismo rubro, El Chic Eléctrico y el Taller de Electricidad Cort explicaban que disponían todos los «servicios para el hogar», y las tiendas Le Bon Marché y El Edén de los niños aseguraban contar con la mayor variedad de productos para bebés y niños, desde cunas y biberones hasta juguetes, ropa y calzado: un lugar que, a juzgar por los avisos de *La Verdad*, ninguna madre podía dejar de visitar.⁵⁵

Con bastante insistencia se promocionaron también las llamadas «Satis o gotas de San Francisco» —distribuidas por la Droguería Central— supuestamente muy buenas para prevenir todo tipo de enfermedades del estómago, el hígado, los riñones y el corazón, y los tónicos Neurotermia y el Enérgida que, como las gotas de Satis, podían aplicarse a casi a cualquier dolencia.⁵⁶ Para adquirirlas, bastaba concurrir, informaban los avisos, a alguna de las numerosas farmacias —la mayoría de ellas prestadoras del Círculo de Obreros— que anunciaban en las revistas y periódicos católicos.⁵⁷

Tampoco faltó espacio para los avisos de objetos decorativos que podían comprarse o alquilarse: cuadros, jarrones, fuentes, arreglos florales, estatuas y figuras.⁵⁸ La decoración, de hecho, fue un asunto abordado con relativa frecuencia en las secciones femeninas que ofrecían recomendaciones prácticas que iban desde cómo amueblar la casa, renovar las cortinas o pintar la cocina hasta cómo recibir la primavera siguiendo las últimas tendencias. En una de estas notas, por ejemplo, se recomendaba no temerle a los llamados colores «no convencionales» y se sugería tomar algunos riesgos, sobre todo a la hora de pintar los baños y las cocinas, escogiendo tonos intensos.⁵⁹ Para recibir la primavera, por el contrario, «Notas femeninas» proponía mantenerse en una línea clásica que,

⁵⁵ Algunos avisos en AS, 20/08/1916; 10/11/1916; 30/03/1917/20/12/1917; 10/04/1918. Productos eléctricos: LV, 20/10/1922; 30/08/1923. Específicamente radios, vitrolas y fonógrafos: LV, 01/07/1926; 30/03/1927; 15/09/1927; 05/06/1928. Pianos: LV, 30/03/1926. Avisos sobre bebés y niños: LV, 29/09/1927 y 05/06/1928. Sobre la modernización de la vida hogareña: Clark, C. 1986. *The American Family Home, 1800-1960* Chapel Hill And London: The University of North Carolina Press.

⁵⁶ Las «Gotas de Satis» en AS, 20/04/1918. Otros tónicos: LV, 07/12/1926; 14/02/1928.

⁵⁷ Avisos de farmacias en AS, 30/04/1917 y LV, 10/08/1922; 08/08/1929.

⁵⁸ AS, 30/03/1919; 30/01/1917; 30/04/1919. Se promocionaba incluso una fábrica de adornos por encargo, a gusto de la «señora de la casa», La Gran Empresa de Adornos de Vicente Ferullo: LV, 17/09/1922.

⁵⁹ Sobre los debates en el uso del rojo: LV, 08/06/1929; 22/08/1929 y 12/09/1929.

de todos modos, no dejara de lado las nuevas tendencias. Si se contaba con un presupuesto holgado, aseguraba el periódico, todo se hacía más fácil y lo mejor y más apropiado era supuestamente reemplazar directamente el empapelado de la sala y las cortinas siguiendo los diseños que cambiaban periódicamente. Pero si como solía ocurrir no se contaba con el dinero suficiente se sugerían cambios menos onerosos como, por ejemplo, retirar el papel y pintar o rehacer las cortinas utilizando la misma tela, tal como se enseñaba precisamente en «Notas femeninas». En última instancia, si no se contaba con ningún dinero, todavía podía y debía hacerse algo: reacomodar los muebles y de paso limpiar el cielorraso y sobre todo el empapelado —para lo que se sugería usar migas de pan— que generalmente adquiría hongos con el encierro del invierno. Lo importante, más allá de lo que se hiciera finalmente, concluía una de los artículos, era recibir la primavera con alegría, tratando en lo posible de seguir las «últimas tendencias».⁶⁰

