

do estudiado pueda tener en el presente que hoy vivimos.

ALBERTO ANTONIO BERÓN OSPINA
(UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA)

María Teresa Vera-Rojas: “*Se conoce que usted es ‘Moderna’*”. *Lecturas de la mujer moderna en la colonia hispana de Nueva York (1920-1940)*. Madrid / Frankfurt/M.: Iberoamericana / Vervuert 2018. (Tiempo Emulado. Historia de América y España, 63). 395 páginas.

El libro “*Se conoce que usted es ‘Moderna’*”. *Lecturas de la mujer moderna en la colonia hispana de Nueva York (1920-1940)* hace un estudio de la colonia hispana –formada en su mayoría por puertorriqueños y con minoría de población afroantillana– de Nueva York durante los decenios de 1920 y 1930. Más concretamente, se investigan las formas de subjetivación en la experiencia de la feminidad de las mujeres, sujetos que la autora comprende como marginales en el espacio físico de Estados Unidos y en las publicaciones sobre migraciones. Los resultados a los que llega son los contradictorios dictados sobre la feminidad a los que estaban expuestas. Con esto consigue integrar a sujetos hispanos, hasta ahora marginados, en la amplitud de la experiencia de la modernidad.

Para plasmar esto, parte de los estudios feministas, culturales (algunos relacionados con la cultura popular) y de la literatura, especialidad de Vera-Rojas, a lo que también podemos añadir sus trabajos sobre la población hispana/latina en Estados Unidos. Estas teorías se aplican para llevar a cabo un análisis de pren-

sa (publicaciones creadas por y para la colonia hispana que son el diario *La Prensa*, el semanario *Gráfico* y la revista cultural *Artes y Letras*) con el fin de profundizar sobre la modernidad y la feminidad. Narraciones que encontramos en forma de artículos o reportajes periodísticos, aunque también como poemas, cartas de las lectoras, imágenes que acompañan a los textos o la publicidad de productos como coches, leche o tabaco. La combinación de estos elementos resulta novedosa y nos acerca a los estudios de recepción, ya que obtiene de un mismo soporte (prensa) diferentes análisis y resultados. Esta es una de las originalidades que posee este libro. Además, en muchas ocasiones, en la obra se ha recogido, muy acertadamente, una pequeña reproducción de la imagen del artículo o anuncio que la autora estudia. Esto hace aún más accesible la lectura de los seis capítulos en que se divide el texto. Crea una experiencia y nos acerca a ser un lector como los que la autora investiga.

El objetivo es la comprensión de los discursos sobre la feminidad en la prensa, plantear si los sujetos femeninos pudieron reapropiarse de las ideas transmitidas y si existió algún tipo de resistencias ante lo hegemónico en las mujeres de la colonia. Las conclusiones a las que llega son las contradicciones entre los preceptos divulgados por los medios de comunicación y las prácticas de la subjetividad de las mujeres en forma de resistencia ante lo dominante. Vera-Rojas profundiza en este análisis y muestra que los procesos de negociación cultural están atravesados por el género, la raza y la clase, siendo la transversalidad uno de los puntos fuertes del libro.

Por un lado, se parte de la hipótesis de que la lectura de las publicaciones escogidas fue una práctica subjetivadora. Por otro, entiende que los medios son productores de subjetividades y de imaginarios legitimados. Además, sus argumentaciones recorrieron todas las clases sociales y que esto facilita que los lectores se comprendan como una comunidad con valores comunes (p. 109). Analiza la feminidad con mayor profusión sobre la que escribieron periodistas, aunque también mujeres de la colonia en cartas enviadas a los periódicos.

El tipo de narración dominante relativo a la mujer de la colonia era el de garante de lo tradicional en el ámbito panhispano. Ellas eran la personificación de estos valores. Pero, a la par que se promovían estos modelos de mujer, se mostraba la modernidad norteamericana vista como algo foráneo que introducía a las mujeres el ocio, consumo y un ideal de belleza, entre otros (estas últimas ideas han sido comprendidas en los estudios feministas hasta la fecha como algo negativo). Aunque se trataba de una forma de vida novedosa y conflictiva, la prensa de la colonia legitimaba, en muchas ocasiones, el modo de vida que les rodeaba, es decir, el estilo de vida norteamericano.

