



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE
SAN NICOLÁS DE HIDALGO



Facultad de Historia

Representaciones ideotecnológicas de género en la *Motion Picture Magazine*
en Los Felices Años Veinte

Tesis que para obtener el título de Licenciada en Historia

Presenta

Claudia Martínez Aguilar

Asesora

Dra. Gloria Lara Millán

Morelia Michoacán, diciembre de 2021

En memoria de Virginia Gutiérrez Soria y Cristina Lira Aguilar

Agradecimientos

A mis padres Margarita Aguilar y Álvaro Martínez, que, al lado de Bertha Aguilar y José Luis Gómez, por el incansable apoyo a lo largo de este proyecto y en cada etapa de mi vida.

A mis hermanas Aranzazú Martínez y Michelle Lira, por el acompañamiento en esta experiencia en medio de archivos, bibliotecas y aventuras.

A Guadalupe Aguilar y José Lira; a Mariana Martínez y Manuel Martínez por su respaldo y cariño.

A la incondicional amistad de Inés Solorio, Abel Gómez, Gualberto Moya, Javier de la Cruz y Carol Domínguez, con quienes compartí la felicidad de ser universitaria.

A mi asesora, la Dra. Gloria Lara; a mis lectoras, la Dra. Lorena Ojeda y la Mtra. Graciela Sánchez, pilares en mi formación académica.

A la Facultad de Historia y a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, donde mi sueño de ser historiadora, se hizo realidad.

Resumen

Esta tesis contextualiza las negociaciones entre valores tradicionales y modernos en medio de las transformaciones económicas, políticas y culturales de Los Felices Años Veinte. Además, explora la construcción de representaciones ideotecnológicas de género en la *Motion Picture Magazine*, a través de un Análisis Crítico del Discurso. Asimismo, se centra en la legitimación del sujeto que representó a la mujer estadounidense y las categorías que se le asignaron. Por lo tanto, este estudio identifica cómo las categorías sociales como raza y clase se utilizaron estratégicamente para incluir o excluir a aquellos individuos que no encarnaban el discurso hegemónico. Esta narrativa dominante fue reproducida principalmente por la industria cinematográfica, perpetuando la desigualdad y las posicionalidades blancas privilegiadas.

Palabras clave

Representación, dispositivo, género, ideotecnología, mujer moderna

Abstract

This thesis aims to contextualize negotiations between traditional and modern values among economic, political, and cultural transformations in The Roaring Twenties. Furthermore, it provides an insight into the construction of ideologicotechnological representations of gender in the Motion Picture Magazine through a Critical Discourse Analysis. In addition, it focuses on the legitimation of the subject representing the American woman and the social categories assigned to her. Hence, this study identifies how social categories as race and class were used strategically to include or exclude those individuals who did not embody the hegemonic discourse. This dominant narrative was mainly reproduced by the film industry as a perpetual representation of inequality and white privilege.

Introducción	6
Capítulo 1. Aires de cambio político, económico y sociocultural en los Estados Unidos: control, restricción, discriminación, libertad e igualdad. Oxímoros en el período de la posguerra	25
1.1 Estados Unidos: la visión de una nación blanca y poderosa en los aires de cambio de Los Felices Años Veinte	26
1.2 La economía de posguerra: consumo y liberación en tiempos de bonanza	42
1.3 La cultura de masas en Los Felices Años Veinte	50
Capítulo 2. La mujer moderna en el cine y las estrellas de Hollywood	62
2.1. La construcción de Hollywood y del <i>star system</i>	63
2.2 El cine hollywoodense y su <i>star system</i> en las <i>fan magazines</i>	75
2.3 Los discursos de género en la industria cinematográfica y la <i>Motion Picture Magazine</i>	90
Capítulo 3. Representaciones ideotecnológicas de género en la <i>Motion Picture Magazine</i>	111
3.1 en diálogo con la teoría de las representaciones culturales y los discursos de la mujer moderna en la <i>Motion Picture Magazine</i>	112
3.2 Las <i>flappers</i> a escena	128
3.3 ACD sobre las representaciones ideotecnológicas de la mujer moderna estadounidense en la <i>Motion Picture Magazine</i>	142
Conclusiones	181
Fuentes primarias	187
Fuentes secundarias	189

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto problematiza las representaciones ideotecnológicas de género que la *Motion Picture Magazine* produjo, legitimó y masificó en Los Felices Años Veinte en Estados Unidos. Analizar la construcción del discurso sobre la mujer moderna en la revista en cuestión permite entender a Hollywood, al sistema de estrellato y a las *fan magazines* como dispositivos y tecnologías del género que, como fuentes mediadoras en la cultura popular, proyectaron los valores e ideas propios de la época. Asimismo, se busca profundizar en la manera en la que los medios como dispositivos de saber/poder reproducen los discursos hegemónicos que privilegian a los individuos que encarnan la norma, perpetuando las desigualdades sociales.

De este modo, la *Motion Picture Magazine* no solo permite ver cómo fue representada la mujer moderna, *new woman* o *flapper* de Los Felices Años Veinte, sino también, la forma en la que esta representación fue legitimada a través de sus múltiples publicaciones. En este sentido, para comprender la manera en la que las representaciones ideotecnológicas de género fueron significadas en la fuente en cuestión, es indispensable entender las urgencias a las que su perfilación respondió, sin olvidar la inseparable cuestión de raza-género-nación.

Es decir, la mujer moderna estadounidense, como sujeto femenino de la modernidad, no puede ser analizada sin considerar la importancia de la relación y sintonía entre los discursos hegemónicos, los medios de comunicación y la cultura popular, que estaban íntimamente ligadas al consumo. Esta década de cambios fue una oportunidad para reafirmar los valores y características deseables para los ciudadanos y ciudadanas, mismas que coincidían con el liberalismo.

El liberalismo que apelaba a la igualdad y a la libertad (Báez-Villaseñor 2010, 93) coexistió con el racismo (Selig 2007, 41); y según Holcombe (1996), las ideas positivistas, evolucionistas y progresistas fueron defendidas en la modernidad estadounidense cuyo estandarte era la blanquitud. En este escenario de transformaciones, la movilidad a las ciudades y la industrialización (Harnett 2009, 18) también tuvieron lugar y representaron una oportunidad para las mujeres (primordialmente blancas) en términos laborales (Gubrium

2007, 233) y de consumo, mismo que estaba guiado por la publicidad implícita y explícita en revistas como la *Motion Picture*.

Las nuevas posibilidades aludían al individualismo por su relación con el liberalismo, al igual que por su trascendencia en una cultura popular consumista. El poder de expresar la personalidad –dentro de los parámetros de la constitución de género que los discursos hegemónicos definían– y de ser (como la) mujer moderna estadounidense se ejercía, según la fuente en cuestión, a partir de la compra de indumentaria (y otros artículos también presentes en la revista) que eran asociados con la moderna performatividad de género.

El avance de los medios de comunicación favoreció las transformaciones que la modernidad trajo consigo, pues éstos “educaban” a la sociedad (Taylor 2002, 425). En este sentido, el auge de Hollywood en Los Felices Años Veinte (Sadoul 2004, 184), la creación del *star system* y la institucionalización de la prensa cinematográfica que escribía sobre las estrellas (Zhang 2009, 2010-2011) fueron indispensables para la legitimación de los discursos y representaciones ideotecnológicas de género.

Así pues, esta tesis también pretende aportar al conocimiento histórico de Los Felices Años Veinte estadounidenses y a la historia de género, profundizando en la construcción, legitimación y reproducción de las representaciones de la mujer moderna en la *Motion Picture Magazine*. Al ser una fuente que no ha sido ampliamente explorada, no solo puede interpretarse como productora y fuente de mediación de representaciones ideotecnológicas de género, sino también como un dispositivo clave para entender la cultura en la que se publicó y los usos sociales de los medios de comunicación.

Consecuentemente, el Análisis Crítico del Discurso aplicado a dicha fuente, además de mostrar la constitución del género en Los Felices Años V y la revista en cuestión, revela la intersección de categorías de género, raza, clase y edad, misma que es indispensable para visibilizar la desigualdad social. De esta forma, se pone en evidencia la manera en la que las narrativas dominantes son difundidas mediante una red discursiva que sirve a y se sirve de tecnologías y dispositivos controlados por los grupos de poder. Asimismo, se presenta su relación con los dispositivos de mediación que, al igual que los marcos culturales y

discursivos que (re)significan y legitiman los privilegios que constituyen a las representaciones hegemónicas.

Así pues, las preguntas que esta investigación pretendió responder fueron las siguientes:

- ¿Qué transformaciones políticas, económicas y socioculturales contribuyeron a la construcción de las representaciones de la mujer moderna estadounidense en Los Felices Años Veinte?
- ¿Cómo fueron proyectadas las representaciones de la mujer moderna por la industria cinematográfica a través de las estrellas de Hollywood en Los Felices Años Veinte?
- ¿Cómo se construyeron, legitimaron y reprodujeron las representaciones ideotecnológicas de género en los discursos de *la Motion Picture Magazine* en Los Felices Años Veinte?

En sintonía con estas interrogantes, el objetivo general fue:

- Contribuir al análisis de las representaciones ideotecnológicas de género en la *Motion Picture Magazine* en Los Felices Años Veinte

Mientras que los objetivos específicos fueron:

- Identificar las transformaciones políticas, económicas y socioculturales contribuyeron a la construcción de las representaciones de la mujer moderna estadounidense en Los Felices Años Veinte
- Identificar cómo se proyectaron las representaciones de la mujer moderna por la industria cinematográfica a través de las estrellas de Hollywood en Los Felices Años Veinte
- Analizar la construcción, reproducción y legitimación de las representaciones ideotecnológicas de género en los discursos de *la Motion Picture Magazine* en Los Felices Años Veinte

Históricamente, el género se ha construido social y culturalmente a partir de discursos que le han concebido como una cuestión biológica, naturalizando los cuerpos anatómicamente clasificados como femeninos o masculinos, siguiendo un modelo binario, y rechazando aquellos otros que no podían leerse dentro de estas categorías hegemónicas. Desde este discurso occidental, patriarcal y colonial, el género “se hizo” – y se legitimó– biológicamente y prescribió los actos performativos y la constitución que le darían forma, al igual que los dispositivos que construirían, transmitirían y legitimarían sus representaciones. Estas últimas, a su vez, también devinieron –y se convirtieron– en dispositivos cuya operatividad, siguiendo la definición de Amigot Leache y Pujal i Llombart (2009), produce y regula la vida social y la subjetividad.

Para comprender la crítica a las nociones tradicionales de género, se destaca a Hortensia Moreno. Esta autora, apoyada en la obra de Teresa de Lauretis, no solo se contrapone a la perspectiva biológica tradicional, sino que concibe al “género como un proceso, en lugar de un hecho terminado; como un complejo conjunto de fenómenos sociales capaz de producir hombres y mujeres” (Moreno 2011, 49).

Moreno (2011), en la misma línea que de Lauretis, define aquellos procedimientos históricos, culturales e intencionales que competen al ámbito de la representación y de la acción –puesto que producen sujetos con características y cualidades definidas y atribuidas al binomio hombre-mujer– como “tecnologías del género”. Desde su origen discursivo, dichas tecnologías del género descartan su naturalización, proponiendo una apertura a su permanente (re)construcción, mediante una constante desconstrucción.

En este sentido, Moreno (2011) también retoma los actos performativos que según Judith Butler producen lo que nombran, definen la constitución del género a través de instituciones, discursos y dispositivos. En otras palabras, crean identidades, pero también condiciones sociales y conductuales de diferencia en el sistema sexo-género. Posteriormente, esta misma autora se apoya en los previos planteamientos de Irving Goffman para expresar que dicha producción no es únicamente una cuestión de significación, sino también un asunto subjetivo, inmaterial, simbólico y un hecho corporal.

Si el poder que tiene el discurso para producir aquello que nombra está asociado a la cuestión de la performatividad, luego la performatividad es una esfera en la que el poder actúa como discurso. “No existe una identidad de género detrás de las expresiones de género; esa identidad se construye performativamente por las mismas ‘expresiones’ que, al parecer, son resultado de ésta” (Butler 2007 citado en Martínez Prado 2014).

Consecuentemente, Martínez Prado (2014) propone “entender la construcción identitaria en términos significantes y, más concretamente, significantes performativos”. Estas propuestas alrededor de la categoría de género fueron disparadores de reflexiones en torno a un contexto específico que me propuse abordar: los Felices Años Veinte en Estados Unidos. El punto de observación se precisó en los discursos provenientes de la industria del cine en crecimiento, acerca de las representaciones de la mujer moderna. El trabajo de investigación que se presenta analiza uno de los dispositivos productores de representaciones ideotecnológicas, la revista *Motion Picture Magazine*. Se trata de un análisis desde una fuente institucional, que muestra una visión empresarial, sujeta a los límites y a las innovaciones de su tiempo y a los valores culturales de una nación en construcción. De ahí, los límites de la presente tesis, que no considera las voces de las mujeres estadounidenses, ni a sus actos de desobediencia, para reconstruir los procesos de agencia o de transformación desde la sujeción.

(Butler 2007 citado en Martínez Prado 2014), instiste en el “[...] el proceso de devenir subordinado al poder. [...] Ya sea a través de la interpelación, en el sentido de Althusser, o a través de la productividad discursiva, en el sentido de Foucault, el sujeto se inicia mediante una sumisión primaria al poder”. No obstante, esta autora opta por dar luz a “la gama de desobediencias que podría producir una ley imperante”, en vez de la interpelación.

En este sentido, la presente tesis que pretende abonar a la Historia de género, tiene como objetivo realizar un Análisis Crítico del Discurso a la *Motion Picture Magazine*, acerca de las representaciones ideotecnológicas de género de Los Felices Años Veinte, producidas en la industria cinematográfica y masificadas a través de Hollywood y su sistema de

estrellato. Así, la fuente principal es considerada como uno de los múltiples dispositivos que contribuyeron a la homogeneización de un discurso sobre la mujer moderna estadounidense.

En este contexto, la mujer moderna, la *new woman* o la *flapper* fue posicionada como una de las representaciones hegemónicas de género de la industria cinematográfica. Empero, durante los primeros años de la década en cuestión, se puede pensar como una alteridad amenazante para quienes buscaban mantener los valores tradicionales, debido a las diferencias generacionales y a las diferentes perspectivas de los habitantes de las áreas rurales y urbanas sobre la pertenencia nacional. La negativa con respecto a la nueva constitución de género cobra sentido al reflexionar en torno a los procesos de marcación y desmarcación, mismos que operan en momentos distintos por las tensiones entre cambios y continuidades, al igual que por la profundidad de las transformaciones (Claudia Briones, 2015).

Dicho de otro modo,

Los Estados no han sido nunca, ni son hoy, los únicos constructores de mismidades tranquilizantes o alteridades amenazantes. Los medios de comunicación, la publicidad, el mercado las élites morales e intelectuales y los propios sectores populares han intervenido activamente, ayer y hoy, en disputar imágenes adecuadas de pertenencia nacional, con capacidades de impacto diferentes, claro está, según épocas y contextos (Briones 2015, 22).

En este orden de ideas, Los Años Veinte, pese al proceso modernizador que les caracterizó, no estuvieron exentos de nativismo y racismo (Selig 2007, 41). Como consecuencia, se propiciaron conflictos entre quienes buscaban mantener los valores tradicionales y quienes estaban a favor de la modernidad; también tuvo lugar una ampliación de medidas regulatorias para conciliar los intereses de ambos sectores (Schmidt 2013, 106-107).

Así pues, el racismo y el clasismo fueron factores decisivos cuando de liberalismo, igualdad, libertad, luchas por el sufragio, por los derechos de las mujeres y contra la esclavitud, se trató. En una nación considerada así misma como blanca, no cualquiera podía

representar o personificar a los ciudadanos y ciudadanas deseables; por lo que las relaciones interseccionales definieron el acceso a privilegios o las opresiones experimentadas por los distintos grupos y sujetos. Báez-Villaseñor (2010), en su artículo “Un largo camino: la lucha por el sufragio femenino en Estados Unidos”, se apoya en Lynn Dumenil para hacer hincapié en las distintas posibilidades de alcanzar derechos que tenían las mujeres. No obstante, señala que, las mujeres (en plural) sí tuvieron una importante participación en los movimientos sociales, pero perseguían objetivos distintos.

De acuerdo con Harnett, Kerry A. (2009), las diferencias y desigualdades que acompañaron este momento histórico, tuvieron como base los planteamientos teóricos del positivismo, del darwinismo y del evolucionismo. Así, la lucha por el progreso y la unidad, el liberalismo y el individualismo en Los Felices Años Veinte, privilegiaron a las mujeres blancas, de clase media y alta, heterosexuales y jóvenes, pues encarnaban la norma y representaban a la ciudadana deseada.

Gubrium (2017), en su artículo “Urban Ethnography of the 1920s Working Girl”, sigue a Donovan Frances R. y Cressey Paul G. para aseverar que la hostilidad también se reflejó en el conflicto entre la concepción que se tenía sobre lo rural y lo urbano. Pese a que muchos asociaban la ciudad con un sinfín de peligros para las mujeres, otros la veían como un espacio de oportunidades. Cabe reiterar, nuevamente, que dichas posibilidades estaban limitadas por la intersección de categorías como la raza, el género, la clase y la edad.

Dicho lo anterior, la desigualdad incrementó en la década en cuestión, pues la bonanza no fue disfrutada por todos. No obstante, Soo Hyun Park (2014), en su tesis “Flapper Fashion In the Context of Cultural Changes of America in the 1920s”, afirma que fue este momento, el que vio nacer a la sociedad de consumo como resultado del auge tecnológico, científico, publicitario y de producción en masa.

En términos de la cultura popular americana, Pavel Smutný (2006) y su tesis “Color line and jazz”, apunta a que los medios de comunicación tuvieron un papel central; la radio y el cine se convirtieron en dispositivos clave para el cosmopolitismo y el culto a la personalidad. En ese escenario, Hollywood y su sistema de estrellato masificaron las

representaciones de la mujer moderna estadounidense a través de sus filmes y de revistas de fanáticos, como la *Motion Picture*.

Para dar forma al contexto que produjo estas representaciones de la mujer moderna y su personificación a través de las *flappers*, es indispensable reconstruir históricamente la edificación de Hollywood por parte de la industria cinematográfica, con ayuda de la obra “Un ejemplo de corporativismo estadounidense: la creación de Hollywood”, publicado por Graciela Padilla Castillo (2018).

Asimismo, el aporte de Gloria Domínguez (2005) en su tesis “El star system: construcción de mitos en el Hollywood clásico”, detalla el proceso de producción, distribución y exhibición de películas antes y durante el establecimiento de Hollywood y de su sistema de estudios que controlaba y dirigía toda representación que deviniera de la industria cinematográfica, dominada por aquel suburbio de Los Ángeles. Igualmente, esta autora permite comprender el *star system*, como productor de bienes de consumo que mantenían no solo el sueño americano, sino también posibilitaban el mantenimiento o la transformación del *statu quo*.

Por su parte, Camila Souce (2010), en “El Star System y la Moda: la influencia de los ídolos y de las estrellas de cine en la moda” relata que este sistema, tal cual afirmó previamente Belluscio, era un proceso de creación, promoción y explotación de actores y actrices, que estaba orientado a la reproducción de imágenes de personas deseables para los espectadores-consumidores. Esta perspectiva es apoyada por Roberta Pearsons (1997) en el capítulo “Early Cinema”, publicado en *The Oxford History of World Cinema*, editado por Geoffrey Nowell-Smith, en el cual, sostiene que la narrativa del cine dio paso a una cultura *mainstream*¹, al ser el primer medio de comunicación masiva.

En torno a la cuestión del estrellato, Jeremy Butler (1990) retoma a Dyer en su artículo “Star Images, Star Performances”, y propone leer a las estrellas como signos inscritos en una ideología cuya polisemia estructurada, forma parte de sistemas discursivos. Así, con respecto

¹Ailén Spera (2016) se apoya en la propuesta de Martel F. para puntualizar que “la noción (...) de *mainstream* (...) significa «dominante» o «para el gran público», está íntimamente asociada a las industrias del entretenimiento y la cultura de masas, constituyendo la base misma del discurso cultural del capitalismo contemporáneo”.

a lo que a esta tesis compete, la relación intertextual entre el discurso hegemónico sobre el género, la cultura estadounidense, los filmes y las películas, produjo representaciones ideotecnológicas de género, que privilegiaron al sistema de estrellato como su dispositivo principal.

Las actrices de Hollywood encarnaron a la *new woman*, mujer moderna o *flapper*, cuya performatividad, de acuerdo a las revistas, debía estar acompañada de una estética particular. Dicho de otro modo, el sujeto femenino de la modernidad era definido por categorías identitarias –principalmente relacionadas con la blanquitud y con la clase social–, y por un discurso que se llevaba a la práctica a través de actos performativos, de consumo de bienes y posesión de una indumentaria que reflejaba el nuevo estilo de vida.

Para situar el contexto que albergó la masificación de las representaciones de la mujer moderna estadounidense en la fuente principal de esta investigación, el capítulo “The Birth of the Fan Magazine publicado en *Inside the Hollywood Fan Magazine: A History of Star Makers, Fabricators, and Gossip Mongers*, obra de Anthony Slide (2010), permite conocer el origen histórico de dichas revistas, y la forma en la que fueron concebidas al haber sido leídas principalmente por mujeres que no formaban parte de la industria cinematográfica.