Una nota aparte merecen los escritos referidos al uso de imágenes religiosas con fines decorativos. Un asunto que sobrevoló un buen número de artículos y dio pie incluso a reflexiones teológicas y políticas. A comienzos de 1916, las páginas de *Acción Social* fueron precisamente el escenario de un interesante debate al respecto, motivado supuestamente por las dudas de una lectora. Si bien la revista se mostró titubeante al comienzo y condenó la frivolidad de algunas prácticas, tras varias idas y venidas, consideró finalmente que lejos de ser algo reprochable, el uso de la iconografía católica con fines estéticos era una valiosa actitud a imitar. Una oportunidad más de demostrar el orgullo de ser católicos. En esta dirección, a comienzos de 1918, la revista volvió sobre la cuestión, presentando en tono grandilocuente la historia de un joven matrimonio que había optado por decorar su casa con imágenes de la Virgen María y dos grandes crucifijos, uno colocado en el dormitorio y el otro en la sala. Sus amistades, aunque católicas, reprochaban la elección porque el crucifijo afeaba supuestamente el muy a la moda *living room*, al no combinar con los colores de las cortinas y el tapizado de las sillas. Razón por la cual le proponían retirarlo. La revista destacó entonces la decisión de la pareja de desoír las críticas y dejar el crucifijo, en una valiosa muestra de fortaleza que los católicos debían tomar como ejemplo. En especial las mujeres que, en tanto reinas del hogar, concluía la nota, tenían que hacer valer su voz y autoridad en la decoración de la casa.

Una cuestión que, aunque aparentemente trivial, argumentaban los editores de la sección, no quedaba de todos modos al margen de la cruzada integralista que se estaba llevando a cabo por la recristianización del mundo moderno.⁶¹

⁶⁰ LV, 08/11/1928.

⁶¹ Opiniones sobre objetos religiosos y decoración en AS, 20/04/1916, 15/01/1918.

LAS MUJERES Y LA MODA

A comienzos del siglo XX, las modas eran aún «claustrales»: de estricto largo casi hasta el piso, con varias enaguas, rígidos corsés, calzones largos rigurosamente empuntillados y mucho bordado. El cabello, a veces enrodetado, se remataba con pesados sombreros profusamente cargados. La situación comenzó a cambiar con la primera posguerra. La moda de la pollera corta, basada en el nuevo figurín que se imponía en Europa, al igual que los vestidos más sueltos ganaron terreno. Las cabelleras largas propias de la devoción romántica, como señala Barrancos, fueron tronchadas y dieron paso al corte a lo *garzón*.⁶²

Los católicos del COR vincularon los cambios a la corrupción moral y al peligro revolucionario, según los cánones del discurso integralista, pero en sus publicaciones adoptaron finalmente posiciones mucho menos rígidas que asumían formas pragmáticas de diálogo e interacción. Por ejemplo, cuando las mujeres que participaban de las actividades de caridad organizadas por las Hijas de la Santa Unión decidieron llevar un «traje y mantilla o velo especial» en las reuniones de culto, *Acción Social* consideró que era una «hermosa lección» pero aclaró que «no pretendía que se impusiera» y que «a nadie más correspondía iniciar tales demostraciones», más aún en «los tiempos que corrían». En una elocuente imagen de la compleja relación de la revista con la sociedad de la época, la nota terminaba precisamente junto a una gran publicidad de la casa *Cassini* que promocionaba sin restricciones las llamadas «modas indecentes». Lo mismo ocurría, por ejemplo, en *La Verdad*, donde tras cuestionarse las llamadas «nuevas modas», la sección «Notas Femeninas» incorporaba una publicidad de la *Sala de Peinados Sacco* cuyo emblema era precisamente una joven con un corte a lo *garzón*, claramente asociada a la llamada «mujer moderna» que se pretendía combatir.⁶³ En cuanto a los vestidos si bien se insistía en el «recato», las críticas se limitaron a los casos considerados más extremos. El ideal siguió siendo formalmente el escote al ras del cuello pero de todos modos se negoció con las nuevas tendencias. En los salones de baile —que paradójicamente se condenaba en otras secciones— se consideró incluso que a la luz artificial la exhibición de los nuevos escotes y del cutis femenino eran «bellos» y «elegantes».