No obstante, las lectoras que consumían podían reapropiarse de las reflexiones construidas por los medios ya que mediante su lectura daban sentido a las representaciones de la prensa. Siguiendo a la autora, los discursos dominantes se podían resignificar negociando la posición que asumieron las mujeres latinas. Gracias a esto pudieron conformar su identidad al reconocerse o desidentificarse en las exposiciones dominantes o responder

de alguna manera ante esto. Lo comprobamos gracias al estudio de la recepción de los textos que enviaron las mujeres a los periódicos que contradicen los parámetros que marcaban los editoriales.

De esta forma, según se avanza en la obra, se establece la correlación lectura-consumo conectada con las mujeres que leían los medios seleccionados. Este concepto sirvió para la articulación de la subjetivación y disidencias de las modernas hispanas (p. 131). Por un lado, encontramos la lectura como forma de consumo (masivo), a la par que, de control de los discursos de contenido, por ejemplo, de economía doméstica. Por otro, las mujeres fueron necesarias en el mercado de la producción editorial al cubrir un nuevo sector del mercado. Por tanto, se asumieron en la lógica del consumo y la cultura de masas (p. 139), aunque posicionadas en la periferia de la sociedad norteamericana y de la colonia.

La modernidad implicó debatir en los medios sobre la feminidad y el cuerpo de la mujer y se interrogaron sobre salud, deporte, higiene, etc. En estos textos e imágenes se mostraban los códigos de belleza e identidad que sirvieron como medio para el reconocimiento social y la inscripción en un colectivo de feminidad del modelo norteamericano. Es decir, se promovió una idea de feminidad universalizada. Ante esto, en la prensa se intenta reconducir a los valores tradicionales, pero, entre medias, aparece la subjetividad de la mujer moderna hispana, lo que conlleva tensiones entre los ámbitos de la modernidad y los valores tradicionales.

La publicidad mostraba ideas de ascenso social y un modo de vida basado en la seguridad, la prosperidad y el con-

fort. Los productos y formas de vida que la publicidad dejaba entrever remarcaban que las mujeres eran las garantes de esa seguridad. Aunque, igualmente, aparecieron contradicciones como las formas de control sobre el cuerpo con los consejos de belleza. Por tanto, la autora apunta a la ruptura de la concepción de los límites de consumo como algo privado y productividad como algo público. Esta ruptura la encarnaron las hispanas, mujeres de color y trabajadoras (fuera del hogar).

Algunas de las temáticas más repetidas en la publicidad fueron la extensión de los ideales de belleza, control, regulación y disciplina del cuerpo y defensa de una feminidad idealizada. Eran estrategias de control mediante los medicamentos, control de la naturaleza con la higienización del cuerpo, esterilización, blanqueamiento del cuerpo, maquillaje, deporte, etc. Esto implicaba una transformación corporal que transmitía el cine y la moda y que implicaba movilidad social y éxito. No obstante, esta visión fue más compleja ya que, dentro de estas ideas de mostrar cuerpos saludables en la prensa, se corría el riesgo de exponer el cuerpo de la mujer como un objeto de exhibición y consumo para lectoras y lectores.

Si analizamos las contradicciones de los discursos, las mujeres también tomaron la palabra e intervinieron en los debates sobre su identidad. Lo hicieron como periodistas (destacaron María Mas Pozo y Clotilde Betances Jaeger) y como lectoras de la prensa (sobre todo en la sección de “Consultorio de belleza”). Gracias a las respuestas de las lectoras, su proceso de lectura “devien[e] práctica de subjetivación de la mujer moderna hispana y [crea] lugares de pertenencia a un univer-

so compartido de significación” (p. 277). Por ende, intervinieron en el proceso de definición de la mujer moderna en la colonia.