Jerslev Anne (1996), en su artículo “American Fan Magazines in the 1930s and the Glamorous Construction of Femininity”, aporta que el auge de estos textos coincidió con el apogeo del *star system*. Además, sugiere que existía una sintonía discursiva e intertextual entre las representaciones ideotecnológicas de género que se proyectaban y legitimaban tanto en las películas, como en las revistas. En esta misma línea, Gaylyn Studlar (1996), en el capítulo “The Perils of Pleasure Fan Magazine Discourse as Women's commodified culture in the 1920”, publicado en la obra *Silent Film*, da luz al impacto que las revistas de fanáticos tuvieron con respecto al “culto a la personalidad”, que respondía a la “tradicional” feminidad americana.

Incluso, Abbott (2004) en su tesis “The Fictive Flapper: A Way Of Reading Race And Female Desire In The Novels Of Larsen, Hurst, Hurston, and Cather”, insiste en que las nuevas imágenes producidas y masificadas por el capitalismo y la cultura de masas, alentaban al consumo al asociarlo con la individualidad. Así, a lo largo de las páginas de la fuente

primaria y de las fuentes secundarias que enriquecen esta investigación, se define a las *flappers* con atributos y características ligadas a la modernidad y a la individualidad; al igual que con indumentaria y accesorios específicos.

Ronda Manhood (1991), en su tesis “Images of Feminine Beauty in Advertisement for Beauty Products, English Canada, 1901-191”, menciona la “*fashionable physical appearance*” que puede ser asociada a la *flapper* o *new woman*, que Martin Pumphrey (1987), en “The Flapper, the housewife and the making of modernity” considera el símbolo de la moda moderna. De acuerdo con Harnett (2009), las joyas como accesorio, fueron popularizadas por Coco Chanel quien insistía en usarlas para mostrar estilo, y no necesariamente poder adquisitivo. Por su parte, la indumentaria ha sido interpretada de maneras distintas; pues mientras para autores como Alison Lurie (1994) la ropa infantilizaba a las mujeres; para otros como Harnett (2009), las prendas se asociaban con la liberación femenina.

Los finos tejidos, los vestidos ligeros, los diseños en líneas rectas, los grandes adornos y accesorios; las sombras de ojos, el labial y el rímel podían emular el estilo parisino que predominó en la década. Empero, aunque un importante número de mujeres podía comprarlos, cabe reiterar que, no todas las chicas podían ser identificadas como *flappers*, ni personificar a la mujer moderna estadounidense, por cuestiones de raza y clase.

De esta forma, la mujer, en singular, fue asociada con el movimiento y con la libertad por los medios de comunicación. La vida nocturna, el jazz, los bailes, la libertad social; los lujos y el ocio adornaron el discurso hegemónico de la prensa cinematográfica (Pumphrey 1987, 186). Harnett agrega que el control del cuerpo y de la apariencia también fue proyectado y afirmado. No obstante, más allá de cuestionar los argumentos previamente presentados con respecto a los dispositivos y tecnologías de género, los límites de la libertad y la sujeción a los discursos, cabe destacar que, aunque no puede hablarse de libertad total, sí debe rescatarse lo que, en términos fenomenológicos y sociales, las nuevas posibilidades representaron en la vida y lucha de las mujeres.

Sin embargo, no todas las mujeres tuvieron acceso a los privilegios de la modernidad, pues quienes no encarnaban la norma, difícilmente podían tener una vida como la de la que

sí personificaban la narrativa hegemónica. Aunque reiterar la coexistencia de sujetos marcados y desmarcados en los espacios sociales, también es indispensable mencionar que la mujer moderna de la *Motion Picture Magazine* no representaba a las mujeres, sino que respondía a un discurso que operaba mediante dispositivos y tecnologías de saber/poder que “hacían el género” desde una posición occidental, regida por lo que María Lugones (2008) denomina el “sistema moderno-colonial de género”².

En sintonía con lo anterior, respecto al marco teórico metodológico, los conceptos transversales de este trabajo son representación, dispositivo, género, ideotecnológica y mujer moderna; cuyas definiciones y cruzamiento fueron clave durante el Análisis Crítico del Discurso de la *Motion Picture Magazine* como dispositivo productor, legitimador y masificador de representaciones ideotecnológicas del género. Así pues, para deconstruir³ el modelo de mujer moderna estadounidense, es preciso remitirnos a los planteamientos de Stuart Hall.

Uno de los aportes más importantes de Stuart Hall (1997) es su obra “El trabajo de la representación”, publicada en *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Este autor desde una perspectiva constructivista, retoma el enfoque discursivo de la representación, ligando lo concerniente al discurso, conocimiento, poder y sujeto. Dicho de otro modo, para Hall, los aportes de Foucault permiten enfocar “las reglas, las prácticas que producen aserciones con sentido que regulan el discurso en diferentes periodos históricos”.

² Karla Gil (2021) parafrasea a María Lugones para explicar “el sistema moderno-colonial de género” como un sistema de sexo género binario, construido desde una posicionalidad blanca y expandido mediante la colonización e instaurado con la modernidad que, a la par con la idea de raza, es empleado para justificar la dominación.

³ Vásquez Rocca (2016) parafrasea lo pronunciado por Derrida en 1968, y menciona que “La deconstrucción es una estrategia de lectura cuya particularidad está en el objeto específico que busca, que sería un mecanismo textual que sobrepasa o que ha sobrepasado las intenciones de quien produjo el texto en cuestión o las intenciones que pretende manifestar el texto mismo. La lectura deconstruccionista, o desconstructiva, trata de dar con el desliz textual en el que se manifiesta que el significado del texto no es justamente el que se está proponiendo (...). Igualmente, Roca puntualiza que lo que busca la deconstrucción es apelar o lograr sacar el sedimento, para encontrar lo que está como substrato, las fuerzas no intencionales inscritas en los sistemas significantes en un discurso, aquello que se dijo pero que no se quiso decir, las fuerzas no intencionales inscritas en un discurso que hacen de este un discurso propiamente un texto, de una textura.

Igualmente, cabe retomar la importancia de los discursos en términos de representación, pues lo que se piensa y razona sobre los diferentes tópicos, es intrínseco al discurso en el que estos se producen. Por tanto, la especificidad histórica y cultural que contribuye a las formaciones discursivas definen al constructo significativo o inteligible; constituyendo lo que se dice, a través de los enunciados que nombran, dividen, describen, explican, etc. Es decir, aterrizando en lo que a esta tesis compete, una vez definida la mujer moderna, el sujeto apropiado (definido en este caso por la industria cinematográfica de Los Felices Años Veinte), podía aparecer para representar la norma (Hall 1997, 29) y ser encarnado.

Sin embargo, se debe reiterar que estas representaciones, aunque producen, legitiman y masifican mediante discursos, operan también a través de tecnologías del género y dispositivos de poder. Aquí, cabe aludir que, pese a que Foucault fue el primero en hablar de los dispositivos, nunca los definió de manera concreta; por lo que, para entender su significado, se debe citar a autores como Agamben y Deleuze. Estos tres autores son retomados por García Fanlo (2011) en su artículo ¿Qué es un dispositivo?

En dicho artículo, se retoma y se parafrasea la perspectiva de Agamben, quien sostiene que “Un dispositivo no es otra cosa que un mecanismo que produce distintas posiciones de sujetos precisamente por esa disposición en red: un individuo puede ser lugar de múltiples procesos de subjetivación”. Por su parte, de los planteamientos de Deleuze, el texto rescata su concepción del dispositivo como una máquina que hace ver y hablar, acoplada a los regímenes de enunciación y de verdad que le albergan. Es una red de poder y de saber que produce subjetividad (García Fanlo 2011, 4, 5).

Ahora bien, en relación con lo previamente dicho, analizar el discurso como un sistema de representación es uno de los aportes más destacados de Hall (1997) quien, apoyado en Foucault, defiende que las formaciones discursivas, mismas que son sostenidas y sostienen tecnologías, limitan y definen la construcción del conocimiento, siempre en contextos históricos, temporales y culturales específicos.

De este modo, la *Motion Picture Magazine*, productora de discursos hegemónicos sobre género en Los Felices Años Veinte, también puede ser entendida como lo que Martín-

Barbero (1987) define como “fuentes de mediación”. Para este autor, dichas “fuentes de mediación” son claves en la cultura por sus usos sociales, mismos que vinculan a los sectores sociales en un proceso comunicativo y de negociación que media sentidos y significados en contextos históricos específicos.

Asimismo, también vista como un dispositivo, la *Motion Picture Magazine*

“(…) revitaliza la comunicación, la cultura y los conocimientos, en la medida que enfrenta a sus audiencias con su propia construcción de sentidos sobre sí mismos, (...) sobre sus identidades y sobre su comprensión de su realidad, o sea, sobre sus representaciones” (Orozco Gómez, 13).

De ahí que las ideotecnologías orientadas al género, presentes en la revista en cuestión, fueron sumamente importantes en la construcción de las representaciones de la mujer moderna. Al ser el discurso un sistema de representaciones que produce sujetos, dota también de significados y conocimiento que convierte a los sujetos, en sujetos mediante dispositivos y tecnologías que prescriben los actos performativos del género.

En esta misma línea, Carlos Alberto Leal Reyes (2017) retoma el modelo de representación de Teresa de Lauretis que detalla la construcción del sujeto mediante procesos discursivos que establecen normativas y mecanismos prefigurados desde el lenguaje y materializados en los cuerpos. Igualmente, sostiene que el

concepto de tecnología del género (vinculado con el concepto de tecnología del sexo de Foucault) [y] la construcción de género prosigue a través de varias tecnologías de género (por ejemplo, el cine) y de discursos institucionales (por ejemplo, teorías) un poder para controlar el campo de significación social y entonces producir, promover e ‘implantar’ representaciones del género socialmente ‘válido’ (Leal Reyes 2017, 165).

El género como producción –o en este caso, representación– ideotecnológica de género, permite entender su constitución y performatividad como derivados de las tecnologías e ideologías que son presentadas y producidas desde los medios de comunicación, como es el caso del cine y sus revistas de fanáticos en Los Felices Años Veinte. Es decir, de acuerdo con

de Lauretis (1989) “la representación del género es su construcción” sociocultural y es también un aparato semiótico y de representación que, al interpretarse desde el sistema sexo-género, contribuye “sistemáticamente a la organización de la desigualdad social” que tiene implicancias concretas o reales en la vida de los individuos.

Es preciso señalar que, la producción ideotecnológica de género en el modelo de la representación de T. de Lauretis en su obra *Technologies of Gender* también se apoya y abona a la propuesta de la performatividad, de Judith Butler (1990). En su artículo “Actos performativos y constitución del género: un ensayo sobre fenomenología y teoría feminista”, publicado en *Performing Feminisms: Feminist Critical Theory and Theatre*, la autora de la teoría *queer* desnaturaliza el género y afirma que su realidad, es únicamente real cuando es actuada. Es decir, al ser performativos los atributos del género, no hay identidades pre-existentes sino “actos” repetidos de manera ritualizada, que se sostienen de convenciones sociales y producen una idea errónea de que se expresa una esencia verdadera, encubriendo el carácter performativo del género.

Así como el género y su performatividad quedan invisibilizados, en palabras de Severs, Elin, Celis Karen y Erzee Silvia (2017), se debe leer a la “representación como un proceso en el cual los poderes interseccionales son performativos y las posiciones de privilegio y desventaja son constituidos”. En este sentido, Viveros destaca que los análisis interseccionales permiten y propician que los discursos, incluso aquellos que se presentan como emancipadores, pueden convertirse en hegemónicos, engendrando así, campos de saber/poder que excluyen y ocultan lo no dicho o disimulado (Viveros Vigoya 2016, 21).

Platero define a la interseccionalidad como un proceso generador de conciencia con respecto a las fuentes estructurantes y los organizadores sociales que contribuyen a perpetuar la desigualdad. Sostiene que las categorías sociales como género, etnia, clase, orientación sexual, no son sino construcciones sociales relacionadas entre sí. Además, aporta que este tipo de estudios de las relaciones de poder toma en consideración las vivencias “abyectas”, “pertenecientes a los márgenes” o “disidentes”. Empero –y es esto lo que quien escribe busca enfatizar–, permite teorizar con respecto al privilegio, a los grupos dominantes, y a las estrategias que les mantienen en posiciones de supremacía (Platero 2014, 81-82).

Ahora bien, es trascendental mencionar a la mujer moderna abordada desde la historia a través de propuestas como la de Nancy F. Cott (2000). Esta autora contextualiza dicha representación y afirma que fue ampliamente difundida por el poder que Estados Unidos consiguió tras su intervención en la Gran Guerra y por su expansión tecnológica, de productos y medios visuales. Así, la mujer moderna estadounidense era asociada con los bienes, con el estilo, con las noticias y con el cine, pero esta no puede ser interpretada sin considerar las luchas femeninas de emancipación política, económica y sexual de los Felices Años Veinte.

Leigh Ann Wheeler and Jean H. Quataert (2015) abonan que “Notions of modern womanhood conjure, for some, visions of longgowned suffragists carrying banners along a parade route. Still others might picture a leggy flapper with bobbed hair, short dress, and bare arms”. Mientras que Cott toma también en consideración que, las experiencias de las mujeres eran variadas y diversas, por lo que su relación con el modelo cultural dominante no era directa sino interactiva y dinámica (Cott 2000, 125). En este sentido, es prudente mencionar que la representación de la mujer moderna estadounidense analizada en este trabajo, es aquella constituida por los discursos hegemónicos con respecto al género y encarnada por mujeres que encarnaban la norma en términos de raza, clase y edad en Los Felices Años Veinte.

Aunque con mecanismos, categorías y dispositivos de exclusión e inclusión definidos, los grupos de poder y sus narrativas dominantes, presentaron al modelo de ciudadana deseada a través de la representación de la mujer moderna estadounidense en Los Felices Años Veinte. Es decir, al proyectar al sujeto femenino que encarnaría los valores y categorías hegemónicos, también se pretendía mostrar uniformidad cultural (Cott 2000, 107) y racial.

Por otro lado, esta representación como proyecto y producto de la modernidad, estaba ligada a la individualidad como mercancía. Empero, la mujer moderna “no meramente atractiva, era científicamente consciente de los mejores métodos de cuidar a sus hijos y el hogar; y plenamente responsable de su bienestar” (Cott 2000, 124). En otras palabras, la individualidad y la personalidad eran antepuestas a la belleza, pues “todas las mujeres” podían expresarlas con ayuda de cosméticos, indumentaria y bienes publicitados por la cultura de masas y el consumismo moderno que, decía ofrecer a todas –las que cabían en la norma– la

posibilidad de cuidar de su cuerpo. Igualmente, cabe mencionar que, aunque ciertas ideas feministas fueron difundidas, aún no se separaba la maternidad de la mujer, sino que era presentada como una etapa a la que, después de cierto tiempo, toda mujer habría de llegar.

Del mismo modo, la cultura de la época y la urbanidad, presentaron a las transformaciones del periodo en cuestión como

“oportunidades de las mujeres como ciudadanas y trabajadoras, en la libertad de la conducta social y en los ideales y prácticas matrimoniales, producidas a lo largo de varias décadas, más como producto inevitable del progreso tecnológico y la expansión económica como consecuencia de una lucha internacional por cambiar la ordenación jerárquica del género” (Cott 2000, 125).

Ahora bien, el Análisis Crítico del Discurso, y su artículo homónimo, a cargo de van Dijk (2016) permitió que este proyecto pudiera desentrañar “las formas en las que las estructuras discursivas representan, confirman, legitiman, reproducen o desafían las relaciones de abuso de poder (dominación) en la sociedad”, y en este caso, también, los privilegios. Esto debido a que, siguiendo la propuesta que el autor retoma de Fairclough y Wodak, el discurso, al ser una forma de acción social, tiene implicancias ideológicas que constituyen la sociedad y la cultura en contextos históricos específicos. El ACD toma en consideración conceptos y categorías sociales tales como el género, la raza, la clase; las instituciones, la hegemonía y la ideología cuando de la producción y masificación de discursos dominantes, se trata.

Ahora bien, aunque a lo largo de esta introducción se pretende citar a los autores, las obras y los conceptos que dieron forma y enriquecieron esta tesis, resulta prudente mencionar que, pese a la multiplicidad de posibilidades de acceso a información de manera virtual – tomando en consideración que las bibliotecas de Morelia no contaban con obras que aportaran información a este proyecto–, la búsqueda de fuentes secundarias acerca del contexto histórico y de los sujetos de esta investigación, estuvo limitada. De este modo, no solo fue complicado compilar la bibliografía necesaria, sino también fue este uno de los momentos del proceso que tomó más tiempo. De ahí entonces que, tras la búsqueda de

información, su respectiva selección y fichado, estuvo acompañada del proceso de escritura. Es decir, aunque se partió de la reconstrucción histórica desde las fuentes primarias y secundarias, las lecturas teóricas también fueron realizadas a la par, permitiendo así, cruzar la evidencia con los conceptos teóricos elegidos.

Contrario a la literatura sobre la teoría de las representaciones culturales y sobre el Análisis Crítico del Discurso, hay pocos libros, capítulos o artículos acerca de la década de 1920 en los Estados Unidos que sean de acceso abierto; y muchos de los textos que podrían ser útiles, simplemente estaban fuera del alcance de quien escribe por sus elevados costos. Por ende, la presente investigación basa su contextualización principalmente en tesis digitalizadas⁴ y en artículos disponibles en repositorios como SciELO, Researchgate, Redalyc, Wiley Online Library, Dialnet, etc; al igual que en obras encontradas en bibliotecas universitarias virtuales, e incluso búsquedas a través de redes sociales como Facebook, Twitter, y Academia.edu.

Ahora bien, las obras clásicas sobre Los Felices Años Veinte y la mujer moderna que se encuentran en espacios como la San Diego Central Library y la San Diego State University Love Library no solo no son recientes, sino que no están escritas desde lo que Donna Haraway considera conocimientos situados⁵, por lo que no pueden ser concebidas como trascendentales en la construcción de los capítulos de esta tesis. En este sentido, aunque hacer un análisis historiográfico no es el objetivo de este trabajo, pues se profundiza más en cuestiones teóricas, es conveniente mencionar las limitaciones que se presentaron en el proceso, ya que se convirtieron en los momentos más arduos de los primeros dos años de investigación.

Pese al fracaso en las visitas a las bibliotecas que quien escribe pudo visitar, cabe resaltar que la Margaret Herick Library, principal depósito de obras de la Academy of Motion Picture Arts And Sciences sí fue clave para la obtención de fuentes primarias y secundarias.

⁴ Es importante explicitar que dichas tesis, fueron unas de las fuentes más útiles.

⁵ Haraway (1995) propone el conocimiento situado se reconoce como parcial y hace explícita la perspectiva desde la cual observa, pues los sujetos no son neutros. Desde la epistemología feminista, la autora propone hablar de objetividad encarnada y conocimiento situado para comprender desde dónde se produce y significa el conocimiento, ya que su construcción involucra relaciones de poder, de raza, de género, jerarquías.

Igualmente, la Media History Digital Library, al albergar un importante número de archivos históricos de la *Motion Picture Magazine*, pudo ser explorada de manera virtual en su lengua original a lo largo de la investigación. Sin embargo, tras aproximadamente tres años –un tanto interrumpidos– surgió la necesidad de concluir con esta tesis, pero la riqueza de la fuente y de la biblioteca virtual que la alberga es tan vasta, que explorarla nuevamente en un futuro cercano, es uno de los planes de quien escribe.

Así pues, el primer capítulo de esta tesis es un acercamiento a las transformaciones políticas, económicas y socioculturales que tuvieron lugar en Los Felices Años Veinte en Estados Unidos, mismas que desencadenaron opiniones contrapuestas con respecto a los tradicionales valores victorianos y a las nuevas ideas, producto de la modernidad. Ambas posturas, cabe destacar, fueron sostenidas principalmente por adultos y jóvenes e impactaron la forma en la que los espacios urbanos, la libertad, el *boom* económico, los medios de comunicación y la sociedad misma, eran concebidas.

Durante esta década, la conciliación de intereses y opiniones tuvo lugar, en gran medida, por los discursos políticos y culturales que resignificaron los valores modernos y las nuevas formas de vida, que, aunque transgredieron normas, no modificaron profundamente las implicancias de la categoría de raza. Esta prevaleció como un mecanismo de exclusión en lo que, a la mujer moderna estadounidense, como representante (y representación) de la nación blanca que comenzaba a proyectar su poder político y económico, respectaba.

El segundo capítulo, por su parte, se centra en la industria cinematográfica y en sus proyectos que, a modo de tecnologías y dispositivos, fueron usados como poderosos medios de comunicación, enfatizando en la *Motion Picture Magazine* como fuente principal de esta investigación. De este modo, produjeron, legitimaron y masificaron discursos sobre la cultura y los ciudadanos estadounidenses a través de filmes, estrellas y revistas. En este sentido, tanto el cine como la publicidad, respondieron y funcionaron en relación a la compleja red de instituciones y aparatos estatales que activamente participaron en la construcción de las representaciones ideotecnológicas de género que encarnaban a la mujer moderna.

Así, la mujer moderna estadounidense encarnaba los parámetros establecidos, normalizaba y perpetuaba no solo un discurso con respecto a la performatividad y

constitución del género, sino también los privilegios y opresiones sobre raza, desencadenando desigualdades que excluían a las mujeres que no podían representar ni dentro, ni fuera de la pantalla, a la nación blanca y poderosa.