Tampoco las faldas cortas fueron condenadas por principio y, de hecho, *Acción Social* consideró que «dados los tiempos» era lógico dar «algunos tije-retazos», sobre todo en el caso de las mujeres jóvenes que no querían hacer el

⁶² Sobre los cambios en la moda: Barrancos, 2007; Vaquero-Argüelles, I. 2007. «El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX», *Indumenta. Revista del Museo del Traje*: 123-134. Acerca de las imágenes y los estereotipos: Kitch, C. 2001. *The girl on the magazine cover. The origins of visual stereotype in American mass media* Chapel Hill & London: The University of North Carolina Press.

⁶³ LV 09/06/1927.

ridículo. Se cuestionó más bien el uso de ciertas telas a través de los cuales se podía exhibir demasiado.⁶⁴ En estos casos, aunque los largos se mantenían, el problema eran los pliegues y transparencias que insinuaban mucho más provocativamente el cuerpo femenino. Se sugería, en todo caso, combinar viejos y nuevos estilos, evitando en lo posible la muselina, que dejaba entrever con particular claridad las formas de las piernas, las caderas y el busto. Sin embargo, tampoco en estos casos la revista se mostró inflexible y, por el contrario, como con los escotes o las faldas cortas, recomendó buscar el equilibrio, tratando de adecuarse a las tendencias irrefrenables pero sin violentar la moral cristiana.

En estos tramos —más allá de cuestiones puntuales— era difícil diferenciar las publicaciones de los católicos sociales de Rosario de cualquiera otra revista de interés general de la época. La «mujer católica» de «Notas femeninas» o *Acción Social* apenas difería de la denominada «mujer moderna» que delineaban, por ejemplo, revistas de alcance nacional como *Para ti*.⁶⁵ También en las publicaciones católicas se incorporaban abundantes avisos de telas, vestidos, zapatos y sombreros que —como en cualquier *magazine* de entreguerras— no se ajustaban a las reticencias morales pregonadas por el integralismo. De hecho, las principales publicidades provenían de las grandes tiendas de la ciudad —*Gath & Chaves*, *Cassini*, *La Favorita*—, verdaderos símbolos del ascendente consumo, en las que se promocionaban todo tipo de telas y vestidos sin mayores miramientos. También muchas tiendas medianas como la «Gran Tienda A la Ciudad de Roma», la «Tienda Sarmiento», la «Gran Zapatería Tin-Tin», «Casals», «Simón Fiorito» o la «Casa Trece» publicaban regularmente avisos que hacían caso omiso de las llamadas modas indecentes.⁶⁶ Aunque el consumo era un fenómeno que comenzaba a despertar algunos resquemores entre los católicos sociales —visto de manera ambivalente—, sus publicaciones se llenaron de avisos. Las páginas de *Acción Social*, por ejemplo, contenían todo tipo de publicidades en las que convivían tipografías y modelos decimonónicos con las marcas de una iconografía modernista que dialogaba con las últimas tendencias estéticas y vanguardistas de la época. Figuras que aludían al mundo urbano, generalmente evocado a través del contorno difuso de grandes rascacielos, se entremezclaban con muchachas vestidas y peinadas a la última moda, junto a textos breves que recalcan tanto la «exclusividad» y «distinción» de las colecciones, como las ofertas, los «precios excepcionalmente bajos» o «sumamente módicos» y las ventas de saldos. En una publicidad de *Gath y Chaves*, por ejemplo, cuyo logo se ubicaba junto al dibujo de una joven que exhibía un vestido acorde al «nuevo figurín» y un corte de cabello a la garzón, se promocionaba

⁶⁴ AS, 10/03/1918.

⁶⁵ Bontempo, 2011.