Por último, también se presta atención a la imagen de la *flapper*, que se asocia a nuevas formas visuales que contribuyeron a la espectacularización de la feminidad que concibe la autora como transgresión y resistencia y, a la par, formas de control. Así, las *flappers* estaban asociadas con el consumo y el trabajo, y, sobre todo en este último punto, se acercaban a la sociedad norteamericana. Estaba mal visto ser trabajadora, contrariamente a ser *flapper*, ya que esta, en las imágenes, se mostraba sexualizada. A esto se suma la imagen de la mujer para el consumo masculino, especialmente de la *flapper*, al ser objeto y sujeto de la mirada. Esto último es lo que la autora denomina como régimen de visibilidad moderno, ya que, al final, la *flapper* construía su identidad como autorrepresentación y empoderamiento. Desde mi punto de vista, en este capítulo, habría diseñado una breve genealogía de los orígenes de la *flapper* y cómo afectaron las ideas de la “nueva mujer” decimonónica a su imagen.

Para concluir, en diferentes partes de la obra la autora hace alusión al feminismo como ideología del momento y sobre la que se escribe en la prensa sobre reivindicaciones de ciudadanía e igualdad. En la última parte del libro se analizan mujeres públicas, es decir, personajes públicos conocidos por la población de la colonia por sus obras y, sobre todo, en la prensa se reprodujeron sus rostros. En estos casos eran mujeres politizadas, de clases altas y con ideales como la religión o la educación. Por tanto, se les daba legitimidad

como sujetos intelectuales y con ciudadanía, aunque servía para mostrar prestigio y exaltación de la tradición de la colonia (p. 126). Surgió, así, la apropiación del público de estas imágenes, aunque las mujeres en prensa pertenecían a clases altas y, con esto, se daba una imagen homogeneizada de los relatos de vida.

IRENE MENDOZA MARTÍN
(UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID)

Panagiotis Dimitrakis: *The Hidden War in Argentina. British and American Espionage in World War II.* London / New York: I. B. Tauris, 2019. 251 páginas.

A lo largo de la historia, el espionaje ha sido una herramienta privilegiada por los Estados a la hora de obtener información de interés acerca de las fortalezas y de las debilidades de sus enemigos, de sus planes y de sus estrategias. Rodeado de un halo de misterio, a diferencia de la diplomacia, cuenta con la ventaja nada desdeñable de un mayor margen de acción en sus métodos y en sus prácticas, sin las constricciones que imponen las normas que rigen las relaciones internacionales. El estudio de sus actividades –caracterizadas por definición por el secretismo, la clandestinidad y la confidencialidad– resulta en consecuencia difícil de encarar y requiere de la contrastación de fuentes variadas de acceso a menudo restringido.

El autor de esta obra, que cuenta con un doctorado del Department of War Studies del King's College London, se especializa en el estudio de los servicios de inteligencia. Dentro de esa línea, ha publicado trabajos sobre las acciones despla-

gadas por diversas potencias a lo largo del siglo xx en escenarios tan diversos como Turquía, Afganistán, Vietnam y China.

En esta ocasión, Dimitrakis se interna en los vericuetos del espionaje británico y estadounidense en la Argentina durante la Segunda Guerra Mundial. El país sudamericano se había mantenido neutral durante la mayor parte de la contienda, hasta que en enero de 1944 decidió romper relaciones diplomáticas con Alemania y Japón, para declararles finalmente la guerra en marzo de 1945. En ese sentido, fue teatro de múltiples maniobras de los dos bandos beligerantes a fin de sondear e incidir en el posicionamiento de diferentes factores de poder locales en relación a la guerra, que el autor intenta develar a lo largo de las páginas del volumen.

El libro consta de una introducción, catorce capítulos y un epílogo, dispuestos en orden cronológico, y se basa en la consulta de materiales de archivo de varios repositorios de los Estados Unidos y del Reino Unido. A partir de estas fuentes primarias anglosajonas y de bibliografía publicada principalmente en inglés, el autor reconstruye las redes y los principales personajes del entramado de espías montado en Argentina por ambas potencias aliadas y por su principal contendiente, Alemania, desde las vísperas de la Segunda Guerra Mundial hasta su inmediata conclusión. Así, desfilan por su libro diversos diplomáticos, altos funcionarios del área de inteligencia y agentes de espionaje pertenecientes a la Abwehr y al Sicherheitsdienst (SD) alemanes, al MI6 y al Special Operations Executive (SOE) británicos, al Special Intelligence Service (SIS) del FBI y al Office of Strategic Services (OSS) norteamericanos: el embajador