El tercer capítulo, partiendo de la exposición del aparato teórico metodológico necesario para el tratamiento de la *Motion Picture Magazine*, y de la posterior deconstrucción del discurso sobre la mujer moderna, explicita las prescripciones que “hicieron el género” en la revista en cuestión a través de un Análisis Crítico del Discurso. De esta manera, la mujer moderna estadounidense proyectada a lo largo de las páginas de la fuente principal a través de sus representaciones ideotecnológicas de género, fueron producidas en medio de una permanente negociación entre libertad y consumo.

Esta propuesta, pues, responde y coincide con la hipótesis inicial que postuló a la *Motion Picture Magazine*, como uno de los dispositivos que produjo y legitimó las representaciones ideotecnológicas de género que albergó en sus páginas. Estas representaciones a su vez, devinieron de un discurso biopolítico que definió y reprodujo los actos performativos hegemónicos y la constitución moderna de género en los Estados Unidos durante Los Felices Años Veinte.

Ahora bien, una vez esbozado el proyecto de investigación, para dar paso al desarrollo de la presente tesis, se debe reiterar que la producción de representaciones de la mujer histórica y contextualmente construida, requiere situar en el tiempo y en el espacio, los valores y las categorías que le constituyen y (re) significan. En ese sentido, es imprescindible ahondar en las transformaciones políticas, económicas y socioculturales, al igual que las negociaciones entre los sujetos –que abogaban por los valores tradicionales y aquellos que apostaban por lo moderno– que definieron las categorías deseables que serían adjudicadas a la mujer moderna estadounidense en la década en cuestión.

CAPÍTULO 1. AIRES DE CAMBIO POLÍTICO, ECONÓMICO Y SOCIOCULTURAL EN LOS ESTADOS UNIDOS: CONTROL, RESTRICCIÓN, DISCRIMINACIÓN, LIBERTAD E IGUALDAD. OXÍMOROS⁶ EN EL PERÍODO DE LA POSGUERRA

El presente primer capítulo, expone una década de transformaciones políticas económicas y socioculturales que implicaron formulaciones políticas en el país que se vislumbraba como la nación de las grandes oportunidades, de los milagros económicos y de las revoluciones tecnológicas. Su modernización apuntó al desarrollo y a la expansión de las ciudades, al mayor acceso al consumo; al igual que a la inclusión y a la exclusión de derechos y modelos deseables de ciudadanía y representaciones de mujeres y hombres.

Este periodo se acompañó de un ambiente de experimentación de libertad, de liberación sexual, de transgresión y de necesidad de cambio ante la masificación de nuevas ideas sobre el estilo de vida; del *boom* económico y de olas de emigración a Estados Unidos, mismas a las que fue necesario controlar para mantener los valores y modelos de la nación idealizada: blanca, protestante, progresista y de herencia anglosajona. Los aires de tradición victoriana y conservadora, estaban presentes en la sociedad, misma que negoció el cambio entre valores contradictorios y la construcción de nuevos significados y formas de vida. En este escenario, los posicionamientos y distanciamientos generacionales difundidos en los medios no implicaron, necesariamente, un distanciamiento de ideas conservadoras; sin embargo, sí se inscribieron como parte de los mecanismos de inclusión y de exclusión de género, edad, raza y clase.

⁶ El oxímoron, singular de oxímoros, es definido por la Real Academia de la Lengua “la combinación, en una misma estructura sintáctica, de dos palabras o expresiones de significado opuesto que originan un nuevo sentido”. Véase el diccionario digital <https://dle.rae.es/ox%C3%ADmoron>

1.1 ESTADOS UNIDOS: LA VISIÓN DE UNA NACIÓN BLANCA Y PODEROSA EN LOS AIRES DE CAMBIO DE LOS FELICES AÑOS VEINTE

Para profundizar en la historia de una nación, es imprescindible comprender que los procesos que en esta han tomado lugar, no solo distan de ser uniformes, sino que entretejen experiencias que varían en función de los espacios y de los grupos que los habitan. En este sentido, los rasgos que dan forma al contexto inmediato de los individuos les encaminan a tomar distintas posturas, algunas de ellas conservadoras o reformadoras, respecto a un aparato doctrinario. Como se puntualiza a lo largo de este capítulo, la coexistencia, los conflictos y las negociaciones entre estas dos posiciones, aparentemente opuestas, estuvieron presentes de manera significativa en Los Felices Años Veinte.

Esta década, acompañada de aires de modernización, estuvo marcada también por racismo y nativismo (Selig 2007, 41), como será detallado en próximas líneas. La visión tradicional de un importante número de ciudadanos se relacionaba con la concepción de los espacios como contenedores de buenos o malos valores. Tal cual lo afirma Streissguth (2007), “since before the American Revolution, cities had been represented as nests of vice, immorality, corruption, and foreignness, while the village and the farm symbolized hard work, Christian devoutness, thrift, and sobriety”. Cabe señalar que la tendencia a tomar partido a favor de las ideas tradicionales o de las modernas, se definía, en muchos casos, por las diferencias generacionales.

Las anteriores aseveraciones, forman parte de algunos de los estudios sobre la historia de los Estados Unidos que han sido revisados por quien escribe. Es así que existen diversas perspectivas en torno al periodo en cuestión. Algunas de estas, subestimaron su relevancia histórica, y apuntaron más a proyectar aquel momento como una década silenciosa, como una antesala del *New Deal*, que *per se*, no albergaba coyunturas significativas o procesos auténticos que fuesen dignos de ser historiados.

Como respuesta a los agnósticos que pasaron por alto aquella fase, Lizabeth Cohen “has shown the ways in which popular culture and labor activism in the 1920s laid the groundwork for a powerful Democratic coalition, the New Deal’s backbone constituency”. Del mismo modo, desde finales del siglo XIX, y principios del XX, se ampliaron los

mecanismos regulatorios. Algunas de las cuestiones morales, se legislaron por las demandas del sector conservador de la población, que expresó su preocupación con respecto a los juegos de azar, la prostitución, el consumo de alcohol y de estupefacientes. Fieles a sus ideales, los conservadores pedían, pues, que el gobierno federal se encargara de corregir los comportamientos de aquellos individuos que transgredían los preceptos morales tradicionales. Consecuentemente, la ley penal se modificó para proteger a las empresas federales, y aquellas transformaciones, devinieron en un código de conducta nacional (Schmidt 2013, 106-107).

Históricamente, y de manera particular desde el siglo XIX, Estados Unidos se ha mantenido adherido a la doctrina liberal, cuyo valor inapelable ha sido la igualdad, mismo que también ha sido retomado por varios grupos subalternos para reivindicar sus derechos, y sustentar sus peticiones y demandas. Conviene mencionar, también, que la abolición de la esclavitud y la lucha por el sufragio femenino, son algunos de los movimientos en los que la libertad tuvo un papel central. Por ende, es preciso subrayar que la pugna por este derecho, se entrelazó con circunstancias particulares, en medio de negociaciones en las que las relaciones interseccionales se instrumentalizan para alcanzar derechos políticos o mayores libertades para los grupos vulnerados y oprimidos.

En consonancia con lo anterior, la igualdad fue asociada con un sinfín de condiciones y situaciones particulares, el término *derechos de las mujeres*, por ejemplo, significaba igualdad entre estas y los hombres. El movimiento femenino por el sufragio, inició apoyado por aquellas concepciones que comenzaban a tomar fuerza en el ámbito legal (Báez-Villaseñor 2010, 93). La lucha por la igualdad, empero, fue más compleja de lo que aparenta, pues pese a que las mujeres blancas apoyaron la abolición de la esclavitud, eran sus intereses particulares el fin de aquella acción. La desaparición de la mencionada condición que quebrantaba la libertad de un grupo subalternizado, significaba también la posibilidad de conquista de la propia. De este modo, las abolicionistas vieron el abuso sobre los cuerpos de los esclavos, y detectaron también en su experiencia femenina, abusos sexuales y maritales. Báez-Villaseñor retoma a K. Kerber (1998 en Báez-Villaseñor 2010) y señala que “para las mujeres blancas, demandar los derechos para los esclavos tuvo como consecuencia lógica reclamar derechos para ellas mismas”.

Es preciso mencionar que el racismo y el clasismo establecieron los parámetros de inclusión y exclusión en las luchas sociales, pese a que estas se afirmaban como movimientos por la igualdad en pro del género que había sido históricamente oprimido. El activismo femenino continuó durante Los Felices Años Veinte, pero las categorías que definían a los distintos tipos de mujeres imposibilitaban cohesión entre los grupos, pues se perseguían intereses distintos. Lynn Dumenil, asevera que las mujeres blancas de clase alta y de clase media, las reformistas afroamericanas y algunas trabajadoras, formaron parte de las luchas (Báez-Villaseñor 2010, 111), pero enfatiza en que se expelió de los grandes movimientos, a quienes no correspondían con la representación de ciudadana americana. No todas las mujeres, pues, tenían el mismo grado de opresión, y consecuentemente, no podían aspirar a tener los mismos derechos ni a gozar de los mismos privilegios.

En la presente tesis, los sujetos de estudio serán precisamente las mujeres blancas y jóvenes, de clase media y alta, heterosexuales que, por sus condiciones raciales y económicas, coincidían con las representaciones de género que el discurso hegemónico había producido y legitimado, apoyado de teorías evolucionistas y de ideas positivistas, y promovido a través de la cultura de masas y de las estrellas de cine. Una vez esclarecido lo anterior, partiendo de los derechos y valores que se promovieron a nivel nacional, se analizará el modelo de mujer moderna de Los Felices Años Veinte, fundamentado en las categorías de identificación y pertenencia que permitían a los Estados Unidos, reafirmarse como una nación blanca y poderosa.

Para comprender las construcciones ideológicas del Estado respecto a la ciudadanía femenina en la moderna década de Los Felices Años Veinte, es necesario profundizar en la doctrina liberal, misma que, de acuerdo con Báez-Villaseñor (2010), “ha sido, dentro de la cultura política de Estados Unidos, un factor indispensable para comprender los elementos intrínsecos que la conforman y la transformación que los mismos han experimentado a lo largo del tiempo”. Así pues, conocer los objetivos del Estado, al igual que las políticas y estrategias implementadas, permitirá enlazar procesos históricos de amplio impacto, con casos particulares; pues, entender la feminidad moderna es imposible sin considerar los cambios políticos que le dieron forma.

En este sentido, cabe señalar que, a lo largo de la historia de Estados Unidos, el liberalismo ha sido una constante desde su construcción como nación. Sin embargo, para entender esta doctrina elevada a valor cultural fundamental, se debe comprender indistintamente, el papel que ha jugado el individualismo. Este último, se ha relacionado con la unidad y el progreso, con la autosuficiencia, la libertad individual, la competencia igualitaria, la igualdad de oportunidades, la privacidad como derecho, la protección de los derechos individuales y la innovación como el pilar del desarrollo social, la libertad propia para protegerse del Estado y del poder (Yuxian 2013, 36, 38).

The ideology of individualism can be traced back to ancient Greek philosophy—the European Renaissance and Religious Reformation. From the 16th century to the 18th century, the famous European thinkers, such as Hobbes, Locke, Montesquieu, Rousseau, Mill and Kant, laid a profound philosophical foundation for the seeds of individualism. In the year of 1840, French political thinker—Alexis de Tocqueville created the word «individualism» in his book. «Democracy in America » is used to represent a system of thought which is distinguished from self-interest. He defined personal values, dignity, happiness, interest, and freedom as individualism and gave it more complete theoretical connotation: First, individual is the purpose, and society is just the means of it. Second, it emphasizes democracy and freedom of the individual. Third, it emphasizes the social system of maintaining the private property from the point of individual (Yuxian 2013, 37).

En sintonía con lo anterior, en términos intelectuales, el siglo XX estuvo impregnado de ideas progresistas, adoptadas principalmente por el Partido Republicano, que estuvo al frente de las tres administraciones públicas durante Los Felices Años Veinte. Previamente, Woodrow Wilson (1913-1921), fue el demócrata que dirigió la nación. Una vez finalizado el periodo republicano, el mando recayó nuevamente en sus contrarios, en manos de Franklin D. Roosevelt (1933-1945). Cabe destacar que, de acuerdo con Holcombe (1996), en aquel momento, los republicanos estaban a favor del activismo; y los demócratas, del conservadurismo.

La década en cuestión se caracterizó por un equilibrio en el entorno político, pues el poder había sido depositado principalmente en el Congreso de los Estados Unidos, no en el mandatario. Del mismo modo, los legisladores eran mayoritariamente republicanos, y las nuevas iniciativas del gobierno se orientaron, en gran medida, a aumentar su poder. Para Ellis Hawley, las administraciones de Warren Gamaliel Harding (1921-1923) y John Calvin Coolidge (1923-1929), propiciaron suficiente credibilidad respecto a la paz y prosperidad supuestamente alcanzadas, pues afirmaban que el progreso había evadido los males que se temían (Holcombe 1996, 178-179).

El discurso de Harding, prometía un “regreso a la normalidad” tras la Primera Guerra Mundial, al igual que retomar el *laissez-faire*; a su muerte, Coolidge continuó con aquella propuesta, en 1923. Ambos presidentes hicieron un recorte a las tasas de impuestos, decisión que propició un debate popular. Para Holcombe (1996), ello fue un indicador del conservadurismo por parte de los mandatarios, pues la “normalidad” trajo consigo altos más gastos e impuestos federales que antes de la Primera Guerra Mundial.

A este respecto, resulta indispensable puntualizar las intervenciones del movimiento y del Partido Progresista durante la década de 1920, pues su apoyo fue recuperado por los republicanos. En este sentido, la normalidad propuesta por Harding y Coolidge, significaba paz y prosperidad: principios del progreso. Pese a que popularmente había sido vista como retroceso, al ser analizada desde otra perspectiva, la actitud prometida sí se mantuvo presente en términos económicos. Consecuentemente, teniendo en consideración que los mencionados mandatarios eran “pro-negocios”, dicha postura era asociada más bien como un “anti-progresismo” por la lentitud con la que se desarrolló el progreso (Holcombe 1996, 179).

Los conceptos y las promesas de la época, respondieron a circunstancias propias de una coyuntura histórica en una nación en crecimiento, misma que se había comprometido a conciliar intereses económicos y políticos, ideas modernas y tradicionales, dando espacio a la coexistencia de generaciones y culturas variadas. En este sentido, el conservadurismo estadounidense fue matizado al concientizar a sus ciudadanos respecto a sus derechos y libertades, y al uso que podían hacer de ellos.

El gobierno de Herbert Hoover (1929-1933), por su parte, debe analizarse de manera distinta por ser el inicio de la Gran Depresión. Cabe resaltar que este mandatario estaba a favor de una mayor participación del gobierno en la economía, contrario a sus antecesores. Por otro lado, en esta administración comenzó el aumento de los gastos de aplicación de la ley, que hacia 1930, ya eran casi cinco veces más grandes que en la década anterior. Respecto a la migración y a la naturalización, sus cifras fueron triplicadas, propiciando una mayor selectividad en el proceso de admisión de inmigrantes. Woody C.H es retomado por Holcombe para afirmar que, en 1924, por ejemplo, se establecieron cuotas de inmigración, afirma Woody (Holcombe 1996, 187). Cabe destacar, entonces, que las ideas políticas, económicas y culturales que se postulaban para dar sustento a la nación estadounidense, estaban en concordancia: cada plan, tenía repercusiones en todas las esferas.

Tal cual fue mencionado en líneas anteriores, la autoridad federal reguladora se expandió tras la Primera Guerra Mundial. Schmidt (2013) acude a Ngai para plantear que uno de los aspectos en los que dicho aumento tuvo mayor impacto fue en el control migratorio, mismo que se volvió más selectivo, trayendo consigo la aparición del término “inmigrante ilegal”. La década posterior al gran conflicto internacional, se caracterizó por un alto número de restricciones, emitidas desde Washington D.C. (Schmidt 2013, 107). Retomando la idea previamente comentada, los filtros no solo daban la posibilidad de controlar las fronteras, sino también de esbozar los perfiles de ciudadanos e inmigrantes, con condiciones específicas de raza y clase.

Schmidt (2013) se remite a Ajay Mehrotra y a Christopher Capozzola; el primero señala que la “ciudadanía fiscal” reflejó la moderna política, que poseía una nueva capacidad administrativa y nuevas obligaciones, puntualiza. Respecto al mismo periodo de entreguerras. Por su parte, el segundo autor detecta que el conflicto bélico transformó el sentido nacionalista por parte de los estadounidenses; pues tuvieron lugar una serie de compromisos locales, privados, de clubs, de iglesias, de sindicatos, de grupos políticos y de compromisos nacionales, orientados hacia el gobierno, cuyo incumplimiento tendría consecuencias legales, como el estado de vigilancia federal, heredado de la guerra.

William Novak, también retomado por Schmidt, propone que el intervencionismo no fue una innovación del siglo XX: en sus primeras décadas, la expansión gubernamental disfrazó su distanciamiento, para ocultar su potencializada capacidad de involucrarse profundamente en la vida de los individuos. Las palabras y las acciones de la gente, eran vigiladas: una de las más evidentes formas de control fue la represión contra los radicales políticos y la aplicación de la prohibición (Schmidt 2013, 107). En otras palabras, la apertura a nuevas posibilidades políticas, económicas y culturales, era cuidadosamente manejada por el Estado, para garantizar que los nuevos derechos se gozaran de manera correcta y que las nuevas políticas y enmiendas fueran respetadas.

Respecto a la Decimoctava Enmienda (1919), relacionada con la Ley Seca, Schmidt (2013) se remite a autores como Hamm y Robert Post; el primero, la concibe como el logro de un movimiento de reforma moral, que se localizó en un mandato nacional, se codificó como ley fundamental y se aplicó estatal y federalmente. Post, por su parte, retoma las dificultades que la prohibición trajo consigo, al intentar conciliar las tradiciones del federalismo y el escepticismo, hacia los mandatos legales que estaban en contra de costumbres arraigadas en la sociedad. Cabe destacar que, debido a la negativa concepción, se asociaba al alcohol, con el radicalismo y el socialismo (Streissguth 2007, 30), ambos rechazados por los estadounidenses y sus políticas.

Schmidt vuelve a los planteamientos de William Stuntz para reconocer las dificultades de la prohibición y puntualiza que esta “guerra cultural” se libró democráticamente, de forma legal, racional y justa. La ley, en términos generales, tuvo obstáculos que pusieron en entredicho su capacidad de desarraigar normas sociales, pues el gobierno fue incapaz de “legislar la moralidad” (Schmidt 2013, 107). Holcombe (1996), de la misma forma, detalla que hacia 1920, la expansión de la actividad gubernamental se había reflejado en la esfera económica y en la vida de los ciudadanos en términos de gastos de regulación.

Uno de los sectores más beneficiados a raíz de la mencionada expansión, fue la industria; en contraste, el sector rural-agrícola, sufrió un abandono que se reflejó también en la poca atención prestada a la sociedad que habitaba en aquellos espacios, al igual que quienes

vivían en pequeñas ciudades. Cabe destacar que los grupos menos favorecidos eran también los que se conformaban por un mayor número de habitantes. A principios del siglo XX, dos tercios de la población de los Estados Unidos seguían viviendo en granjas o comunidades con menos de 2500 personas. Para ellos, era importante ajustarse al orden moral y las leyes de dios; consideraban que su misión era salvar al país de los desafíos de la modernidad (Ostrander 1968, 323). Aquella visión coexistió, y en distintos momentos, fue conciliada con su contraria, que respondía y correspondía con los nuevos y cambiantes contextos.

En contraste con la tendencia rural de principios de siglo, Los Felices Años Veinte fueron escenario de importantes fenómenos migratorios, y la población metropolitana aumentó significativamente. Empero, más allá de lo que en términos prácticos significó la vida urbana principalmente para las jóvenes se sostiene que

the city was not just a place, but an alluring framework for understanding the modern temper, where women especially related to work in ways they never had before. City life was a leading force that loomed as a source of explanation (Gubrium 2007, 233).

Desde esta perspectiva, las ciudades representaron un nuevo horizonte, donde el género, la edad, la clase y la raza, no eran sinónimo de desventajas, sino de oportunidades a partir del trabajo. En este sentido, aunque las posibilidades laborales no eran las ideales, la vida urbana compensó algunas aflicciones a –algunas– mujeres, tales como las limitaciones de libertad y movilidad (Gubrium 2007, 233). Posteriormente, Gubrium, (2007) se apoya de los planteamientos de Park Robert y Burgess Ernest en su estudio etnográfico en el Chicago de Los Felices Años Veinte, la ciudad debía ser entendida como una fuerza social compleja, pues de acuerdo con el primer autor, era escenario de una competitividad no vista en los entornos rurales. Además, el autor complementa la perspectiva de los etnógrafos con la visión de Hall Elain, y agrega la importancia de “la oportunidad”, que el asentamiento urbano ofrecía.

Para entender el fenómeno migratorio femenino, resulta indispensable retomar a Park, quien concibe a la ciudad como un “estado mental” y como un entorno moral que se constituye por una particular división del trabajo, donde se exploran un importante número

de nuevas ocupaciones y profesiones que, al desempeñarse, traen consigo el desarrollo de nuevos roles para las mujeres. Esta nueva organización económica ofreció oportunidades y libertades a las mujeres, mismas que se tradujeron en distintas formas de vida y de identidades, alejadas del hogar, del matrimonio y de la vida doméstica, al menos, durante su juventud.