⁶⁶ Publicidades en la página final de AS, 30/06/1916; 10/06/1917; ofertas en cuotas en LV, 29/09/1927.

una exposición de blusas y batones «elegantes y de buen gusto» a precios calificados como «excepcionales». Lo mismo se señalaba de la venta de telas cuya «originalidad y riqueza» contrastaba supuestamente con la generosidad de las ofertas. En algunos casos, tal el de *Gath y Chaves*, la promoción de las ventas de saldos y retazos fueron acompañadas por los precios de las diferentes telas, una modalidad de publicidad que se generalizaría hacia fines de la década siguiente en *La Verdad* y que pretendía resaltar el carácter popular, de masas, del tipo de consumo que se auspiciaba.⁶⁷ *Cassini*, en términos similares, insistía en que era «la casa preferida por el público» por el «acierto con que se lo servía» y recordaba sus descuentos especiales para los socios y socias del Círculo de Obreros.⁶⁸ Todas las tiendas, más allá de los matices, coincidían en señalar que se seguía lo último de la moda, las últimas tendencias de Europa y, en el caso de las medianas o pequeñas, las supuestas ventajas, en contraste con los *departaments stores*, de comprar en un local especializado. La consigna de *Casals* era precisamente «¡No se canse usted!» ni «pierda tiempo» recorriendo las cada vez más numerosas vidrieras y grandes tiendas que «marean» y confunden, cuando «sabe» que en *Casals* encontrará lo que su pie necesita. A lo que las zapaterías *La Llave* e *Ideal* agregaban descuentos especiales para las socias del Círculo de Obreros y promociones para escolares.

Lo mismo ocurría con algunas joyerías como la *Rottemburg*, *La Central* o *El Trust Joyero* que resaltaban la tranquilidad de sus locales en contraposición al consumo de masas que se vivía en las grandes tiendas e insistían en que tenían promociones para cualquier bolsillo y descuentos especiales o regalos para las parejas de novios que compraran allí sus alianzas.⁶⁹

En estas secciones o junto a los artículos sobre moda, según los casos, se publicaban también mayormente los avisos de las casas de fotografía y de peinados. Según los momentos del año, podían llegar a ser cuatro o cinco avisos en una misma edición, en los que las diferentes casas daban a conocer sus promociones y ofertas en permanentes, ondulaciones y tinturas o anunciaban las novedades de sus «gabinetes de belleza», supuestamente a tono con los mejores de Europa.⁷⁰ Tal como era frecuente en el caso de la casa *Sacco*, los avisos solían ir acompañados también con *figurines* de mujeres jóvenes y de mediana edad luciendo precisamente los diferentes tipo de peinados o cortes que se promocionaban: largos, a lo garzón, con rodetes, tinturas o permanentes.

⁶⁷ Ejemplos de promociones: AS, 08/12/1917; 20/03/1918; 30/08/1918.

⁶⁸ AS, 15/01/1918; LV, 15/01/1937.

⁶⁹ Publicidad de Casal en AS, 30/04/1918. *Ideal* y *La Llave* en LV, 01/07/1926; 23/03/1937. *Rotemberg* y *Perret* en AS, 30/05/1918 y 10/03/1919. Otras: LV, 06/06/1929, 23/03/1937, 30/10/1938.

⁷⁰ Casas de Peinados en AS, 10/01/1917 y LV, 29/09/1927. Promoción de permanentes: LV, 12/10/1928. Casas de fotografía en AS, 10/08/1915; 20/08/1916; 30/04/1919 y LV, 27/03/1936; 12/09/1941.

En estos tramos, nuevamente, como en la secciones «Para el Hogar» o en el caso de los escotes y las faldas, las publicaciones católicas se permitían diluir las fronteras que ellas mismas delineaban entre la «mujer católica» y la «mujer moderna» y propiciaban, por el contrario, una abierta mimesis. Al compás de los avisos publicitarios y del intento por implementar los recursos de los *magazines* más exitosos, las mujeres católicas devenían finalmente si no «modernas» al menos «actuales» —un término con el que el catolicismo tenía claramente menos problemas políticos y teológicos— y asumían muchos de los rasgos que, un tanto paradójicamente, los propios editores católicos cuestionaban habitualmente en las notas editoriales o políticas.