Apoyado en los previos planteamientos de Georg Simmel y Louis Wirth, Park (en Gubrium 2007, 238), sostiene que “the city was a new and distinctive moral environment and had unique effects on human interaction and ‘mental life’” (mismos que significaron una mayor –pero relativa- autonomía para las mujeres. A este respecto, quien escribe, propone analizar dicha independencia, sustentada en el importante valor de la libertad dentro de la cultura americana, pero también en las posibilidades económicas, al encontrarse inmersa dentro del naciente proyecto de cultura de masas.

La movilidad urbana solía llevarse a cabo de manera individual y significaba, también, alejarse de las limitaciones que englobaban a los sectores rurales. Gubrium (2007) retoma nuevamente a Park cuando este enfatiza en cómo la ciudad hacía a las mujeres libres y en la forma en la que el trabajo las dignificaba. Dichas jóvenes representaban un nuevo modelo de mujer que se adentraba en un mundo principalmente hecho para los hombres – cabe destacar que los afroamericanos estaban completamente excluidos, respecto a los derechos que habían alcanzado los blancos– .

No obstante, la independencia y las oportunidades de éxito convivían con los deseos de tener un hogar y una familia, un vínculo más seguro con un hombre que tuviera un trabajo estable, aunque ello traería consigo volver a la esfera doméstica. Dichos anhelos se perseguían a través de la libertad alcanzada en la ciudad, lejos de los amigos, de los familiares y del terruño. La nueva forma de vida proporcionaba también modernas diversiones, que no eran vistas ni aprobadas en sus lugares de origen (Gubrium 2007, 240). Pese a que la libertad era disfrutada dentro de ciertas limitaciones por las posibilidades que ofrecía, tuvo un impacto sin precedentes en la vida de las mujeres de Los Felices Años Veinte.

Así pues, la ciudad era temida por asociarse con la “inmoralidad” y la “mala conducta sexual”, tabúes de los que las chicas eran protegidas en sus pueblos. Desde la óptica

conservadora, el trabajo y la ciudad acercaban a las mujeres a los peligros, mientras que el hogar y el entorno doméstico, las cuidaban, pero suprimían su independencia. En contraste, Donovan y Cressey, también citados por Gubrium (2007), afirman que, para los hombres, en cambio, la ciudad era un espacio de oportunidades sexuales. El autor concluye su análisis definiendo a la ciudad como una fuerza democratizadora y niveladora económicamente, que ofrecía una nueva forma de vida para quienes se asentaban en ella; sin embargo, cada individuo debía lidiar con las limitaciones de su condición de raza, género, clase y edad.

Retomando el tema político y uniéndolo a una visión instrumental, desde principios del siglo, las sufragistas luchaban por formar parte del proyecto nacional y por alcanzar sus demandas particulares (Báez-Villaseñor 2010, 113). Tal cual se mencionó anteriormente, uno de los más importantes logros tuvo lugar en 1919, cuando se anunció la Decimonovena Enmienda: el sufragio femenino. Sin embargo, Delegard (2005) coincide con Ritter y señala que, en este contexto relacionado con la aparición de las mujeres en la esfera pública, la lucha por convertirse en ciudadanas continuó más allá de los movimientos a favor del voto (pese a que esta campaña fue la más conocida, no fue un movimiento aislado, sino que estaba inscrito en una serie de procesos de activismo). No obstante, las categorías de clase, raza y etnicidad, definían los objetivos principales de cada lucha.

The campaign for suffrage was only the most well-known manifestation of this mass mobilization. Middle-class white women across the country worked for the prohibition of liquor, legal protections for women workers, government programs aimed at improving maternal and child health, laws to raise the age of sexual consent, municipal reforms like adequate sanitation and the establishment of playgrounds and parks, pure food and milk, and the peaceful settlement of international conflicts. Women from the same backgrounds fought female enfranchisement, blocked the expansion of the welfare state, championed white supremacy, and demanded the expansion of the American military after World War I (Delegard 2005, 328-329).

En medio de la lucha por el voto y las demandas por la ley seca, los movimientos sociales femeninos, en tanto a los diferentes objetivos que perseguían, eran cuestionados bajo

los valores tradicionales, que ubicaban a la mujer en la esfera privada y familiar, donde su presencia era afirmada como vital (Báez-Villaseñor 2010, 113). Posteriormente, una vez repensado el potencial del sufragio femenino, desde 1920,

tanto demócratas como republicanos reconocieron las demandas de las mujeres en sus respectivas plataformas, con la conciencia de que sus votos eran una poderosa herramienta política. Ambos partidos abrieron espacios en sus estructuras para miembros femeninos, aun cuando estas eran frecuentemente marginales en cuanto a poder e influencia. Algunas incursionaron en el servicio público, unas pocas se integraron a la Cámara de Representantes [...] ninguna al Senado, pero muchas trabajaron en legislaturas estatales (Lynn Dumenil 2007 citado en Báez-Villaseñor 2010, 115-116).

Sin embargo, el reconocimiento del mencionado derecho político no superó las expectativas de todas las activistas. Las diferencias raciales, las rupturas ideológicas, generacionales y de clase, redefinieron los objetivos (Báez-Villaseñor 2010, 116), pues las demandas fueron escuchadas únicamente cuando estas estaban en sintonía con el proyecto de nación y con lo que este involucraba y significaba. En ese sentido, al hablar de las mujeres estadounidenses y sus luchas, su alcance, fue mayor que su éxito⁷.

En lo que al tema migratorio concierne, es sumamente importante no separarle de las narrativas de poder y de la producción de categorías por parte del Estado, en función de su proyecto nacionalista. Autores como Mary Louise Pratt, Lisa Lowe, James Clifford, Caren Kaplan e Inderpan Grewal son citados por Cameron A., pues analizan textos escritos por inmigrantes para entender los procesos de interacción y de producción de formas hegemónicas de conocimiento y autoridad, mismos que a su vez reproducen modos dominantes del yo respecto a la otredad, generando categorías estéticas y valores históricos (Cameron 2005, 313).

⁷ No obstante, pese al aparente fracaso, y aun consistentes del importante número de aquellos procesos y hechos trascendentales relacionados con el género femenino, en este estudio, se ha hecho mención únicamente de aquellos que puedan anclarse al objetivo general de la presente investigación.

La restricción de la migración marcó una victoria política para el nativismo racial de la Era Progresista, así como el aislamiento del periodo de entreguerras. Pero fue más ampliamente y de forma más duradera, producto del alto nacionalismo que los estudiosos asocian con el periodo desde la Primera Guerra Mundial hasta finales del siglo XX (Ngai 2007, 12).

Como consecuencia de la nueva configuración territorial, las fronteras nacionales se habían desestabilizado tras el primer gran conflicto bélico, pues la desaparición de los imperios dinásticos, dio paso a un sistema global de estados-nación, dominado por las naciones modernas e industriales del Atlántico Norte. Desde 1924, el pasaporte y la visa eran necesarios en los Estados Unidos. En este contexto, poseer la ciudadanía, significaba poseer derechos (Ngai 2007, 12) y para el caso de los ciudadanos estadounidenses, en muchas situaciones, los derechos, eran más bien entendidos como necesidades.

La ley de migración determinó el estatus de los ciudadanos estadounidenses y el de los inmigrantes dentro del proyecto nacional. Empero, la situación de los afrodescendientes era vista con otra lupa, pues había una clara segregación, incluso en términos espaciales y residenciales; una línea entre los blancos y los no blancos. Las anteriores medidas correspondían a una política racial, integral y “adecuada” para una sociedad urbana, industrial, heterogénea y conectada: sintonizaban con una nación moderna y con las ideas evolutivas, eugenésicas y progresistas que la fundamentaban. No obstante, en este escenario de inclusión y exclusión, los conceptos de “ciudadano” y “no ciudadano”, evitaban el lenguaje racial explícito (Ngai 2007, 14).

Cameron (2005) menciona la cita de Lowe a Franz Fanon en la obra *Inmigrantes*, para explorar el poder y el impacto de la novela angloamericana, entendida como una institución cultural que regula las formaciones de ciudadanía y de nación, otorgando dominios respecto a las actividades “públicas” y privadas” y prescribiendo la especialización de las relaciones raciales. De este modo,

Rather than a supplement to «a people and place», human mobility and the kinds of cultural representations it acquires more accurately locates and organizes the

geographies through which definitions of self, nation, race, and gender take on meaning and shape (Cameron 2005, 313).

Rescatar las memorias de los inmigrantes, ha permitido visibilizar las realidades en torno a los significados históricos de la blanquitud y su poder para conferir o negar la ciudadanía legal, o la inclusión social en el proyecto nacional. Deconstruir la blanquitud, significa deconstruir el país para así, comprender la manera en la que raza y nación han sido categorías intrínsecas del nacionalismo estadounidense (Cameron 2005, 323), pese a los procesos de contienda y negociación que han tenido lugar.

Previamente, el gobierno de Woodrow Wilson (1912-1920) –quien era un idealista e intelectual temido por el pueblo al que gobernaba–, había sido un periodo de huelgas, inflación y crítica social. Por ende, la sociedad deseaba un nuevo gobernante que los llevara de vuelta a la “normalidad”, que con nostalgia anhelaba. Sin embargo, el deseo de retorno era más en términos teóricos que prácticos, pues de acuerdo con el autor Joan H. Wilson, ni los afrodescendientes, ni las mujeres, ni los agricultores, ni los sindicatos, estaban dispuestos a perder los logros que durante la guerra habían obtenido (Moyano 1987, 150). Ciertamente, aunque las nuevas conquistas de derechos habían sido desiguales y las enmiendas todavía contribuían a perpetuar la segregación, el clasismo y el racismo, para los grupos subalternos, estas significaban una latente posibilidad de negociaciones futuras, en pro de sus derechos.

William G. Harding, quien fue electo como presidente en 1920, había prometido “el retorno a la normalidad”, alejarse del progresismo de la guerra y del intervencionismo gubernamental. Sin embargo, nunca cumplió, pues las ideas y las reformas previas se mantuvieron, aunque con ciertas adaptaciones al contexto. El partidismo se alineó en las áreas urbanas, las viejas costumbres cambiaron y la economía de *laissez-faire*, fue sustituida por una ideología de cooperación gubernamental y privada (Moyano 1987, 149). Estados Unidos comenzó a entrar en una nueva etapa de transición, en la que marcados cambios económicos, políticos, morales y sociales tuvieron lugar tanto en el ámbito público, como en el privado.

Ante la repentina muerte del presidente Harding (quien había comenzado su periodo de gobierno en 1921), el entonces vicepresidente Calvin Coolidge tomó el mando en 1923. Ambos políticos coincidían en que la prosperidad económica, resultaría de la menor

intervención por parte del Estado en los asuntos de negocios. Del mismo modo, los dos intentaron balancear la industria y la agricultura. Antes del fallecimiento de Harding, el *boom* económico comenzaba a hacerse notar: el automóvil, el avión y la radio, habían ya sido creados. El liderazgo republicano comenzaba a mostrar sus logros. Sin embargo, Lahcene Batoul coincide con John Kenneth Galbraith en que los ricos se hacían ricos más rápido de lo que los pobres, se hacían menos pobres (Lahcene Batoul 2010, 8-9, 18).

Por otro lado, a pesar de que los gobiernos se proclamaban aislacionistas, (Appleman Williams 1959 citado Moyano 1987, 152) considera que “lejos de estar aislados, las relaciones exteriores de los Estados Unidos de 1920 a 1932 estuvieron marcadas por un expreso y extenso compromiso –e intervención en los asuntos– con otras naciones”. Dicha concepción se relacionaba con su idea de ser una nación “única”, generosa, sin ambiciones, y con metas que ayudarían a todo el mundo –pero los países dispuestos a desafiarlo, eran juzgados como agresores–.

Moyano acude a Robert Freeman Smith, para afirmar que resulta clara la influencia del Destino Manifiesto, pues las intervenciones de los Estados Unidos se llevaban a cabo para preservar la paz y la prosperidad (Moyano 1987, 152) –aseveración cuestionable, claro está–. El uso estratégico e instrumental de los valores fundacionales de este país, no solo justificaba sus acciones interna y externamente, sino que también proyectaba una supuesta conciliación de los intereses y valores tradicionales y modernos. Durante los últimos años de la década, el presidente Hoover estaba más preocupado por las cuestiones económicas, diplomáticas y culturales que daban forma y fuerza a los Estados Unidos y a su posición a nivel mundial, que, por las intervenciones militares, pero siguió al tanto de la política internacional. Para separarse de la Liga de Las Naciones –a la cual se rechazaba por la creciente xenofobia en el país–, se usó como argumento que se alejarían de la corrupción internacional (Moyano 1987, 153).

El paso a lo moderno, en términos prácticos, envolvió la década en una ola de intolerancia a todo aquello que alterara el orden tradicional. Las leyes –las no relacionadas con la economía– buscaban homogeneizar, controlar la inmigración, prohibir el consumo del alcohol, y detectar y suprimir cualquier muestra de socialismo. La vuelta a la derecha, sin

embargo, afectó a conservadores y a liberales, pues en ambos grupos las opiniones eran variadas, principalmente las que respectaban a la Prohibición. En los dos lados había gente “seca” y “mojada”, como se les denominaba a partir de su postura a favor, o en contra (Moyano 1987, 150). Así pues, como en cada proceso histórico, esta década parecía estar dividida entre las personas que estaban en pro de la mayor libertad, del progresismo, de la modernidad y del cambio; y entre aquellos tradicionalistas, cuya nostalgia, se aferraba a la “normalidad” y a los valores victorianos; sin embargo, la realidad social no es un campo binario, sino mucho más compleja y llena de matices.

Palso acude a Dorothy Brown, quien propone que el previamente mencionado derecho al voto, trajo consigo un nuevo reto: una vez ganada la posibilidad del sufragio, las mujeres que tenían derecho a expresar su opinión, ahora debían decidir cómo hacerlo (Palso 2001, 37). Resulta de suma importancia recalcar el valor de dicho triunfo pues, previamente, estas eran consideradas como seres con menor capacidad intelectual, hasta que las contemporáneas corrientes científicas comenzaron a dar crédito y plantear la igualdad.

En este mismo contexto, hubo un incremento en las posibilidades educativas para ambos sexos. Palso cita nuevamente a Dorothy Brown, quien puntualiza que una cuarta parte de la población estadounidense estaba en las escuelas aprendiendo o enseñando. Cabe destacar que la presencia de las mujeres blancas en las universidades también fue en aumento (Palso 2001, 78). La educación femenina trajo consigo múltiples cambios en la forma de vida, puesto que más y más campos se conquistaron.

Harnett recurre a Margaret Deland para indicar que la asistencia a la universidad, al igual que la obtención de grados académicos, dio a las mujeres independencia económica, transformando también las tradiciones y el modelo de su género. El progresivo liberalismo que se pregonó generó altas expectativas en términos de poder personal, político, económico y educativo, cimentando el nacimiento de la mujer moderna (Harnett 2009, 13,17).

Harnett (2009) se remite a Nathan Miller, quien proponen que, tras la incorporación de Estados Unidos a la guerra, el temperamento nacional se modificó. La agitación y el conflicto se desvanecieron en la quietud; la atención y las preocupaciones de los estadounidenses, estaban guiadas por nuevas modas. Por otro lado, el desencanto por la

guerra fomentó una orientación clara hacia el ocio, el entretenimiento y el placer, puesto que los jóvenes creían que la vida era muy corta. El tiempo y el dinero fueron invertidos en los nuevos intereses como el cine, las compras, los deportes y todo aquello cuyo placer producido era efímero.

En esta época de cambios, muchas de las personas que simpatizaban con la modernidad se agruparon en círculos xenófobos como el *Ku-Klux-Klan*, o en otros cerrados al progresismo o de rechazo a la Liga de las Naciones. El país que se había configurado y fortalecido a partir de la migración, rechazaba al extranjero –en gran medida por el temor al socialismo–, algunos estados, incluso, negaron la entrada a profesionistas no estadounidenses a sus territorios (Moyano 1987, 148).

Contrario a lo que generalmente se supone respecto al liberalismo, al progreso y al radicalismo en Los Felices Años Veinte, algunos autores han concluido que esta época limitó los ideales liberales de la Primera Guerra Mundial. Moyano se remonta a James Weinstein, para mencionar que triunfo de la derecha, dado a conocer como una victoria total, no fue sino un periodo de exaltación en el que algunos sindicalistas y agricultores buscaron desarrollar una política de izquierda (Moyano 1987, 149).

La eugenesia⁸ enlazó la idea de progreso con las ideas darwinianas, respecto a la evolución y a la selección natural, mismas que habían comenzado a finales del siglo XIX. Estos paradigmas fueron reiterados y apoyados por quienes consideraban que su obligación moral con el país, era mejorar la raza humana a partir de individuos con mejores genes, limitando a los sujetos que consideraban inferiores (tal fue el caso de algunos grupos étnicos, cuya presencia en la esfera pública estaba restringida). Otra consecuencia de los movimientos en pro de la eugenesia fue la manipulación y el control de los derechos reproductivos de la

⁸ «La eugenesia o “bien nacer” fue el término acuñado por el naturalista británico Francis Galton en 1883. El interés de Galton por la eugenesia surgió poco después de la publicación del “Origen de las especies” (1859), escrito por su primo Charles Darwin. Con la convicción de que el talento, la habilidad, la inteligencia y otros factores “corrían en las familias” y que la selección natural interviene en el ser humano de igual forma que en las demás especies, Galton sugirió que, así como el hombre había obtenido extraordinarias razas de caballos y perros, se podía mejorar la raza humana controlando la reproducción. Galton se aprovechó del momento histórico para introducir, a inicios del siglo XX, su campaña en pro de la eugenesia como “política de Estado”, mediante sociedades y grupos intelectuales influyentes» (Villela Cortés y Linares Salgado 2011, 190).

mujer (desde la defensa del control natal hasta la esterilización forzada por cuestiones de “pureza” racial) (Harnett 2009, 20).

Para cerrar este apartado, se debe retomar el concepto de liberalismo, mismo que desde la óptica de autores como Raskin (2004), fue creado y empleado por la clase empresarial emergente, que buscaba proteger sus propiedades del Estado, alegando su derecho de ser libre e invisibilizando su deseo de mantener poder. El mismo autor propone que los liberales del siglo XX, maximizaron la libertad individual, la libertad de respuesta y la responsabilidad hacia los demás para promover la solidaridad colectiva y, consecuentemente, dar paso a la auto-identificación y el reconocimiento de la otredad⁹. Puntualizar lo anterior resulta imprescindible para, posteriormente, comprender las dinámicas de inclusión y exclusión que, partiendo de lo político, delinearon las nuevas formas en las que el género femenino se redefinió culturalmente en Los Felices Años Veinte, trayendo consigo nuevas representaciones de la mujer moderna o *flapper*.

1.2 LA ECONOMÍA DE POSGUERRA: CONSUMO Y LIBERACIÓN EN TIEMPOS DE BONANZA

Al comienzo de la década conocida por su *boom* económico, pocos cientos eran quienes poseían las acciones de la bolsa de valores. Posteriormente, hacia 1929, el número aumentó a 9 millones de personas (menos del 8% de la población). No obstante, pese a que los mayores inversionistas eran adinerados, el mercado de valores se había convertido ya en un fenómeno masivo. La gente usaba sus ahorros para comprar acciones, por ende, la caída de *Wall Street* tuvo un impacto tan fuerte (Gendzel 2004, 31).

⁹ “La noción de otredad y su construcción discursiva son aspectos relacionados directamente con ámbitos de la cultura que definen elementos de la realidad sobre el mundo y lo que en él existe a partir del binomio nosotros/los otros. (...) la construcción de la otredad cultural que deviene de la producción discursiva, se relaciona estrechamente con elementos fundamentales que refieren a la construcción del sentido de realidad que apela al orden estructural y natural del mundo en donde el otro emerge con una caracterización que lo ubica en el mundo, con funciones y ubicaciones específicas. (...) el posicionamiento desde el cual se perfila la producción discursiva en torno a la otredad hace referencia al ejecutor del discurso como punto neural para la concepción de la otredad” (García Sotelo, David Alejandro 2014).

Gendzel, apoyado de Sobel, Galbraith y Parrish, menciona que entre 1926 y 1929, 21 mil millones de préstamos de margen tuvieron lugar, aquello fue interpretado por los republicanos como la llegada del progreso a las masas, El incremento en las compras de valores y fideicomisos dio paso a la construcción de una pirámide especulativa, vulnerable al colapso. Del mismo modo, muchos inversionistas compraron acciones de margen, cuya garantía eran préstamos. Así pues, si los valores de las acciones disminuían, los bancos emitían llamadas, exigiendo a los inversionistas dar más garantías o el reembolso inmediato del préstamo otorgado (Gendzel 2004, 31,32).

El aumento en la volatilidad y la susceptibilidad del mercado se reflejaron en el colapso de *Wall Street*. Entre el 24 y el 29 de octubre de 1929, el mercado que se había ganado, perdió alrededor de un 40% de su valor. Previamente, se esperaba que los precios se elevaran, pero al mantenerse estancados, los especuladores tuvieron que vender para atender a sus llamadas de margen. Los precios cayeron de tal modo que 75 mil millones de valores desaparecieron (Gendzel 2004, 31-32).

Gendzel (2004) también señala que la gran depresión, también tuvo lugar tras la desigualdad en los ingresos. Las políticas republicanas habían apostado por aumentar las ganancias corporativas, haciendo a los ricos, más ricos que nunca. No obstante, las ganancias no llegaron a manos de los agricultores, ni a las de los obreros de la ciudad. Desde la perspectiva compartida por Bernstein, Montgomery y Goldberg, la afiliación sindical había disminuido, propiciando que los trabajadores no tuvieran poder para luchar por su cuota de prosperidad.