ALGUNAS CONSIDERACIONES FINALES: LA MUJER, EL MUNDO EDITORIAL CATÓLICO Y EL CONSUMO EN LA ENTREGUERRAS

A diferencia de lo que suponía competir con los principales diarios en los terrenos de la política local, nacional e internacional, las secciones femeninas ofrecían mejores posibilidades de inserción para editores novatos, amateurs e inexpertos, entre ellos, los católicos del Círculo de Obreros de Rosario. No era necesario contar con grandes rotativas o maquinarias ni era preciso emplear costosos corresponsales. Ámbitos en los que era difícil competir con diarios cuya modernización estaba ya avanzada. Por el contrario, una revista como *Acción Social* o la página de «Notas Femeninas» de *La Verdad* podían sostenerse incluso con relativo «éxito» a partir de una redacción mucho menos profesional, nutrida del trabajo amateur de los propios impulsores y responsables de la edición. Evidentemente no era lo mismo publicar recetas de cocina y recomendaciones sobre la vida hogareña basadas en concepciones de género ampliamente aceptadas socialmente, que intentar seguir los vaivenes políticos y económicos a escala nacional e internacional, con la presión adicional de tener que expresar un punto de vista católico, en modo alguno consensuado y motivo de recurrentes debates —y no pocos conflictos— a lo largo de la entreguerras. En este sentido, *Acción Social* o «Notas Femeninas» podían innovar mucho más fácilmente a partir del ingenio, el esfuerzo de los editores y, sobre todo, la copia. Más aún en Rosario, donde contaban con una competencia mucho menos feroz que en Buenos Aires y con un mercado muchísimo menos saturado que el de la prensa periódica. En este sentido, a diferencia de lo que pretendían al menos formalmente algunos diarios católicos, estas publicaciones y secciones no aspiraban a desplazar la «prensa profana» sino más bien a convivir con ella a partir de una delimitación complementaria de públicos e intereses. La alta visibilidad alcanzada por la problemática de la mujer se basaba en consecuencia tanto en los vaticinios alarmistas sobre el futuro de la familia, característicos del catolicismo de la época, como en tendencias más generales a las que la

Iglesia intentaba adecuarse, entre ellas, los evidentes cambios en los roles de las mujeres tras la primera posguerra o la adopción de lógicas empresariales. En este sentido, incorporar a las mujeres no era solo una exigencia de los supuestos desafíos y cambios de la hora presente, sino también una necesidad editorial y económica muy concreta. Sumar a las socias y a las esposas o a las futuras esposas de los miembros del Círculo, de los Centros de Estudios y las asociaciones del abigarrado catolicismo de la ciudad constituía un modo efectivo y rápido de ampliar el número de suscriptores y de avanzar en un lógica empresarial con la que el catolicismo no había tenido hasta entonces buenas experiencias. La crisis de periódicos anteriores como *El Obrero* o *Democracia*, de un neto perfil ideológico y doctrinario, habían dejado en claro que sin una mayor profesionalidad y sobre todo sin una mayor atención a los lectores y al problema de la circulación —y consecuentemente del financiamiento— no podían esperarse buenos resultados. El mercado católico podía no ser todo lo grande que se deseaba pero sumando a las mujeres se mejoraban substancialmente las posibilidades de obtener un cierto éxito que, al menos de momento, ayudara a sortear los constantes cuellos de botella que amenazaban la supervivencia de los emprendimientos editoriales católicos. Más todavía si, como era el caso de los editores del Círculo, se estaba dispuesto a ensayar con nuevos recursos e innovaciones, prestando mayor atención a los cambios que se sucedían en la prensa popular y comercial y en el mundo de los *magazines*, dialogando más abiertamente con las lógicas de la industria cultural y la cultura de masas. La tarea de todos modos no fue fácil y ni *Acción Social* ni *La Verdad* —y mucho menos *El Heraldo*— lograron despojarse de esa impronta solemne y algo medrosa característica de la prensa católica finisecular, como se aprecia por ejemplo en las portadas de *Acción Social* —frecuentemente ilustradas con imágenes religiosas— o en la pesadumbre doctrinal de muchas de las editoriales de *La Verdad*. Empero, de todos modos, como se analizó aquí se hicieron destacables esfuerzos que permitieron al catolicismo tender algunos puentes con la sociedad de masas que comenzaba a tomar forma: los discursos normativos/prohibitivos se retrajeron y se ensayó con diseños más dinámicos que, siguiendo la lógica del *magazine*, yuxtaponían diferentes géneros discursivos y tipos de textos. Se incorporaron, como vimos, el relato breve y la crónica así como el registro humorístico y secciones variadas como el llamado «Consultorio público» o «Contestando a los socios», intentaron establecer una mayor proximidad con los lectores y lectoras. El ensayo con estos formatos les permitió a los católicos del Círculo de Obrero de Rosario difundir los ideales de domesticidad y maternalismo católicos —y en este sentido contribuir a la politización de la maternidad en términos integralistas— más que a través de encíclicas, pastorales o ensayos teológicos y doctrinarios, por medio de recetas de cocina, medicina general para el cuidado de los hijos, sugerencias para atender al esposo (o conseguirlo) e indicaciones de todo tipo: cómo eliminar una mancha de grasa u óxido, cómo limpiar el hollín de una