Como consecuencia de la posesión de riqueza en pocas manos, no había suficientes clientes para comprar todos los bienes producidos en masa (Gendzel 2004, 31-32). No obstante, aquel suceso, por muchos años, los historiadores subestimaron el valor y los procesos que tuvieron lugar durante Los Felices Años Veinte, limitándose a ver este periodo, como un momento transitorio entre el Progresismo y el *New Deal*, afirma Moyano. Sin embargo,

The 1920s is marked by the rapid adoption of a consumer society thanks to the rise of the young postwar generation and the subsequent economic boom. The

material affluence then triggered a sea of change across diverse aspects of the society and culture, ushering in the explosion of individualism, Epicureanism, and materialism (Park 2014, 1).

Así pues, previo a la inestabilidad en otros campos, el despegue económico propició que la cultura americana saltara a otro nivel. Park, con ayuda de Steel, afirma que el estilo de vida y la cotidianeidad de los estadounidenses se vieron modificados a partir de las nuevas tecnologías, de la producción en masa y de la nueva y más colorida escena cultural de la época, misma que se fundamentaba en liberales ideas. El objetivo principal era construir una nación virtuosa y trabajadora, pero a pesar de que el consumismo usaba como anzuelo al individualismo, los deseos de las personas eran relativamente ignorados (Park 2014, 7-8). El consumo capitalista y las ideas modernas se instauraron dentro de una sociedad que aún mantenía los valores victorianos.

Sin embargo, como en toda sociedad, las discrepancias tuvieron lugar. La disputa entre el campo y la ciudad estuvo presente durante esta época, en la que la modernización comenzaba a expandirse y por consecuencia, la nación pasó de ser un espacio rural, a uno mayoritariamente urbano, proceso que había comenzado a partir de la Revolución Industrial. De este modo, la urbanización vino con los avances tecnológicos, con el rápido crecimiento industrial y con la aparición de los grandes negocios (Harnett 2009, 18).

Por otro lado, el despliegue del capitalismo, a pesar de haber traído consigo prosperidad económica, significó también una distribución desigual de la riqueza, mas eso no limitó a la sociedad. La población aumentó la cantidad de dinero gastado gracias a la implementación del sistema de fábrica, a cargo de Henry Ford, que, mediante la producción en masa de autos, ropa y electrónicos, ofreció costos relativamente accesibles para un gran número de estadounidenses (Harnett 2009, 18). Las “ventajas” del capitalismo fueron bienvenidas en una sociedad en la que el consumismo llegaba para quedarse, pues avanzaba junto a la cultura popular.

Aunque la propuesta de Miller superficialmente resuelve la interrogante respecto a los fundamentos de los cambios en la mentalidad estadounidense de este periodo, limitarlos a la incorporación del país en la Primera Guerra Mundial no solo simplifica la explicación,

sino que resulta poco convincente, al considerar que la intervención en el conflicto armado no fue únicamente tardía, sino que también involucró a un muy reducido número de personas, afectando directamente a un porcentaje bajo, en términos generales.

La estratégica participación de los Estados Unidos en la Primera Guerra Mundial, fue conveniente para la prosperidad económica, al igual que para las políticas en favor de los negocios que impulsó el gobierno para apoyar a las industrias, cuyas demandas se habían incrementado a partir del conflicto bélico. El mencionado país pasó de ser un centro de producción, a un espacio de consumo en el que las ventas a crédito fueron tomando fuerza (Park 2014, 14).

Sin embargo, el apogeo culminó con la crisis de 1929. La desigualdad entre la oferta y la demanda creció durante Los Felices Años Veinte, aunque había sido opacada por la prosperidad, cuyas alta inversión y derroche económico, eran susceptibles a fluctuaciones. En este sentido, los gastos de las personas en ropa y comida eran mucho más estables. El alto precio de los coches, por ejemplo, limitaba su demanda a los clientes con suficiente poder adquisitivo. Consecuentemente, la producción saturó el mercado, impactando negativamente la economía (Lahcene Batoul 2010, 19).

No obstante, los años previos al crack, estuvieron acompañados de un profundo interés por las máquinas, como resultado del avance tecnológico. La sociedad de aquel momento consideraba que estas y la tecnología, liberarían a la humanidad; dichas ideas, estaban basadas en principios geométricos y puristas. En este mismo contexto, los futuristas apoyaban la *mechanical esthetics* que se expresaba en las artes visuales; las figuras geométricas eran representadas en pinturas y esculturas. El racionalismo y el funcionalismo eran los principios de la tecnología como símbolos de la belleza moderna (Park 2014, 16-17) y de las nuevas formas de expresión.

Park cita a Bevis Hillier para afirmar que la obsesión por las máquinas y por la ingeniería podía observarse también en el *Art Deco*, que dio forma a las ciudades modernas. Aunque la recreación y la urbanización parecían traer consigo más ventajas que limitaciones o puntos en su contra, la generación tradicionalista optaba por las clásicas ideas victorianas respecto a la arquitectura, la planificación urbana y la forma de vida.

Para Simone Davis (2000 en Harrison 2008, 8) “the decade that secured a place for advertising at the heart of American business”. Del mismo modo, para autores como Fangman, fue este periodo el verdadero inicio del siglo XX. La modernidad había llegado y un gran número de personas (principalmente los jóvenes) querían ser parte de ella. Los avances tecnológicos y científicos, dieron a la época un aire de libertad, ocio y diversión.

De este modo, las nuevas estrategias del mercado ofrecían a las mujeres la posibilidad de explorar y explotar la autoexpresión y la satisfacción. No obstante, la publicidad y los productos aludían siempre a la mujer moderna, algunos también se encargaron de perpetuar ciertos aspectos de los roles de género tradicionales. La liberación era uno de los estandartes de la cultura de masas, empero, esta se “alcanzaba” a través de la imitación (Benson 2005, 274).

Benson (2005) se apoya en Jackson Lears, quien apunta que el consumo tuvo un radical cambio a finales del siglo XIX, pues previamente, el espíritu burgués que acompañó el periodo, solía apostar por el trabajo perpetuo, el ahorro compulsivo, la responsabilidad cívica y la moral rígida. El ocio periódico, el gasto compulsivo, la pasividad política y la moral aparentemente permisiva (pero sutilmente coercitiva) eran todavía criticados. La cultura comenzó a transformarse en función de las circunstancias históricas y de las ideas modernas.

De acuerdo a las investigaciones que Benson (2005) retoma de Lears, una sociedad de pequeños empresarios, como era la antigua, tenía como objetivo la producción. Posteriormente, las corporaciones burocráticas que orientaban a los ciudadanos estadounidenses, apostaron por el consumismo. Por su parte, la propuesta de Jean-Christophe Agnew, también citado por Benson, sugiere que hablar de una cultura de consumo demanda ubicar el momento en el que este pasa de ser una enfermedad, a una cura social. Profundizando en este punto, el autor sitúa lo anterior, justamente en el contexto de cambios dramáticos por la industrialización, misma que condujo a una vida material. Es decir, para Agnew, la industrialización, lejos de únicamente aumentar la oferta en el mercado a partir de la ética terapéutica, produjo nuevas demandas que prometían satisfacer a los alienados trabajadores.

Esta perspectiva, permite reafirmar la postura que da forma a la presente tesis respecto a la intertextualidad, aunque en este caso concreto, más implícitamente que en otros. Retomando dicho planteamiento, puede entenderse no solo la forma en la que la psicología fue empleada, sino también la manera en la que los conocimientos científicos conocidos, promovidos y aceptados en la época, sustentaron la retórica de las revistas de fanáticos y del cine, mismas que, a su vez, conducían a la construcción de una nueva mujer.

Benson (2005) también destaca a autores como Neil Harris, con su visión dialéctica del consumo masivo; y a Warren Susman, y su análisis de la cultura de consumo como parte del fortalecimiento de la clase media que buscaba definir su identidad mediante “expresiones de estatus”. Igualmente, reconoce a Lears y su aporte que sostiene que la cultura del consumidor, más que un disturbio hedonista, era una búsqueda de equilibrio entre las tensiones, el control y la liberación. Esta última propuesta permite comprender que la ética terapéutica, pese al supuesto alcance masivo, tenía dudosa aplicabilidad a las mujeres, a la clase trabajadora, a las familias agriculturas y a las comunidades de color

Así pues, resulta preciso enfatizar que las relaciones interseccionales definían las posibilidades económicas de los consumidores en una década conocida por su bonanza, aparentemente alcanzable para todos los ciudadanos estadounidenses. Para algunos autores como Benson (2005), las posibilidades adquisitivas de las mujeres, se definían en función de cuán dependientes y subordinadas eran. No todas tenían los mismos accesos: antes de la Primera Guerra Mundial, la mayoría de las familias estadounidenses vivían con sueldos insuficientes, y con más carencias por su condición de raza y origen étnico. Los salarios bajos y la exclusión para los grupos subalternos, contrastaron con los privilegios de los ciudadanos cuyos rasgos identitarios sintonizaban con las representaciones del ideal americano moderno de ciudadanía.

Benson (2005), agrega que:

Urban working-class families and farm families faced perennial shortages of cash. Race and ethnicity further disadvantaged people of color and immigrants: job discrimination led to lower wages and patterns of exclusion either curtailed their consumption or made them pay a social price for it. The new culture grew in the soil of industrialization, which produced dramatic changes in material life.

(...) especially in the years after the Civil War, mass production vastly increased the quantity and variety of goods available in the marketplace.

Para Susan Warren, la clase media y la cultura de consumo enfatizaron en la personalidad. Neil Harris (1990 en Benson 2005, 276), por su parte, observa “the movement of objects from expressions of status to guarantors of identity”.

Sean Dennis Cashman (1989), pese a reconocer la romantización de la historia de Los Felices Años Veinte, defiende la prosperidad de la época, visibilizando el impacto de los hechos y procesos que entonces tuvieron lugar. El autor presenta esta tradicional visión, apoyándose en las estadísticas de producción, ingresos y consumo, a las que concibe como impresionantes debido a los aparentes beneficios de los trabajadores. Apunta que entre 1919 y 1939, el Producto Interno Bruto alcanzó un 39%, el Ingreso *per cápita* un 20% y el Ingreso Personal Disponible un 30%. Agrega, también, que los electrodomésticos inundaron en el mercado y que su consumo aumentó.

En contraste con esta perspectiva, exhaustivos estudios de La Institución Brookings condujeron a una conclusión que se contraponía a dicha mirada tradicional. De acuerdo con estos, la década en cuestión fue dorada exclusivamente para un grupo relativamente pequeño (Cashman 1989, 42). Desde esta perspectiva, un mundo de posibilidades se abre para entender no solo la forma en la que se conformó la sociedad estadounidense, sino cuáles fueron los parámetros que definieron su posición privilegiada o vulnerable a partir de las relaciones interseccionales.

El modelo de ciudad norteamericana del siglo XX fue Los Ángeles, el décimo espacio urbano más grande de los Estados Unidos, con una población de 577 000 habitantes en la segunda década de la centuria. Esta metrópoli dominada por el coche, se convirtió en el espacio predilecto por su cálido clima y días soleados, por ser un referente del petróleo, por las líneas aéreas que en ella se encontraban, por ser un punto aeronáutico y aeroespacial clave, al igual que por ser la meca del cine (Cashman 1989, 50).

Mowry es citado por Cashmann para expresar que, para muchos historiadores, los progresivos años previos, y el posterior *New Deal*, eclipsaron la década de Los Felices Años Veinte al describir únicamente sus excesos económicos, mostrándola como un periodo retrógrado. Mowry expresa la necesidad de reconocer aquel momento histórico como formativo en la historia de la sociedad norteamericana. Si bien se habla de la urbanización que tuvo lugar, de las novedosas tecnologías, y de la producción en masa *per se*, resulta indispensable vincular esta última con la religión, la política, la filosofía, la indumentaria, los preceptos morales y el uso del tiempo libre (Cashmann 1989, 1). Profundizar en el impacto de la cultura de las masas, analizándola no solo desde una perspectiva económica, nos permite visibilizar las relaciones de poder que le dieron forma y la orientaron.

Una de las más importantes contribuciones de Mowry, se relaciona directamente con los impactos de las invenciones económicas del siglo XX, pues puntualiza que antes de dicha centuria, los aparatos políticos, las metas y aspiraciones sociales, se habían establecido por sectores con cierta hegemonía, como los políticos, los predicadores, los abogados, los editores y los profesores. Posteriormente, en la época moderna, fue la élite económica la que poseía mayor poder (Cashmann 1989, 1). Si bien esta aseveración es cuestionable al contemplar el impacto y los logros de los grupos subversivos tras la lucha en pro de las demandas y derechos sociales, sí debe tomarse en cuenta para analizar la difusión, los antecedentes, los objetivos y el impacto que ha traído consigo la cultura de masas.

En lo que compete a esta tesis, fue justamente la masificación de una representación y de un discurso que le legitimó, la que permitió que esta no solo se convirtiera en el referente de género femenino de la época, sino que también correspondió a un modelo de ciudadana cuyos valores éticos y morales, al igual que sus condiciones raciales y sus atributos estéticos, reflejaban los intereses de la nación a la que pertenecía.

1.3 LA CULTURA DE MASAS EN LOS FELICES AÑOS VEINTE

Uno de los tópicos que compete a la problemática que da forma a la presente disertación es el contexto cultural de Los Felices Años Veinte en los Estados Unidos, pues una vez analizadas las expresiones y movimientos que en dicha década tuvieron lugar y enlazadas con la visión crítica de quien escribe, podrán responderse las preguntas que delinearon esta investigación.

Algunos autores –citados en los primeros dos apartados– sostienen que los traumas de guerra desencadenaron nuevos valores estadounidenses, empero, resulta poco acertado aseverar que la participación en el conflicto bélico modificó directamente la esfera cultural de este país, puesto que la mayoría de los cambios estaban más bien ligados a las modernas ideas difundidas internacionalmente, y a la naciente cultura de masas. En gran medida, las transformaciones obedecieron a la influencia de los medios de comunicación, que alejaban a la sociedad del estilo de vida tradicional. Lo anterior venía de la mano de los valores fundacionales que fomentaban, mismos que en algunos casos, contrastaban la tradición victoriana.

Las revoluciones en las comunicaciones y en la organización, permitieron que las noticias se compartieran como nunca antes, no solo de manera nacional, sino también transcontinentalmente. La radiodifusión, la grabación eléctrica y las películas, se convirtieron en canales que llevaban las notas sobre la actualidad, las modas y los eventos –de manera inmediata– a un preocupado público estadounidense (Smutný 2006, 3), cada vez más interesado en formar parte de una sociedad cosmopolita.

Smutný se remite a Susman y sostiene que, para 1922, un número cada vez mayor de estadounidenses estuvo consciente de los cambios dentro de la estructura de su mundo natural, social, personal y moral. Los valores se transformaron por la tecnología y las formas de difusión cultural, que prometían desarrollar más técnicas y acumular conocimiento, dando paso a experiencias más completas (Smutný 2006, 3). Conocer el universo y todo aquello que le daba sentido, era una de las posibilidades más atractivas de la modernidad, y los contemporáneos, no dudaron en aprovecharla.

Así pues, los medios de comunicación se ubicaron en un papel central en la moderna cultura estadounidense, misma que se distanciaba significativamente de la perspectiva tradicional. Para Cavelti, también citado por Smutný (2006), el modernismo se contrapuso, desencadenando una búsqueda de liberación contra el pasado, la experimentación de novedosas costumbres y patrones de comportamiento: emergió, entonces, una nueva cultura popular, una cultura de la personalidad.

Hirshbein acude a Howard Chudacoff y afirma que este contexto de rupturas, choques y transgresiones, el conflicto generacional se agudizó, pues, durante este tiempo, la edad era un referente indispensable para agrupar a las personas. Este apuro retórico desarrolló una nueva idea de la vejez, por parte de los jóvenes, y una nueva idea sobre la juventud, por parte de los mayores; además de que formuló nuevas preguntas en torno a la identidad nacional, debido al contexto coyuntural (Hirshbein 2001, 113-114).

Respecto al mencionado conflicto, escritores y periodistas jugaron un destacado papel mediático, al estereotipar a ambas generaciones dentro de la literatura popular. La más joven estaba representada por clasemedios enérgicos, que habían nacido en el siglo XX y que, en algunos casos, habían participado en la guerra en Europa; además de que consumían los avances tecnológicos. La generación mayor era proyectada como un grupo de padres y abuelos nacidos en el siglo XIX, comprometidos con la moral victoriana y siempre nostálgicos respecto al pasado (Hirshbein 2001, 114). A partir de la ideología de quien escribía y del medio para el que trabajara, los autores tomaban partido de alguna de las dos corrientes.

Por su parte, Moyano retoma la “revuelta de los jóvenes”, y hace hincapié en que sus intereses no se relacionaban propiamente con la justicia social, la guerra o la paz. Sus vidas giraban en torno a los autos, los bailes y la música; a la diversión y a la ruptura de códigos sociales. Pero de acuerdo con esta autora, los estudiantes aún mantenían ciertas posturas conservadoras, puesto que, en realidad, nunca hubo una revelación como tal, en contra de los valores tradicionales. Si bien adoptaron otro estilo de vida y una emergente cultura; lo que realmente llamaba su atención respecto a la modernidad, era lo que al ocio y la comodidad respectaba. Sin embargo, las nuevas ideas sí propiciaron una lucha para la igualdad femenina

que se alejara de los prejuicios victorianos y de su ética (Moyano 1987, 149). Cabe destacar que, pese a que existía la clasificación generacional, las brechas de género, clase y raza también eran visibles.

Taylor señala que Rudy, Valle y otros comentan que la difusión de información, al ser catalogada como una de las innovaciones tecnológicas más importantes del siglo, la radio fue uno de los medios responsables de “educar” a la sociedad respecto a la modernidad (Taylor 2002, 425). Smutný (2006) postula que los valores adoptados por los grupos fueron proyectados mediante la indumentaria. Mientras los conservadores, optaban por prendas que reflejaban sus preceptos morales; la ropa portada por los jóvenes indecisos, mostraba su falta de restricciones morales, además de su “interés” respecto a la “cultura negra” en una década de éxito y abundancia.

El discurso científico enmarcó las diferencias fenotípicas, dando pie a que la “prosperidad” de la época, se acompañara del resurgimiento del *Ku Klux Klan* (KKK), por ejemplo. Estas prácticas racistas derivaron de las ideas sobre eugenesia y evolucionismo que explícita e implícitamente fueron dadas a conocer y relacionadas mediante el progresismo moderno, y se usaron estratégicamente por los estadounidenses blancos para establecer privilegios. También, de manera más “sutil” –disfrazada de fascinación por la otredad–, la discriminación fue practicada al “exotizar” a las culturas y pueblos no occidentalizados: algunos, incluso, temían que, por su barbarie, la propia civilización peligrara (Smutný 2006, 5).

Resulta preciso mencionar aquel temor al retroceso, pues en la década de 1920, las personas, por primera vez,

Don Slater identifies the 1920s as probably the first moment in which people actually believed themselves to be moderns, inhabiting modernity: a contemporary state, not one being striven toward. This technological modernity, marked both by the dominance of machines but also by an underlying ideology that promotes them, was called ‘technopoly’ by Neil Postman, an ideology that arose in the mid-1920 (Taylor 2002, 226).

Desde esa perspectiva, Taylor (2022) puntualiza que la tecnología y las máquinas, la radio y las comunicaciones, en general, habían mejorado la vida cultural. Con las nuevas herramientas, se reconfiguraron las nociones de lo público y lo privado, facilitando el recibimiento de una nueva economía del consumo, cuyo aliado era el *star system*. El escenario conjuntó los intereses de los grupos hegemónicos, entrelazando los planes políticos y económicos, con las estrategias de la emergente cultura de masas.

De acuerdo con lo anterior, cada vez más, la sociedad se controló por élites que hacían que esta funcionara y se orientara hacia puntos específicos. En este contexto, los medios de comunicación exploraron, reflejaron, cuestionaron y afirmaron el estilo de vida estadounidense, enfatizando su herencia étnica (St. Germain 1990, 14). La sintonización del Estado con los grandes empresarios, dio lugar a la definición de una nación, pero también a la de sus ciudadanos –y de una nueva cultura de masas–, encargados de reflejar los valores que les fundamentaban.

Retomando lo previamente apuntado, la radio reconfiguró conceptos de lo privado y del espacio, integrándose a la vida de las personas a escala más individual, conociendo, reflejando, y construyendo nuevas fantasías. Estas ideas modernas, generalmente sustentadas en investigaciones científicas, dotaron de peculiaridad y fe en el progreso a la población. La relativa apertura en términos discursivos y prácticos a temas y conductas previamente concebidas como tabúes, creó un espacio de seguridad para aquellos que optaban por salirse de lo convencional, aunque no cualquiera tenía el privilegio de hacerlo.

Uno de los cambios más apreciables –quizá el más notorio– respecto a la cultura de Los Felices Años Veinte, está directamente relacionado con la sexualidad femenina. Por razones generacionales, esta tendencia fue mejor recibida por las mujeres jóvenes, dispuestas a debatir sus derechos sexuales, pues la visita de Sigmund Freud en 1909 a los Estados Unidos, había popularizado aquel tema. Park cita a John Burnham, quien plantea que a partir de las propuestas del psicoanalista, periódicos y canciones, usaban títulos escandalosos para “dar a conocer” sus controversiales postulados (Park 2014, 10-11) y comercializar las modernas ideas en múltiples productos.

La liberación sexual se sustentó en las teorías de Freud, y su aceptación se debió no solo a sus fundamentos científicos, sino también a la existencia de espacios o círculos de pertenencia tales como la universidad, en los que (Harnett 2009, 19) el conocimiento era socializado y apoyado por jóvenes cuyas perspectivas eran semejantes. Sin embargo, no fue exclusivamente la sexualidad femenina lo único que fue visto desde otra perspectiva, los actos performativos del género fueron también transformados y reproducidos por las chicas, quienes comenzaron a cuestionar lo entonces considerado masculino, y se apropiaron de algunas de las características estéticas y actitudes que habían sido aceptadas únicamente en los varones (Park 2014, 11).

Aunque los cambios en la performatividad del género femenino fueron una de las más representativas rupturas de la época; la modernidad y sus preceptos se reflejaron en los medios de comunicación. Hollywood proyectaba una visión positiva, un mundo de posibilidades aparentemente accesibles para los estadounidenses de clase media y alta, que celebraban la tecnología. Algunos filmes tematizaron la tecnocracia y la naturaleza unidas, mostrando la falta del sentido del trabajo, como puede apreciarse en la película *La Multitud*, de King Vidor, que describe la mundanidad absoluta de la vida cotidiana de un trabajador de cuello blanco; o en *Los tiempos modernos*, de Charles Chaplin en 1936” (Taylor 2002, 426).

Pese a la variedad de contenido, fueron otros los filmes de Hollywood que tuvieron mayor impacto en la sociedad, es decir, aquellos cuya temática era una combinación que permitía a los estadounidenses, reflejarse en ellos, pero también construir ideales. St. Germain asevera que las estrellas tenían 3 funciones sociales: hacían preguntas a sus espectadores respecto a su *american way of life*; reafirmaban los valores que se promovían y expresaban mediante este, transformando los actos transgresores, en atractivos; y, por último, a través de los largometrajes, reflejaban lo que sucedía en la sociedad (St. Germain 1990, 38).

Así pues, además de ser un móvil de ideas, y reproductor de los modelos que personificaban a las representaciones de la sociedad estadounidense, las películas eran otra dimensión de movilidad en sí, misma que ofrecía a los espectadores un escape hacia un mundo distinto, construido de fantasía. Del mismo modo, sostiene que

radio did in a way for the ear of the crowd what the movies did for the eye. It brought the world to the middle-class home and to the far paper shack with an immediacy never known. Simultaneously, the compelling tones of the advertiser were declaiming to the crowd that these ones unattainable worlds were a part of their heritage. A chicken in every pot, a car in every garage, film star beauty for every adolescent girl, and perhaps and adultery for every marriage- these were the promises of the twenties (Mowry 1963, 43).

Así pues, siguiendo a St. Germain (1990) proyectando la contradicción que daba forma a cultura estadounidense, filmes como *Forbidden Fruit* (1922), expusieron el adulterio; *Prodigal Daughters* (1923), los cambios en el rol de las mujeres y la brecha generacional que caracterizó a la década; *Collegians* (1929), por su parte, llevó a la pantalla grande, el rumor de que la asistencia a la universidad no era sino con el objetivo de aprender cómo magrear, beber y usar a las personas; y *Show People* (1928) mostró la doble vida de las personalidades de Hollywood. Cada producción tenía objetivos claros, aunque en un contexto de transformación evidente, las susceptibilidades debían ser tomadas en cuenta.

Para ello, Will H. Hays, vio la necesidad de regular la censura moral, pues los espectadores, comenzaron a deducir que sus ídolos transgredían las normas más de lo ética y moralmente aceptable. Las infidelidades, el uso de drogas, la ingesta de alcohol y la vida sexual disfrutada sin el pudor que comúnmente se reconocía (St. Germain 1990, 37), debían ser controlados. El escándalo podía ser vendido, pero cada nota, cada opinión, cada fotografía y cada filme, eran sumamente cuidados para llevar el mensaje deseado de manera correcta.

Smutný retoma a Caventi para afirmar que las susceptibilidades procuradas no eran sino las del público predilecto, ciudadanos de los Estados Unidos, blancos, jóvenes, de clase media y alta. En este sentido, el periodo de entreguerras fomentó la cultura popular que, a su vez, reafirmaba la supremacía angloamericana. Los aparentes “signos de cambio” y apertura en el cine, en la radio y en la música (Smutný 2006, 5), únicamente significaron la inclusión en los espacios exclusivos de blancos a unos pocos miembros de otras razas, destacados y excepcionales individuos.

Smutný (2006) también se apoya en Camey y sostiene que dichas aperturas, desde la óptica de la ciudadanía blanca y de clase media y alta, eran concebidas como una transformación cultural. Los jóvenes fomentaron la aceptación del jazz, propiciando indignación en algunos grupos racistas, por un lado; pero por otro, fueron vistas como el reflejo de una nueva y reconocida expresión de la modernidad estadounidense. Esta última enunciación, demuestra la razón instrumental que acompañó la lógica contradictoria de los jóvenes.

Durante la década de 1920, la audiencia del jazz se extendió por el país, sin embargo, este nuevo público, se encontraba en una posición extrínseca, ignorando los antecedentes culturales del género, relacionándolo con un contexto ajeno. Los jóvenes blancos de clase media y alta, en su “esfuerzo por romper el pasado”, abrazaron el jazz –y algunas otras expresiones de los afroamericanos– y lo proyectaron como una expresión de su estilo de vida (Smutný 2006, 4) y de la modernidad.

Si bien las estrategias de negociación tuvieron lugar relajando tensiones entre algunos grupos, lo tradicional y lo moderno, la religión, los estándares morales, las cuestiones de raza desde posiciones políticas, la prohibición y la inmigración, estuvieron al pie del cañón (Mowry 1963, 1). Estas discrepancias fueron plasmadas desde las dos ópticas en términos literarios, dando como resultado una importante actividad que exploró las posibilidades de la lengua y del arte.

Desde la perspectiva de Amos St. Germain (1990), los estadounidenses inventaron y perfeccionaron formas de entretenimiento, cuestionando y afirmando también su característico estilo de vida nacional. Una nueva realidad trajo consigo nuevas preguntas filosóficas, y la búsqueda del hombre moderno, de otro código moral que reemplazara los valores que parecían no encajar con las nuevas circunstancias. A propósito del discurso sobre la época, cabe puntualizar que, para muchos autores, reconocer a la década como “*roaring twenties*” o “*laughing twenties*”, significaría negar la complejidad y la energía cultural que se manifestó en múltiples formas. No obstante, a lo largo de este trabajo, se aludirá a este periodo como Los Felices Años Veinte, pues el objetivo de quien escribe no es propiamente

criticar los conceptos que describen la década, sino analizar la construcción y reproducción de las representaciones de la mujer moderna en la *Motion Picture Magazine*.

Snowman, por su parte, comparte la perspectiva nacionalista de St. Germain y respecto a otra de las rupturas que marcaron a los estadounidenses, sostiene que

A less obvious but equally significant rift with the American society was that between the generations, American youths had just fought what at first, some of them had romantically and rather naively thought would be the war to end the war. Many of them were killed. Those who survived –men like Ernest Hemingway and John Dos Passos– were quickly disabused of any optimism that they might have felt earlier regard to the fighting. As soon as World War I was over, many of the most sensitive and articulate of them thought of it as having been a pointless, a destructive holocaust in which they had been forced to participate as a result of the ineptness of their parents' generation (Snowman 1968, 16).

Consecuentemente, una vez terminada la guerra, la publicidad encaminó a las masas a comprar productos que prometían, al ser poseídos, realizar “el sueño americano”. La “búsqueda de la felicidad” se llevó a cabo mediante la persuasión en los anuncios, como será ejemplificado posteriormente. Estas nuevas formas de mercadotecnia, coincidieron con el abandono de la política por parte de los intelectuales. Además de afirmar lo anterior, Dyreson sigue a Walter Lippman para precisar que las plataformas políticas vendían al igual que otros productos, desde que la nueva realidad fue identificada. Posteriormente, cita a Macband, quien agrega que estas plataformas trajeron consigo un cambio en la democracia (Dyreson 1989, 280).

En este escenario de interconexiones nunca antes vistas, las posibilidades adquisitivas y de movilidad, ofrecían un libre acceso a experiencias previamente inimaginables. La producción en masa, pues, construyó un nuevo cliente, obsesionado con el gasto y con el consumo en un tiempo en el que el ocio, la diversión, el placer y el entretenimiento, habían aparecido en escena tras la reducción de la semana laboral, y la necesidad de salir de las rutinas (Smutný 2006, 3). Empero, aunque este nuevo modelo de individuo fue producto de

la cultura de masas, fue también resultado de un plan nacional, hecho a medida de sus necesidades.

Las compras parecían ser parte de la cotidianidad, pese a las diferencias de clase social, del presupuesto personal o de las necesidades. El automóvil, por ejemplo, fue adquirido de manera impresionante, pues además de dotar de libertad y de movilidad, era un símbolo de estatus, de dominio y de poder para el propietario (Mowry 1963, 46-47). Quien escribe ha citado también las propuestas que sugieren la desigualdad económica como impedimento para disfrutar de las nuevas posibilidades –autores como Snowman (1968) que afirman que la gente era o muy rica o muy pobre–. No obstante, el peso de esta perspectiva –atravesada por la perspectiva interseccional– será más fuerte, pues permitirá explicar la manera en la que se masificó el nuevo modelo de mujer, entre la población blanca, joven, de clase media y alta.

Aunque la persuasión fue una de las claves del éxito económico, la opinión pública también jugó un papel decisivo. Esta, *per se*, al igual que los intentos por influir en ella, dotan de las herramientas necesarias para entender que,

One of the reasons the 1920s were called «roaring » was because of the new found prosperity in post first world war America. Even before the war, at the turn of the century, mass culture and advanced capitalist society evolved together. Mass culture has been defined as «voluntary experiences ...produced by a relatively small number of specialists ...for millions across the nation to share ...in similar or identical form ... either simultaneously or nearly so ... with dependable frequency ... (shaping) habitual audiences ...around common needs or interests ...and it is made for profit. (On the other hand, according to Wilner) more specifically, the post-war culture has been called a consumer culture because of the way corporations began more aggressively encouraging people to buy brand-name products on (Ohmann 1996 citado en Penning 2006, 346)

Ohmann (1996 en Penning 2006, 346) también puntualiza que “the consumer culture was facilitated by a simultaneous increase in the number of professional-managerial jobs and efforts of companies to advertise products nationally”. En dicha década, las corporaciones y

la cultura del consumidor se enfocaron que crear publicidad más agresiva. Penning, (2006) retoma a Sloan, quien afirma que, en 1920, esta pasó de ser realizada en folletos y anuncios pequeños, a imprimirse en formatos más sofisticados, un 40% de ellos se realizaban en $\frac{3}{4}$ de las hojas, detallando los beneficios del producto. Del mismo modo, menciona que el atractivo visual ocupaba $\frac{1}{4}$ de los anuncios. De manera más o menos explícita, la opinión pública era citada en las revistas de los años 20, década en la que el interés académico y científico se daba a conocer.

Mowry (1963) sostiene que el aumento en los ingresos y en el tiempo de ocio, facilitaron que las modas se adoptaran por las multitudes, seducidas por un discurso basado en planteamientos científicos, ofreciendo “la verdad en la publicidad”. Igualmente, aunque más implícitamente, dicha publicidad se convirtió en un método educativo respecto a cómo hacer uso del dinero. Una vez conseguido el tiempo libre, la tecnología proporcionaba instrumentos e instituciones que atraían al trabajador.

El mismo autor propone que no todos los banqueros y las instituciones de crédito compartían el gozo por las ventas masivas a crédito, puesto que estos advertían que el uso excesivo de dichos instrumentos podría desencadenar desastres económicos, no solo a nivel personal (Mowry 1963, 31). Resulta puntual retomar lo anterior, puesto que, de acuerdo a lo citado al principio del presente capítulo, este tipo de acciones por parte de los compradores, fueron clave para comprender las causas de la crisis del 29.

El poco interés que los dueños de los medios de producción tenían respecto a un posible colapso, se debía en gran medida, a su enfoque en la creación de “ídolos de consumo” como móviles transformadores de las aspiraciones nacionales. El individualismo y el consumo (Carter 1968, 28) orientados al entretenimiento, fueron enlazados no solo con la cultura, sino también con las actividades deportivas, a su vez, llevados a cabo para fortalecer el nacionalismo; pues la representación del sujeto moderno, también postulaba un equilibrio entre cuerpo y mente sanos.

Dyerson acude a la obra de Robert L. Duffus, quien afirma que el deporte fue una de las más actividades más comunes. Introducido en una cultura de consumo, la fascinación que su espectáculo producía. Asimismo, se apoya de Fredrick Lewis Allen, que sostiene que la

transmisión en vivo por radio y las notas periodísticas posteriores, lo convirtieron en una obsesión (Dyreson 1989, 261). El nuevo concepto del deporte significó un sinfín de posibilidades en la modernidad para los espectadores y para los deportistas, pero también para los empresarios y para los políticos.

Dyreson (1989) identifica que autores como C. Turner, proponen que las actividades deportivas fueron una herramienta para conservar y reinventar la tradición estadounidense. Su fuerza fue usada para ordenar la modernidad, al igual que para crear una cultura nacional, y para preservar los conceptos e instituciones del republicanismo liberal en un espacio modificado por la industrialización, la migración, los complejos mercados interconectados y la nacionalización de las relaciones sociales. El deporte, pues, “se postuló como el motivo fundamental de la acción económica.

La vida moderna transformó sus propósitos centrales, ubicando al deporte como uno de los más importantes. Por otro lado, el espíritu protestante se sustituyó por la ética de la riqueza. La vida de los reconocidos deportistas –al igual que la de las estrellas de cine– era celebrada, pues eran concebidos como héroes nacionales (Dyreson 1989, 272). Los objetivos detrás de la creación de estas figuras, pueden comprenderse a partir de la siguiente afirmación del presidente Harding, de mayo de 1920, cita en la obra *America since 1920*:

America's present need is not heroics, but healing; not nostrums, but normalcy; not revolution, but restoration; not agitation, but adjustment; not surgery, but serenity; not the dramatic, but the passionate, not experiment, but equipoise; not submergence in internationality, but sustainment in triumphant nationality (Snowman 1968, 11).

Kazin (1990), al remontarse a los inicios de la modernidad, describe a quienes en ella vivieron, como individuos que se identificaron con la secularidad característica de la Revolución Francesa, con el poder de la nación organizada por el Estado, por la fe en la ciencia y en la educación. Así pues, la conquista –o aparente conquista– de los individuos sobre la razón, dio lugar a múltiples aperturas que, mediante concesiones o negociaciones, visibilizaron a la mujer estadounidense –en singular–, al convertirla en ciudadana con derechos y obligaciones.

La modernidad dio la bienvenida a (algunas) mujeres dentro de los espacios públicos, quienes inmersas en el mundo del trabajo –y otras, de clase alta, financiadas por sus maridos– pudieron consumir bienes y costear actividades de diversión. La vida citadina y el ocio, dotaron de una nueva libertad, yuxtapuesta a la también limitada movilidad dentro de una familia patriarcal. No obstante, pese a que los empresarios capitalistas ofrecían productos que prometían expresar la libertad lograda, claramente esta no era la urgencia *per se* (Estand 2005, 296).

Si bien la presente tesis reconoce las relaciones de poder que invisibilizan los usos y estrategias de los grupos hegemónicos a su favor, también se hace hincapié en que

Nevertheless, women imbued public spaces and consumer products with their own meanings as they fashioned subcultures and subjectivities. The resultant meanings were diverse, and sometimes exceeded or opposed existing hierarchical structures and ideologies. Despite the fact that producers could not free women from gender, class, or race hierarchies, women themselves made that promise salient, albeit not fully realized, when they creatively embraced and utilized popular culture as a resource with which to construct new identities in the city (Estand 2005, 296).

En este contexto, las *flappers* encarnaron la configuración de un nuevo modelo de mujer moderna. A este respecto, es preciso ubicar que el término en cuestión, apareció en Inglaterra, y fue llevado a los Estados Unidos en 1915 por H. L. Mencken. La popularidad que rodeó a este modelo femenino y a quienes lo personificaban, no fue resultado únicamente a que negoció los viejos preceptos con los valores de la modernidad, ni a su novedosa indumentaria.

La masificación de estas representaciones se debió a que, en gran medida, fue construida a partir de las nuevas inquietudes y necesidades femeninas y de los intereses de los grupos de poder. Empero, en términos culturales y “subjetivos”, para las mujeres, identificarse con este modelo significaba romper con estigmas, buscar libertad. Sin embargo, al adentrarnos en el estudio de la cultura de masas, otras cuestiones salen a la luz. La

producción a gran escala de indumentaria y maquillaje, facilitaron la reproducción de la performatividad daba forma a la *flapper*.

Dicho lo anterior, tanto la producción en masa como los medios de comunicación, favorecieron un proceso de socialización, es decir, de exposición y adopción de ciertos valores, a partir de los nuevos actos constitutivos y de la moderna performatividad del género femenino. (Fujioka y A. Neuendorf 2015, 353) retoman a Schwartz, los medios de comunicación delinearon las identidades sociales y las relaciones raciales que se materializaron a través de quienes encarnaron a la *flapper*.

Por ende, es de suma importancia definir el papel de los medios de comunicación masiva como dispositivos de poder, para así comprender la forma en la que se construyeron las representaciones ideotecnológicas de género desde la *Motion Picture Magazine*. En este sentido, las revistas de fanáticos publicadas en Hollywood fueron una de las fuentes de mediación más importantes en Los Felices Años Veinte, pues su poder fue instrumentalizado por los grupos dominantes para legitimar y reproducir la constitución de la mujer moderna encarnada en las estrellas.

CAPÍTULO 2. LA MUJER MODERNA EN EL CINE Y LAS ESTRELLAS DE HOLLYWOOD

La consolidación de Hollywood y la edificación del sistema de estrellato, convirtieron a la industria cinematográfica en una de las más importantes aliadas de la cultura de masas y del naciente consumismo en los Estados Unidos, durante la década de Los Felices Años Veinte. La construcción de las estrellas, por parte de los estudios; y su promoción, a través de revistas de fanáticos como la *Motion Picture Magazine*, sentaron las bases de uno de los dispositivos más útiles para los grupos hegemónicos.

De este modo, Hollywood, a través de sus distintos sistemas, perpetuó las desiguales relaciones entre los grupos de poder y los subordinados. Sin embargo, el poder de la emergente industria también legitimó y reprodujo las relaciones interseccionales que definieron los parámetros de exclusión e inclusión identitaria, en cuanto a la construcción de las nuevas representaciones ideotecnológicas de género en el contexto nacional. Los discursos impresos en las revistas de fanáticos, ilustraban, al igual que el cine, quiénes podían personificar a la mujer moderna estadounidense.

La intertextualidad, entonces, fue una herramienta que unió al cine y a la prensa para afianzarles como máquinas de publicidad y como vehículos de ideas. Dentro de este binomio, la estrella fue cuidadosamente esbozada para responder a los intereses económicos de la industria cinematográfica y de la cultura de masas. En ese sentido, las *flappers* de Hollywood, estaban dentro de los márgenes de los discursos políticos, comerciales y culturales que conciliaban la tradición y la modernidad. No obstante, en términos subjetivos, representaron una mayor libertad para las mujeres, al proyectar los modernos actos performativos y la nueva constitución del género femenino.

2.1. LA CONSTRUCCIÓN DE HOLLYWOOD Y DEL STAR SYSTEM

Durante la segunda década del pasado siglo, las actrices del cine silente hollywoodense fueron mundialmente conocidas por representar –en el cine y en la prensa– a la mujer moderna, también conocida como *flapper*. En este sentido, identificar en qué contextos específicos se creó, se promovió y se reprodujo esta nueva constitución y performatividad de lo femenino, es la cuestión que compete a este capítulo.

A lo largo de esta investigación, será analizado el material hemerográfico de la *Motion Picture Magazine*, correspondiente a la década de Los Felices Años Veinte¹⁰. De esta

¹⁰Se revisaron los números correspondientes a enero de 1920, febrero-julio de 1920, agosto-diciembre de 1920; enero de 1921, febrero-julio de 1921, agosto-diciembre de 1921; junio de 1922, febrero-julio de 1922, agosto-diciembre de 1922; enero de 1923, febrero-julio de 1923, agosto-diciembre de 1923; enero de 1924, febrero-

fuentes, serán extraídos los discursos en torno a las nuevas representaciones de género, plasmados implícita y explícitamente en sus páginas. Esto permitirá comprender cómo las estrellas, que personificaban al modelo de mujer moderna, eran empleadas como un móvil de significación y dispositivo, que reflejaba los valores culturales y las tecnologías del género que los grupos hegemónicos dibujaban en ellas.

Así pues, es preciso señalar que la incorporación de Hollywood en la industria cinematográfica, devino de un conflicto, tras su monopolización. Durante los primeros años de la década de 1900, la producción de filmes en los Estados Unidos, estuvo principalmente a cargo de Thomas Alba Edison, cuyos kinetógrafo y kinescopio –convertidos después en el vitascopio– llevaron múltiples filmes a los ojos de un gran número de espectadores (Padilla Castillo 2008, 29). Cuando el séptimo arte comenzó a tomar fuerza; muchos eran los creadores de largometrajes y, por ende, los problemas en torno a los derechos se agudizaron entre las empresas.