cacerola o cómo acabar con las orugas de las plantas utilizando algunos de los nuevos insecticidas. En lugar de resaltar lo que la mujer católica no debía o no podía hacer, las publicaciones hacían hincapié en todo lo que, por el contrario, ese mundo doméstico en tren de «profesionalización» podía ofrecerle.

La afición en alza por el folletín fue, en esta sentido, claramente aprovechada para difundir relatos moralizantes que abordaban los supuestos dilemas en los que se hallaba la mujer moderna al tiempo en que resaltaban las posibilidades y virtudes de la vida doméstica: el orgullo, en cierto modo, de ser amas de casa y reinas del hogar sin por ello renunciar a ser «actuales», estando a tono con las «últimas tendencias». Una asociación que, en términos similares, trazaban las numerosas publicidades que se anunciaban. Como vimos, los avisos invitaban a las mujeres a decorar sus casas, renovar los muebles o utilizar los nuevos productos destinados a aliviar o mejorar los quehaceres domésticos: planchas, cocinas, cacerolas, insecticidas, productos de limpieza. De igual manera, los anuncios las asociaban al cuidado de los hijos, ofreciéndoles artículos para bebés, prendas y calzado, juguetes, útiles escolares o medicinas y tónicos para la tos, necesarios —como señalaba *Acción Social*— para tratar las típicas bronquitis y los resfriados que no faltaban en invierno.

El consumo en ascenso devino, de este modo, una poderosa agencia a la hora de llenar de contenidos a las mujeres, contribuyendo a fortalecer y al mismo tiempo a renovar y modernizar, los modelos de domesticidad tradicionales que defendía el catolicismo social. Por supuesto, esta asociación implicó algunas concesiones por parte de los editores, en la medida que los anunciantes no solían estar dispuestos a perder clientes o disminuir sus ventas dejando de promocionar, por ejemplo, las llamadas «modas indecentes». Además, una cosa era publicitar para las esposas-madres y los hogares católicos, y otra muy diferente hacerlo para las virtuales esposas-madres católicas, muchas de las cuales trabajaban de momento fuera de sus casas, tenían independencia económica y querían estar claramente a la moda. La propia preocupación del Círculo de Obreros por ofrecer variados cursos de formación que alejaran a las mujeres de las fábricas sugiere que las «oficinistas» eran un mercado en crecimiento a tener especialmente en cuenta.⁷¹ Fue preciso entonces, como vimos, buscar puntos de acercamiento y transacción de modo que los anunciantes no se vieran perjudicados y, al mismo tiempo, las secciones femeninas católicas se asemejaran algo más a los exitosos *magazines* que batían récords de tiradas. La posibilidad de conseguir anunciantes, cuestión en modo alguno menor, dependía precisamente de la capacidad de dotar al catolicismo de una mayor plasticidad frente a las transformaciones que traía consigo la

⁷¹ Sobre el peso de las oficinistas: Queirolo, G. 2012. «Mujeres en las oficinas. Las empleadas administrativas: entre la carrera matrimonial y la carrera laboral (Buenos Aires, 1920-1950)», *Diálogos* 16-2: 417-444.

progresiva conformación de una sociedad de masas. Un desafío que los católicos sociales enfrentaron, como muestran estas publicaciones, sin cambiar substancialmente sus concepciones de género, buscando en los hechos posicionamientos más pragmáticos que contuvieran las tensiones resultantes. Esto les permitió, por ejemplo, condenar el trabajo femenino y ofrecer al mismo tiempo cursos de dactilografía a las socias del Círculo de Obreros o denunciar las llamadas modas indecentes al tiempo en que publicitaban cortes a lo garzón, faldas más cortas o vestidos acordes con el nuevo figurín que llegaba de Europa.