Pese a que Edison trató de hacer a un lado a sus contrincantes de la *Mutoscope* y de la *Biograph Company*, estos rivales fueron difíciles de vencer y comenzaron con una campaña de desprestigio (Padilla Castillo 2008, 30). Según Sánchez Noriega, las disputas culminaron con la integración de la *MPPP* (*Motion Patents Company o Motion Picture Patents Trust*), en 1908, por parte de Edison, Kalem, Kleine, Lubin, Seligh, la *Biograph*, la *Vitagraph*, la *East Kodak*, Pathé, Frères y Méliès (Padilla Castillo 2008, 30). Estos, concentraban su actividad cinematográfica en la costa este de los Estados Unidos –concretamente en Nueva York–, que albergaba los mayores avances tecnológicos en aquel momento.

Padilla Castillo retoma a Sánchez Noriega, quien propone la existencia de un mercado libre a partir de la creación de la *MPPP*, conocida como el *Trust*. Este monopolio se encargó, de 1909 a 1915, de la fabricación de películas vírgenes, de cámaras y de aparatos proyectores;

julio de 1924, agosto-diciembre de 1924; enero de 1925, febrero-julio de 1925, algunos archivos sueltos del resto de 1925 (de la segunda mitad del año no hay archivos organizados); enero de 1925, febrero a julio de 1925, otros cuantos algunos archivos de la segunda mitad de dicho año; febrero-julio de 1926 y agosto-diciembre de 1926; enero de 1927, febrero-julio de 1927; agosto a diciembre de 1928; enero de 1929 y febrero-julio de 1929. Todos los materiales están en su idioma original, por lo que la labor de traducción para su posterior interpretación, también fue mía.

de la distribución y exhibición de filmes. El *Trust* cobraba por el uso de sus patentes, mismas que eran otorgadas bajo licencias seleccionadas para, de este modo, eliminar a la competencia (Padilla Castillo 2008, 30)¹¹.

La producción, la distribución y la exhibición de material estaban en manos de Edison, quien imponía precios y restricciones en la circulación de filmes a toda empresa independiente que intentaba adentrarse en el mundo del cine. De este modo, aquellos que no siguieran las especificaciones del *Trust*, incurrían en prácticas ilegales (Domínguez López 2005, 14). Por tal motivo, los pequeños independientes y se alejaron de los lineamientos y de los dominios de Edison para continuar con sus proyectos, poniendo en tela de juicio el alcance de su monopolio.

Desde 1910, una parte de los cinematógrafos se alió para hacerle frente y formó la *Motion Picture Distribution and Sales Company* (conocida como *The Sales Company*). La vida de esta corporación fue corta, y dio paso a la conformación de la *Universal* y de la *Mutual Film*, como empresas distintas. En palabras de Gloria Domínguez López:

Este monopolio no impidió la aparición de algunos productores independientes del *Trust*, como Carl Laemmle (...) futuro presidente de la *Universal*; William Fox, que posteriormente fundaría la *Fox Film Company* en 1915 o Adolph Zukor con su *Famous Players-Lasky* (1912), que comenzaron a producir y a distribuir películas fuera de la ley y se unieron para iniciar batallas legales contra el *Trust*, que violaba la ley Sherman antimonopolio (Domínguez López 2005, 14).

Por otro lado, algunos de los creadores de la costa este, también decidieron mudar sus estudios a Los Ángeles, donde el clima y las características geográficas, favorecían para que las inversiones fueran menores (Silver 2007, 71).

la génesis de Hollywood cabe buscarla en el fracaso de la *Motion Picture Patents Company* a la hora de monopolizar la industria cinematográfica (...). Como ha ocurrido con tantos monopolios anteriores o posteriores, los

¹¹ Se eliminó igualmente a los rivales extranjeros, a excepción de las películas de Pathé y Mèliés

competidores hábilmente (lograron) escapar de su dominio. En tan solo seis años (1909-1914), productores independientes como Carl Laemmle, Marcus Loew y William Fox, se opusieron al *Trust* y contribuyeron a crear Hollywood (Gomery *et al* 1998 en Padilla Castillo 2008, 31).

De este modo, acorde a lo planteado por Sánchez Noriega, fueron Zukor, Laemme y William Fox, los tres independientes que, tras su traslado a Los Ángeles, dieron forma a Hollywood. Padilla Castillo acude a Gubern y agrega que, en medio de los disturbios legales en contra de las imposiciones de Edison y sus compañeros, muchos de sus contrarios que no se mudaron a Hollywood, tuvieron que huir a Cuba o a México (Padilla Castillo 2008, 34).

Retomando a los pioneros del traslado al suroeste norteamericano, aunque algunos autores no reconocen a un personaje en específico, como el primero en establecerse en Hollywood, Gubern propone al coronel Sely como el auténtico viajero que encontró su lugar en California (Padilla Castillo 2008, 36), tras huir de los detectives neoyorkinos contratados por el *Trust*. Por su parte, Sadoul (2004) presenta a D. W. Griffith como uno de los primeros en asentarse –inicialmente de manera temporal, luego permanentemente– en los suburbios de Los Ángeles en 1910; acabando así con el binomio cinematográfico que se limitaba a Nueva York y Chicago, como los espacios de producción.

Por su parte, Gloria Domínguez López (2005) asevera que, pese a que Griffith fue uno de los pioneros en grabar con la *Biograph* en *Old California*, el primer estudio se había establecido ya por la *Nestor Film Company*, fundada por David Horsley, en la *Blondeau Tavern* del bulevar *Sunset*. Respecto al entonces nuevo lugar creativo, Padilla Castillo menciona que este fue poblándose de personajes que formaban parte del ámbito cinematográfico, a la par de que las tierras se les fueron arrancando a los indios *cahuega* y *cherokee*. Padilla Castillo (2008) también comenta que, según Gubern, Hollywood – literalmente bosque de acebo– fue llamado así por la esposa de un granjero de Michigan quien, junto a su pareja, habitó el lugar años antes. Previamente, el territorio era conocido como *Hollywooland*, hasta que “un huracán se llevara las últimas cuatro letras” (Padilla Castillo 2008, 36), dando origen al nombre que todos reconocen desde la primera década del pasado siglo.

El emergente oligopolio que Hollywood representaba, se convirtió en el lugar predilecto para los interesados en el cine (productores, directores y actores) y se expandió de tal modo que, el poder del monopolio que le precedió, se extinguió mientras que sus proyectos comenzaron a tener un impacto internacional. De este modo, los independientes, ya asentados en California, vieron desaparecer a la *Motion Picture Patents Trust*.

Se postula que para 1915, más de la mitad de los productores independientes se habían trasladado a Los Ángeles. El ascenso del nuevo espacio creativo se debió, en gran medida, a la pérdida de patentes y de los mercados internacionales que debilitó al *Trust*, hasta que este se disolvió en 1916, tras su derrota frente a sus adversarios. Respecto al panorama europeo, la Primera Guerra Mundial había desestabilizado su industria cinematográfica (Domínguez López 2005, 15), puesto que el conflicto demandaba mayor atención e inversión económica a otras industrias y otras situaciones, favoreciendo así, el alcance de las producciones hollywoodenses.

Los independientes se abrieron paso en el ámbito cinematográfico de modo que su organización fue configurándose, tras múltiples fusiones y transformaciones, en un sistema de estudios que se redujo a 5 compañías de producción, distribución y exhibición. Estas eran conocidas como *The Big Five: Paramount Pictures, Metro Goldwyn Mayer, 20th Century Fox, Warner Bros y RKO*; y a otros 3 estudios más pequeños, entonces llamados “*The Little Three*” (*United Artists, Universal Studios y Columbia Pictures*). En el primer y más grande grupo, surgió el sistema de estudios previamente mencionado, mismo que se regía por la integración vertical, los géneros y el sistema de estrellato (Domínguez López 2005, 15, 17).

Silver señala que de acuerdo con Sperling y Miller, en la segunda década del pasado siglo, el dominio de Hollywood se sustentó primero en “*The Big Three*” (*Universal, Paramount y Metro-Goldwyn-Mayer*). Después, cita a Gomery y explica que, durante la transición al cine sonoro, este oligopolio fue representado por ocho “*Majors*” o *The Big Five*” (*Paramount, M.G.M, 20th Century-Fox, Warner Brothers and R.K.O*) y los “*Little Three*” (*Universal, United Artists and Columbia Pictures*) (Silver 2007, 28).

La importancia del sistema de estudios de Hollywood, residió en el extremo control que este ejercía sobre la industria cinematográfica: se encargaba de vigilar desde la

elaboración del guion, hasta las exhibiciones de las películas en las salas, que pertenecían también a las compañías que producían el contenido. Cabe puntualizar que las *Majors*, provenían de empresas que pertenecían a los antiguos exhibidores que le habían ganado la batalla legal al *Trust* (Domínguez López 2005, 17).

No obstante, la detallada atención prestada al proceso fílmico no fue lo único que fortaleció al nuevo espacio creativo. El modelo de trabajo industrial fue también introducido a los estudios; así pues, la especialización y la división de las actividades eran muy parecidas o incluso iguales, en las *Majors*. Sus equipos se conformaban por realizadores, guionistas, técnicos e intérpretes, que estaban bajo la responsabilidad de un productor ejecutivo (Domínguez López 2005, 17). Estas avanzadas formas de organización, aunadas a los contextos nacionales e internacionales, fueron los principales motores para las compañías asentadas en California.

En este escenario, Hollywood comenzó a tomar la delantera en de Los Felices Años Veinte no solo artística, sino también industrialmente. Una mejor estructura narrativa, al igual que los novedosos efectos especiales, trajeron como resultado filmes mucho más atractivos para el público. No obstante, pese a la importancia de lo anterior, el gran acierto de Hollywood, fue la creación del sistema de estrellato.

Aunque el liderazgo no fue alcanzado plenamente en términos de innovación tecnológica, ello no significó un problema; pues, para mantener el dominio por encima de la competencia, los avances eran traídos de Europa. Consecuentemente, una vez detectado el potencial económico del oligopolio estadounidense, el Estado contribuyó a mantener su éxito. Para fortuna de los estadounidenses, la Primera Guerra Mundial había previamente desestabilizado las industrias del viejo continente, dándoles la delantera a nivel internacional. Gran Bretaña, Italia y Francia habían perdido el control de los mercados de manera significativa, debido a los conflictos bélicos en los que estaban involucrados. La apertura europea respecto a las producciones cinematográficas, fue más una consecuencia, que una decisión premeditada (Pearsons 1997); pero el mercado norteamericano estaba ya preparado para esta nueva demanda.

Los espacios de proyección fueron evolucionando, puesto que la cantidad de películas producidas, iba en aumento, al igual que la asistencia al cine, por parte del público clase mediero¹². Cabe destacar que, en este contexto, los países europeos no podían producir tantas películas como Hollywood, pues la Primera Guerra Mundial, imposibilitaba el funcionamiento de sus mercados internos, dando paso a un incremento en las importaciones fílmicas (Silver 2007, 71) provenientes de Norteamérica.

Pearsons (1997) detalla que Londres y París, que habían sido los principales espacios de cine hacia 1914, fueron sustituidos primero, por Nueva York; y después, por Hollywood. El triunfo de las producciones americanas significó la supremacía del Nuevo Mundo sobre el Viejo, trayendo consigo nuevos cánones de la moderna cultura de masas en Los Estados Unidos y en otros países que, aunque no sabían claramente cómo recibirla, estaban dispuestos a hacerlo.

El aumento en las importaciones estadounidenses no significó un problema, pues desde sus inicios, el cine fue planeado como un negocio internacional. Sus filmes eran editados en diferentes versiones para así, ser acogidos por el público, sin importar su nacionalidad. Las películas eran grabadas con dos cámaras simultáneamente, produciendo así, dos negativos a los que posteriormente, se les agregaban los subtítulos (Cherchi 1997, 28). De este modo, gracias a la puntual planificación de los rodajes y al conocimiento del público receptor, el éxito era casi seguro.

¹² La clase media tenía acceso al cine desde la aparición del “(...) *nickelodeon* (que) era realmente un teatro pequeño, incómodo e improvisado, normalmente un salón de baile, un restaurante, o una tienda de empeños o de tabaco reconvertidos, maquillado para que tuviese el aspecto de un emporio de vaudeville. En su exterior, enormes posters chillones pegados a las ventanas del teatro anunciaban la cartelera diaria. Por diez centavos – los *nickelodeon* casi nunca costaban cinco centavos (un nickel)– el aficionado al cine pasaba a su interior y presenciaba una miscelánea que incluía películas de aventuras, comedias o películas fantásticas que duraban alrededor de una hora. Las películas eran el plato fuerte, pero algunos gerentes emprendedores siguieron la fórmula creada por William Fox y Marcus Loew en 1906, y hacían su programación más atractiva con canciones en las que se invitaba al público a participar, actuaciones baratas de vaudeville y discursos ejemplificantes”. Véase Merritt, Russell. «Los teatros *nickelodeon* 1905-1914.» *Revista electrónica de estudios filológicos*, 2011, s/e.

Las modificaciones alteraban, en algunas ocasiones, incluso el desenlace de las historias para satisfacer los distintos gustos de las audiencias internacionales: las diferencias culturales eran analizadas y solucionadas. En los Estados Unidos, concretamente, los finales felices eran los favoritos. Sin embargo, no solo las preferencias daban pie a las modificaciones, también las censuras locales y nacionales, influían en estas. No obstante, a pesar de las variaciones especialmente marcadas en la época que les precedió, los filmes hollywoodenses producidos en Los Felices Años Veinte, se ajustaban a la narrativa “clásica” del cine mundial (Pearsons 1997).

Durante sus primeros años, los filmes eran presentados por un encargado, quien comentaba y explicaba las imágenes conforme estas aparecían en la pantalla. A la par, la música fue parte del espectáculo; en los locales austeros, las películas se exhibían con un acompañamiento de piano o una pequeña banda. Contrariamente, en los establecimientos más lujosos, las ocasiones especiales podían tener como invitados a cantantes de ópera, orquestas o coros (Cherchi 1997, 25,47”).

Entre 1903 y 1904,

Not only could exhibitors manipulate the visual aspects of their programmes, they also added sound of various kinds, for, contrary to popular opinion, the silent cinema was never silent. At the very least, music, from the full orchestra to solo piano, accompanied all films shown in the vaudeville houses. Travelling exhibitors lectured over the films and lantern slides they projected, the spoken word capable of imposing a very different meaning on the image from the one that the producer may have intended. Many exhibitors even added sound effects –horses' hooves, revolver shots, and so forth– and spoken dialogue delivered by actors standing behind the screen (Pearsons 1997).

Se puntualiza que fue entre 1907 y 1913, cuando la organización del cine se complejizó. La producción, distribución y exhibición de películas se llevaban a cabo en áreas separadas, y/o por empresas distintas, de acuerdo al ya establecido oligopolio que logró controlar toda la industria. La creación de espacios de exhibición permanente, benefició y dio pie a que los productores invirtieran en cortos y estandarizados filmes para satisfacer la

demanda que se incrementaba considerablemente, en gran medida, tras la implementación del mencionado *star system*. Este dispositivo y tecnología del género fue empleado para proyectar representaciones de la mujer moderna a la clase trabajadora. Las estrellas “provided an effective means of differentiating feature films, making each individual title an unmissable attraction” (Pearsons 1997).

La peculiaridad que envuelve al periodo en cuestión, no solo se relaciona con la naciente y avasalladora cultura de masas y el consumismo, que comenzaba a tomar fuerza en la sociedad estadounidense de Los Felices Años Veinte, sino que también coincide con un momento crucial en términos económicos, culturales y políticos, que favoreció a la aparición y masificación del modelo de mujer moderna, también conocida como *flapper*.

Cabe destacar que no fue solo el sistema de estrellato el único dispositivo ideotecnológico de Hollywood, pues la integración de una narrativa a su cine, coincidió con su avance hacia la cultura *mainstream*, que le permitió consolidarse como el primer medio de comunicación masivo (Pearsons 1997). De este modo, una vez establecidos su alcance y sus estrategias, el cine, a partir de sus producciones fílmicas y de su prensa, influyó en la producción y reproducción de representaciones de género, personificadas por las estrellas.

Desde ese momento, el cine fue un asunto de nombres propios y los actores se posicionaron por encima del realizador. Esta empresa comercial era un método de proyección que conforme avanzaba, limitaba las posibilidades del director para dar el control a quienes manejaban económicamente los rodajes (Patán 1994, 13). La industria de Hollywood desarrolló múltiples estrategias para proteger sus productos y sus intenciones comerciales en los mercados nacionales e internacionales, puesto que, “además de resultar obras de imaginación artística, las películas siempre fueron productos de tipo comercial, gracias a lo cual, su objetivo final es el beneficio capitalista y no el amor al arte” (Nigra 2015, 2).

Por ello, fue necesario el apoyo del gobierno y la creación de una asociación comercial. Se fundó entonces, en 1922, la *Motion Picture Producers and Distributors of America (MPPDA)*; al frente de la misma se encontró Will H. Hays (De la Maya Retamar 2013, 329). Nigra coincide con Collins en que la creación cinematográfica se encontró frente a presiones legales gubernamentales y corporativas (Nigra 2015, 2). Por ende, esta institución

fue la encargada de controlar las producciones para que fueran bien recibidas en todo aquel lugar al que fuesen enviadas.

De este modo, el autocontrol de los filmes dio forma al Código de Producción que la *Motion Picture Producers and Distributors of America*, estableció en 1930. Previamente, tal cual se mencionó, el cine silente ofrecía la posibilidad de modificar las cintas en función de las diferencias culturales sin mayor problema. No obstante, la sonoridad acabó con esta posibilidad (De la Maya Retamar 2013, 330, 337), pues los cambios no siempre eran coherentes o viables.

En este sentido, Rafael Moreno Díaz y María del Mar Martínez Castro (2015) citan a Ambrós y Breu para afirmar que el séptimo arte es un medio que transmite información respecto a variadas temáticas. También sostienen que dirige a múltiples espectadores, a quienes les ofrece la posibilidad de adentrarse en otras realidades, de entrar en un espacio de deseos y de experiencias. De este modo, precisamente en la década de Los Felices Años Veinte, la difusión de la cultura americana, fue uno de los objetivos de la industria cinematográfica.

En este escenario, el cine y la prensa fueron dispositivos y tecnologías que proyectaban representaciones, pero también máquinas publicitarias que difundían y definían todo aquello que promovían y que formaba parte de la cultura de masas y del discurso hegemónico. Además, se encargaron de dar a conocer los nuevos ideales y valores que la modernidad había traído consigo. Zhang acude a Alan Warde para expresar que el consumo cultural de Hollywood durante Los Felices Años Veinte, desde una perspectiva post-colonial contribuye a comprender su poder cultural internacional e histórico (Zhang 2009, 5).

Esta investigación retomará a las *fan magazines* como dispositivos promotores del nuevo modelo femenino que las actrices identificadas como *flappers*, representaron. Para esclarecer la propuesta, cabe citar a (Jackson Lears 1994 citado en Zhang 2009, 104), quien propone lo siguiente:

“advertisements have important cultural meanings. They not only reflect current cultural values, but also construct and reinforce them. Advertisements

have a stronger political or economic appeal than they appear, at first, to have.
(...)”

No obstante, el presente análisis no se limitará a este tipo de textos publicitarios. Para comprender la forma en la que se creó y se promovieron las modernas representaciones de género, será necesario ahondar en diferentes publicaciones de la *Motion Picture Magazine*, mediante un análisis crítico del discurso. Con ayuda de esta propuesta, podrá develarse el impacto y control que se ejerció sobre la sociedad, gracias a este dispositivo. Del mismo modo, saldrán a relucir las relaciones de poder que definieron y guiaron los intereses de los grupos hegemónicos.

En sintonía con lo anterior, la presente investigación considera al cine como un medio científico y educativo que, desde sus inicios, se integró a los pre-existentes valores de la “cultura popular” y de la “cultura refinada”. Así pues, la *Motion Picture Magazine*, también será el puente a partir del cual, se reconstruirá el contexto histórico y las ideas en torno a la modernidad, que dieron paso a la construcción y a la promoción de las *flappers*, como representaciones ideotecnológicas de género.

Luzón Marco (1997) sigue a los teóricos del Análisis Crítico del Discurso, y sostiene que los objetos –y sujetos– de conocimiento, deben ser analizados como textos. Para entender lo anterior, cita a Bajtín y Kristeva para afirmar que cada texto es resultado, producto y fundamento de otros más, apareciendo así, su condición intertextual que atiende a propósitos específicos, respecto a la transmisión de un mensaje. Posteriormente, sigue a Fairclough, quien retoma la propuesta francesa de la existencia de dos tipos de intertextualidad¹³: la manifiesta y la intertextualidad constitutiva –o interdiscursividad–.

El primer tipo, expone de manera explícita su fundamento específico en otros. Por su parte, la segunda, alude a convenciones o elementos de otros tipos de textos, sean géneros,

¹³ Los pre-textos pueden comentar, sustituir, resumir, contradecir, reacentuar (a modo de parodia o ironía) o responder al texto en cuestión; pueden ser usados para construir otro texto, para modificar los discursos o dar pie a otros. Citando a Plett, los textos constituyen su intertextualidad en función de la interacción entre identidad y diferencia (Luzón 1997, 137).

registros o estilos. De acuerdo con Luzón (1997), autores como Fairclough, conciben a la práctica discursiva como un proceso de interacción social que no solo incluye al texto en sí, sino también a la producción previa, de la que es producto. Por otro lado, a la interpretación, la sugieren como un recurso, en el que el texto es valorado. Desde esta perspectiva, la producción y la interpretación, conforman procesos sociales basados en los valores y concepciones, que comparte una comunidad y que se fundamentan en bagaje cultural de los productores e intérpretes del texto.