En conclusión, el recorrido realizado sugiere que, aun cuando los ideales victorianos siguieron hegemonizando las notas editoriales —imbuidos por cierto del tono de cruzada característico del catolicismo integral—, las otras secciones y sobre todo los avisos comerciales evidenciaban que dichos ideales ya no eran tomados demasiado en serio. Que, al menos tras la primera posguerra, los católicos del Círculo de Obreros de Rosario no estaban convencidos de que esa fuera precisamente la batalla más importante por librar. Más aún si, como era el caso, las llamadas «mujeres modernas», al menos en los términos en que las retrataban los *magazines* más exitosos, no estaban a fin de cuentas demasiado lejos de los estereotipos tradicionales que se pretendían defender.⁷² En este sentido, como se vio, ninguna de las supuestas concesiones realizadas en beneficio de los anunciantes ponían seriamente en peligro las concepciones de domesticidad dominantes sino más bien todo lo contrario: permitían, valiéndose del ascendente consumo, reproducirlas a mayor escala en los moldes de la industria cultural y la cultura de masas.

BIBLIOGRAFÍA

Acha, O. 2001. «Las percepciones de género según el catolicismo argentino plasmadas en *Criterio*, 1928-1943», *Signos Históricos* 5: 141-173.

— 2000. «Organicemos la contrarrevolución: Discursos católicos sobre la familia, la reproducción y los géneros a través de *Criterio* (1928-1943)», en Acha, Omar y Halperín, Paula (Comps.), *Cuerpos, géneros e identidades. Estudios de Historia de Género en la Argentina*: 105-135. Buenos Aires: Ediciones del signo.

— 2011. «Género y política en el voto femenino en el catolicismo argentino, 1912-1955», en Barry, C. (comp.), *Sufragio Femenino. Prácticas y debates políticos, religiosos y culturales en Argentina y América*: 63-90. Buenos Aires: EDUNTREF.

Armus, D. 2007. *La ciudad impura. Salud, tuberculosis y cultura en Buenos Aires, 1870-1950* Buenos Aires: Edhasa.

⁷² Sobre los estereotipos de «mujer moderna» en *Para ti*: Bontempo, 2011: 127-156.

Barrancos, D. 2000. «Moral sexual, sexualidad y mujeres trabajadoras en el período de entreguerras», en Devoto, F. y Madero, M. (dirs.): *Historia de la vida privada en la Argentina. La Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad: 199-226*. Buenos Aires: Taurus.

— 2007. *Mujeres en la sociedad argentina. Una historia de cinco siglos* Buenos Aires: Sudamericana.

Blanco, J. 2008. *Modernidad conservadora y cultura política. La Acción Católica Argentina (1931-1941)* Córdoba: FFyH, UNC.

Bontempo, P. 2011. «Para ti: una revista moderna para una mujer moderna, 1922-1935», *Estudios Sociales* 41: 127-156.

Clark, C. 1986. *The American Family Home, 1800-1960* Chapel Hill And London: The University of North Carolina Press.

Cox, J. 2003. «Master Narratives of Long-term Religious Change», en McLeod, H. y Ustorf, W. (eds), *The Decline of Christendom in Western Europe, 1750-2000*: 201-217. Cambridge: Cambridge University Press.

De Diego, J. (ed.) 2006. *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000* Buenos Aires: FCE.

De Grazia, V. 2007. *Le donne nel regime fascista* Venezia: Tascabili-Marsilio.

Dobbelaere, K. 1994. *Secularización: un concepto Multi-dimensional*, México, Universidad Iberoamericana.

Casanova, J. 1994. *Public Religions in the Modern World* Chicago: University of Chicago Press.

Filoramo, G. y Menozzi, D. (a cura di) 2009. *Storia del cristianesimo. L'età contemporanea* Roma-Bari: Laterza.

Kitch, C. 2001. *The girl on the magazine cover. The origins of visual stereotype in American mass media* Chapel Hill & London: The University of North Carolina Press.

Laqueur, T. 2007. *Sexo solitario. Una historia cultural de la masturbación* Buenos Aires: FCE.

Lida, M. 2012. *La rotativa de Dios. Prensa católica y sociedad en Buenos Aires: El Pueblo, 1900-1960* Buenos Aires: Biblos.

Lida, M. y Mauro, D. (eds.) 2009. *Catolicismo y sociedad de masas en Argentina: 1900-1950* Rosario: Prohistoria.

Lida, M. 2005. «La prensa católica y sus lectores en Buenos Aires, 1880-1920», en *Prismas* 9: 119-132.

Lida, M. «Dios no creo a la mujer para bibelot. Revistas católicas femeninas en la década de 1920: el caso de Noel», en Rodríguez, A. M. (ed.) *Estudios de Historia Religiosa argentina (siglos XIX y XX)*: 141-170. Rosario: Prohistoria.

Lida., M. (2013, en prensa). «La idiosincrasia burguesa de la FACE. Una experiencia de gremialismo católico *femenino* entre los años veinte y cuarenta», en Lida, M., Acha, O., Quiroga, N. *Asociaciones y política en la Argentina del siglo xx. Entre expectativas y prácticas*. Rosario: Prohistoria.

Lill, R. 2010. *Il potere dei papi* Roma: Laterza.

Lobato, M. 2006. «El trabajo de las mujeres en Argentina y Uruguay», en Morant, I. (dir.): *Historia de las mujeres en España y América Latina*, t. IV Madrid: Cátedra.

Martín, M. 1997. «Católicos, control ideológico y cuestión obrera. El periódico La Verdad de Rosario (1930-1946)», *Estudios Sociales* 12.

Mauro, D. 2010. *De los templos a las calles. Catolicismo, sociedad y política. Santa Fe, 1900-1937* Santa Fe: UNL.

Nari, M. 2001. *Políticas de maternidad y maternalismo político* Buenos Aires: Biblos.

Pelaja, M. y Scaraffia, L. 2008. *Due in una carne. Chiesa e sessualità nella storia* Roma: Laterza.

Queirolo, G. 2008. «El mundo de las empedadas administrativas: perfiles laborales y carreras individuales (Buenos Aires: 1920-1940)», *Trabajos y Comunicaciones* 34: 129-151.

— 2012. «Mujeres en las oficinas. Las empleadas administrativas: entre la carrera matrimonial y la carrera laboral (Buenos Aires, 1920-1950)», *Diálogos* 16-2: 417-444.

Rocchi, F. 2006: «Cronos, Hermes y Clío en el Olimpo del mundo académico: Historia y teoría económica, 1960-2005», en Gelman, J. (comp.), *La historia económica argentina en la encrucijada. Balances y perspectiva*: 445-468. Buenos Aires: Prometeo.

Rogers, G. 2008. *Caras y Caretas. Cultura, política y espectáculos en los inicios del siglo xx argentino* La Plata: EDUNLP.

Saíta, S. 1998. *Regueros de tinta. El diario crítica en la década de 1920*, Bs. As., Sudamericana.

Sarlo, B. 1985. *El imperio de los sentimientos* Buenos Aires.

Scott, J. 2012. *Las mujeres y los derechos del hombre. Feminismo y sufragio en Francia, 1789-1944* Buenos Aires: Siglo XXI.

Taurozzi, S. 2012. «La piedad femenina: la mujer en la sociedad civil a través de su militancia religiosa en la Arquidiócesis de Buenos Aires, 1870-1923», *Congreso Latinoamericano de Historia de las Mujeres* San Juan: mimeo.

Vaquero-Argüelles, I. 2007. «El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo xx», *Indumenta. Revista del Museo del Traje*: 123-134.

Vezzetti, H. 2000. «Las promesas del psicoanálisis en la cultura de masas», en Devoto, F. y Madero, M. (dirs.), *Historia de la vida privada en la Argentina. La*

Argentina entre multitudes y soledades. De los años treinta a la actualidad: 173-198.
Buenos Aires: Taurus.

Zanca, J. (2013) *Cristianos Antifascistas. Conflictos en la cultura católica argentina*, Buenos Aires: Siglo XXI.