Luzón recupera la propuesta de Fowler respecto a que la intertextualidad de un texto –sea en este caso un artículo o un filme–, permite una adecuada recepción e interpretación del mensaje en el discurso, al relacionar los esquemas mentales como representaciones de conocimiento del mundo, del lenguaje y de sus usos. Posteriormente, la autora se apoya en Carrell, Cook y para sostener que los diferentes tipos de esquemas mentales son activados para interpretar un texto, pues se retoma a la experiencia para entenderlo, aseveran (Luzón 1997, 137). (Fairclough 1989 en Luzón 1997, 137) sostiene que:

ello implica dos tipos de operaciones: establecer relaciones entre las partes de un texto; y, establecer una conexión entre el texto y la propia experiencia del mundo, incluyendo la experiencia de textos previos, lo que conlleva determinar qué concepción del mundo presupone el texto. Así pues, para hallar coherencia en un texto el receptor debe establecer una conexión entre el texto y los esquemas que hay en su mente.

Una vez aclarada la importancia de la intertextualidad para interpretar textual y culturalmente los discursos sobre las estrellas *flappers* del cine mudo en la *Motion Picture Magazine*, se mostrará la manera en la que, apoyada en las posibilidades de la modernidad, construyó y promovió nuevas representaciones de género, que respondían a la urgencia de masificar un modelo de ciudadana, acorde a los principios, valores e intereses de los grupos de poder, en los Estados Unidos.

2.2 EL CINE HOLLYWOODENSE Y SU STAR SYSTEM EN LAS FAN MAGAZINES

La industria cinematográfica en Hollywood se configuró como una de las más exitosas a nivel mundial gracias a la exhaustiva forma de organización, relacionada con la aparición del sistema de estudios y con el establecimiento de las *Majors*. Sin embargo, cabe recalcar que fue el sistema de estrellato lo que dio paso a la total y completa recepción, por parte de los espectadores y fanáticos, de la entonces nueva cultura de masas; misma que era proyectada por la industria de manera gráfica, en sus filmes; y textual, en sus *fan magazines*.

Catalogada como *pulp fiction* por algunos estudiosos, la *fan magazine* se convirtió en uno de los dispositivos de producción ideotecnológica más influyentes en términos de género. Pese a que su auge tuvo lugar entre 1920 y 1950, en el mismo escenario que la masificación del sistema de estrellato y del *star system*, su origen se remonta, concretamente, a la década anterior. En este sentido, Slide (2010) rechaza que material hemerográfico como *Films in Review*, *Film Fan Monthly*, *Screen Facts* y otras revistas semejantes, publicadas después de los años cincuenta, puedan ser consideradas de fanáticos.

Del mismo modo, insiste en que

a fan magazine was fundamentally a film –and entertainment– related periodical aimed at a general fan, an average member of the moviegoing public who more often than not was female. (Throughout I refer to “the fan magazine” in the singular, because it was very much a magazine genre in its own right) (Slide 2010).

El mismo autor reafirma: en la actualidad, podría pensarse que el público predilecto para este tipo de publicaciones, eran los cinéfilos. No obstante, no era el caso. La audiencia principal no era producto de una exhaustiva selección. Esta aseveración cobra sentido al remontarse a los sus antecedentes, ubicados entre 1880 y 1890, en las *popular general magazines*¹⁴. Estas publicaciones periódicas promovían la cultura de consumo y daban a

¹⁴ Such as “Munsey’s (founded in 1886 by Frank Munsey), McClure’s (founded in 1893 by S. S. McClure), and Cosmopolitan (founded in 1886 and taken over by William Randolph Hearst in 1905), followed in the early years of the twentieth century by the Saturday Evening Post and Ladies’ Home Journal.” (Slide 2010, 10)

conocer cuestiones sociales, cabe destacar que sus lectores no eran únicamente intelectuales adinerados (Slide 2010).

En este sentido,

A number of trade publications were extant several years prior to publication of the first fan magazine. Views and Film Index (later The Film Index) was the earliest such trade periodical, first published on April 25, 1906. The Moving Picture World began publication on March 9, 1907, and its closest rival, Motion Picture News, was first published under the title of Moving Picture News in May 1908.

None of these publications, of course, was promoted for public consumption. Intended to be read only by exhibitors, house organs from several producers predate fan magazines (Slide 2010).

La amplia aceptación de dichas revistas y los beneficios que en términos financieros trajeron, justificaron la creación de una nueva publicación que, basándose en el estilo de las previamente mencionadas, se enfocaría en la industria del cine. No obstante, a mediados de la década de 1910, apareció una *semi-fan magazine*: *The Moving Picture Weekly*, empero, su duración fue corta. De este modo, no fue sino hasta febrero de 1911, que la primera revista de fanáticos salió a la luz: *The Motion Picture Story Magazine*, misma en la que, en su número correspondiente a mayo del mismo año, “suggested that a new term for a motion picture enthusiast might be «Picture Fan»”. De acuerdo con Slide (2010) fueron J. Stuart Blackton y Eugene V. Brewste, los fundadores de esta trascendental publicación.

Posteriormente, en el número de marzo de 1914, la revista pasó de llamarse *The Motion Picture Story Magazine*, a titularse *Motion Picture Magazine*. Resulta crucial especificar este cambio, pues los ejemplares analizados, se encuentran bajo este último nombre. Ahora bien, con respecto a su contenido, los archivos consultados se caracterizan por colocar a una actriz –o a veces un actor– en la portada, en la que podía observarse sus rasgos físicos. Es decir, quienes aparecían en la portada eran estrellas blancas y jóvenes. Tanto la portada como los anuncios destacados, era a color, a diferencia del resto de las

páginas. Esta publicación mensual no solo promocionaba las películas próximas a estrenarse, sino también a sus protagonistas, de quienes publicaban historias de vida, entrevistas y fotografías.

Los anuncios publicitarios eran mayoritariamente dirigidos a un público femenino, pero también pueden apreciarse algunos encaminados a los hombres, como potenciales compradores. Las estrellas, como dispositivos, contaban sus experiencias con los productos anunciados, e invitaban a los lectores, a consumirlos. Maquillaje, productos para la piel y para el cabello, estaban siempre presentes en los ejemplares y prometían siempre acercar a las mujeres a la representación que ellos legitimaban.

Algunas de las columnas que se aprecian en los ejemplares de la década son “Letters to the editor” y “The Answer man” –que estaba escrita por una mujer–, al igual que alusiones a revistas hermanas y anuncios con respecto al mundo del cine. Sin embargo, lo analizado en esta tesis, son aquellos discursos representativos de la revista que reproducen una narrativa dominante, más que columnas específicas.

The magazines functioned often as the voice of the studios’ public relations people but they were not published by the studios’ PR departments. They were their readers’ voice from Hollywood and educated their own staff of writers (such as Dorothy Manners, Gladys Hall, Adele Rogers St. John, Ruth Waterbury, Elizabeth Wilson); likewise, the queen of Hollywood gossip, Louella O. Parsons, contributed from time to time. At the same time they were women’s magazines, directly addressing themselves to female readers with first and foremost fashion material, and in that respect they reflected and constructed culture’s ideas of femininity at the same time (Jerslev 1996, 1).

Para Jerslev (1996), las revistas de fanáticos contenían y construían una fascinación extratextual en términos cinematográficos. Es decir, por un lado, fueron pieza clave para la proyección de las estrellas y de sus vidas privadas; por otro, ilustraron los parámetros de moda femenina. Así pues, se convirtieron en un puente que conectaba a las estrellas con las lectoras, quienes consecuentemente, reproducían tanto apariencias, como actos

performativos. En Los Felices Años Veinte, la industria del cine tenía muy claro tanto su alcance, como su poder sobre el público estadounidense.

Partiendo del reconocimiento de su poder persuasivo, las *fan magazines* fueron estratégicas cuando de lanzamientos se trataba, el fenómeno del *fandom* era alimentado, dando una fuerza nunca antes vista al sistema de estudios. Jerslev se remite a Klinger, que propone que estas publicaciones construían y señalaban digresiones intertextuales planeadas como una forma de recepción. Cada uno de los segmentos presentados en las páginas cobraba sentido mediante los textos que se habían publicado o se publicarían en números posteriores.

Regarded as source material in a film historical reception study fan magazines contain – and make visible – an important part of female audiences’ prior knowledge and interest that structured and made different forms of digressions in relation to narrative progression possible (Jerslev 1996, 2).

Gaylyn Studlar señala que las *fan magazines* permiten ubicar las diversas construcciones de feminidad y sus luchas. Basándose en la evidencia de artículos de los años veinte, este autor pone de manifiesto la forma en la que a la *new woman* se le insertaba en un mundo moderno, en el que se encontraba, aparentemente, sexual y socialmente liberada¹⁵. No obstante, la libertad tenía límites claros, pues no podía ser totalmente contraria al discurso encarnado por “la mujer de casa”, pues no es posible hablar de una autonomía absoluta.

Respecto al tema de la biopolítica, el poder de la industria cinematográfica como tecnología y dispositivo fue clave en la construcción de las representaciones de la mujer moderna estadounidense. En este sentido,

la creación histórica de un coto exclusivo de (feminidad) y un sistema de significación donde se definen los valores y las características del mundo (moderno) sexuado, (e) inclusive la producción material de los cuerpos mediante

¹⁵ Los artículos de *las fan magazines* no proyectaban “el glamour como la belleza escenificada de la cámara, sino como un resplandor interno y externo que es un posible atributo para todas las mujeres”(Jerslev 1996).

prácticas disciplinarias que realzan y exacerbaban rasgos distintivos, cuya principal función es representar el género en el seno de la vida social (Moreno 2011, 41).

Ahora bien, esclarecido lo anterior, el presente apartado muestra la manera en la que las estrellas fueron construidas y presentadas al público; y posteriormente, analizará la forma en la que la sociedad americana de Los Felices Años Veinte representó su modelo de mujer moderna a través de las estrellas de cine. Al retomar las publicaciones de la *Motion Picture Magazine*, pueden reconocerse las relaciones de poder y dominio¹⁶ de Hollywood sobre las masas, que consumían sus filmes y revistas. resumen los principios básicos del análisis del discurso de la siguiente manera (Fairclough y Wodak 1994 citado en van Dijk 1999):

- “1. El ACD trata de problemas sociales.
2. Las relaciones de poder son discursivas.
3. El discurso lo constituye la sociedad y la cultura.
4. El discurso hace un trabajo ideológico.
5. El discurso es histórico.
6. El enlace entre el texto y la sociedad es mediato.
7. El análisis del discurso es interpretativo y explicativo.
8. El discurso es una forma de acción social.”

Para lograr el cometido de analizar el discurso desde una perspectiva crítica, se presta especial atención a los conceptos que dieron forma al modelo de mujer moderna estadounidense desde el cine en Los Felices Años Veinte. Aunado a lo anterior, se complejizará el sistema de estrellato e interpretarlo como dispositivo y tecnología de género, cuyas representaciones eran mecanismos de inclusión y exclusión de sujetos, a partir de las etiquetas que definían su identificación o diferenciación del discurso dominante.

¹⁶ Véase Dijk, Teun A. van. “El análisis crítico del discurso”. *Anthropos*, 1999: 23-36.

En el contexto de la construcción de la nación estadounidense, era prudente dar a conocer a los ciudadanos ideales, con valores definidos y con rasgos fenotípicos específicos. Así pues, tal cual se mencionó, uno de los medios empleados para difundir el nuevo modelo, fue el cine. Las estrellas proyectaron nuevos actos performativos y la moderna constitución del género que, al desentrañarse, muestran el concepto que la sociedad que las acogió, quiso dar a conocer de sí misma. Del mismo modo, partir del análisis del discurso, se visibilizará la construcción de la mujer moderna o *flapper*, para desentrañar los valores estéticos y morales que se proyectaron mediante las estrellas de cine durante Los Felices Años Veinte en Hollywood.

No obstante, pese a que el *star system* no fue únicamente resultado de una estrategia empresarial, orientada a atraer un mayor número de espectadores; cabe destacar que –una vez detectado su potencial– sí fue usado como un dispositivo. En este sentido, respondía entonces a la urgencia de proyectar a gran escala, el modelo de mujer moderna estadounidense, que formaba parte de una red discursiva más amplia.

Tal cual será mostrado, algunos autores proponen que el sistema de estrellato surgió de manera más o menos accidental. Desde esta perspectiva, se asocia su origen con los avances tecnológicos, el empleo de nuevos recursos narrativos y del primer plano; que permitieron a la audiencia, apreciar la trama de los filmes, e identificar a los actores que daban vida a los personajes. Sin embargo, no existe un consenso respecto a que fue el público quien aclamaba conocer a las personalidades de la pantalla. Otra propuesta, en cambio, afirma que los estudios buscaron una mayor rentabilidad con sus actores e hicieron uso de innovadoras técnicas, tal es el caso del *close-up* (Domínguez López 2005, 5, 8).

En sintonía con lo anterior, el primer plano permitió resaltar los rostros por la cercanía con la que se presentaba a los actores en la pantalla. Antes de la aparición del primer plano como recurso narrativo, las tomas eran más generales –en un plano fijo– y, por consecuencia, la atención estaba centrada únicamente en la trama. Tan pronto la cámara enfocó a los actores, la curiosidad del público comenzó a crecer, pues querían saber quiénes eran los protagonistas. Este nuevo encuadre, se empleó para acercar a los actores con los espectadores y su popularidad comenzó después de la Primera Guerra Mundial, aunque había sido previamente

experimentado por cineastas como George Albert Smith, James William y D. W. Griffith; este último desde 1903 (Domínguez López 2005, 7-8).

Domínguez López (2005) cita a deCordova para indicar que, en relación con lo previamente dicho, no se puede aseverar que el sistema de estrellato surgió de manera individual o en una sola firma, expresa deCordova, pues hay una complejidad contextual que impide reconstruir aquel dato histórico. Empero, hacia 1915, *las Majors* apostaron por sus estrellas, reconfigurando la industria cinematográfica estadounidense. Una vez detectado el potencial del proyecto, nuevas normas, nuevos objetivos y nuevas estrategias fueron establecidos para sacar el mayor provecho económico.

Consecuentemente, el público comenzó a familiarizarse con los artistas, quienes eran individualizados para que su personalidad fuera reconocida. En este sentido, (Edgar Morin citado en Domínguez López 2005), afirma que “nada en la naturaleza técnica y estética del cine reclama de inmediato a la estrella (...) [esta] es típicamente cinematográfica, pero no tiene nada específicamente cinematográfico”. Es decir, sostiene que, como representación, fue producto de la técnica, y que no era –ni es– inherente al cine.

Así pues, fue alrededor de 1910 cuando las audiencias comenzaron a reconocer a sus actores y actrices favoritos. El director Laemmle identificó aquella tendencia, y apostó, exitosamente, a promover la imagen de Florence Lawrence, cuando todavía se luchaba en contra del *Trust* (Butler Jeremy 1990, 52). Siguiendo en esta perspectiva, el *star system* fue resultado del conflicto entre el mencionado monopolio y los independientes, al igual que lo fue la edificación de Hollywood.

En el artículo “The appearance and development of the star system in the American society and its subsequent image in the Romanian society”, se puntualiza que antes de 1911, los nombres de las estrellas no se daban a conocer al público, hasta que la *Motion Picture World Magazine* hizo mención de ellas. De este modo, el *star system* comenzó a establecerse, y se convirtió en el fundamento del éxito de las producciones cinematográficas hollywoodenses. Lidia (2012) menciona que acuerdo con Jean-Pierre Esquenazi, fue Carl Laemme quien ideó este exitoso proyecto en 1911; por su parte, comenta que Susan

Hayward, retoma el anonimato de los actores en las primeras producciones, argumentando que el *star system* fue implementado en 1919 (Lidia 2012, 56-57).

Jeremy Butler retoma a Richard deCordova y Janet Staiger, niegan a los independientes como los pioneros de la promoción de actores. Ellos consideran que este proyecto inició años atrás, a cargo de Edison y de la *MPPC*. Del mismo modo, argumentan que la aparición de revistas de fanáticos y la importación de artistas del teatro, fueron igual de importantes que la promoción que Laemmle, hizo a Lawrence. Para deCordova, Lawrence y la primera ola de actores identificables no fueron estrellas realmente, pero sí “*picture personalities*” puesto que no se sabía de ellos más allá de su rol de intérpretes de personajes en los filmes; contrario al caso de las estrellas, cuya vida fuera del medio artístico, era siempre conocida.

Las investigaciones de Richard deCordova (1991), asientan que, en los primeros años de la industria del cine, había una estricta regulación respecto a la información que se daba a conocer sobre los actores. En este sentido, tres fueron las fases que dieron paso a que el sistema de estrellato, emergiera como tal: el discurso durante la actuación, la “*picture personality*” y la estrella. La primera, que respecta al discurso, deCordova la relaciona directamente con la forma en la que la individualización se comercializó, respondiendo a la racionalizada masificación del sistema que producía y reproducía intereses socioculturales. Es decir, se identificó el potencial económico de la creación de una celebridad de “auténtica” personalidad, como móvil de la cultura de las masas, al igual que el efecto que esta tenía sobre la sociedad, llevando un no tan claro, pero presente mensaje en su imagen.

Por su parte, la “*picture personality*” fue el primer sitio de producción de la individualización de los actores. El ocultamiento-revelación de sus nombres, era parte de la estrategia mediante la cual, se daba a conocer información de manera limitada. Se sabe que en un primer momento, se buscaba mantener en privado la identidad de las personalidades de la pantalla, para que su reputación fuera guardada. Sin embargo, con la aparición de revistas para fanáticos, el interés por la vida privada de las estrellas, iba en incremento. Una vez reconocidos los famosos, resultaba imposible no relacionarlos con los filmes en los que aparecían (deCordova 1991, 24-25) y el deseo de imitarles, comenzó a generalizarse también.

DeCordova (1991) también afirma que el nombre asignado, fue también una forma de intertextualidad, mediante el reconocimiento e identificación actor-película. Dicha relación se reflejó en el cine, pero también en el discurso periodístico, limitando el conocimiento que se tenía sobre los actores, a sus participaciones en los filmes. Este autor considera que la “*picture personality*” era en sí, una evidencia de la restricción que coartaba el conocimiento del artista, a su experiencia en la pantalla; y a su discurso, durante la actuación.

En el caso de las estrellas, contrario al de las “*picture personalities*”, su vida profesional no estaba separada de la privada. El público conocía no solo las facetas artísticas de los famosos, también tenía acceso a “todo” lo que, a la vida de estos, refería. Los estudios comenzaron a tener un control mayor sobre sus actores y

las vidas privadas de las estrellas emergieron como un nuevo sitio de conocimiento y verdad. La vida privada de la estrella no estaba en contradicción con su imagen cinematográfica –al menos no en términos morales– (deCordova 1991, 27).

Padilla Castillo (2008) se remite a Sánchez Noriega quien adjudica a Adolph Zukor la configuración del sistema de estrellato, mediante su compañía *Famous Players in Famous Plays*, que apostó por el guion y las estrellas como sus cartas para el éxito. Otro de los precursores, fue el judío alemán Carl Laemmle; quien producía y distribuía películas. Tras fundar la *Independent Motion Picture*, contrató a personas comunes y corrientes, a quienes posteriormente, convirtió en las primeras estrellas del cine: Florence Lawrence y Mary Pickford. El mismo autor señala que, entrada ya la primera década del pasado siglo, la *Independent Motion Picture* dio paso a la *Universal*, con sus estudios en Hollywood, abiertos al público (Padilla Castillo 2008, 33-34).

Por otro lado, pese a que es importante hacer un pequeño recorrido histórico para contextualizar el mundo cinematográfico en el que las celebridades comenzaron a brillar, lo que resulta realmente indispensable en esta investigación, es analizar la forma en la que estas fueron entendidas como representaciones de género. Cabe destacar que, tan pronto como el

poder del cine fue aumentando, la extensión de su funcionamiento textual e ideológico dentro del discurso sobre la estrella se complejizó también.

La narrativa que emergió para la creación del nuevo sistema relacionado con los actores, fue respaldada en la misma forma en la que los artistas, (se) representaban en los filmes que actuaban (deCordova 1991, 27-28). Los discursos de las estrellas y sobre ellas, estaban pensados para fundamentarse entre sí. En este sentido, las celebridades se convertían en vehículos que transmitían las contrastantes ideas y los valores de la época; pero también respondían –aunque más discretamente–, a las intenciones de los grupos hegemónicos que estaban detrás de su construcción discursiva y performativa. Luzón-Aguado concuerda con Richard Dyer's, mismo que afirma que la estrella no solo era una persona fascinante que merecía admiración y celebración, era también un ícono de una era, un signo cultural descifrable a partir de la semiótica que mostraba las ideas en torno al género, la clase, la raza, la nacionalidad (Luzón-Aguado 2008, 4).

En la década de 1910, aparecieron los filmes de carácter popular bajo el sistema de producción de Hollywood, basándose en los largometrajes, en el *star system* y en el sistema de estudios, que favorecían a la eficacia requerida. Este último, inicialmente estaba a cargo de la *Famous Players-Lasky*, e incluía un jefe, un realizador y una secretaria del rodaje. Lasky y Zukor aprobaban los proyectos que serían desarrollados por un personal con funciones específicas (Padilla Castillo 2008, 38).

Desde la óptica de (Sánchez Noriega 2016 citado en Padilla Castillo 2008, 40),

(...) a partir de esa fecha, se extiende lo que se ha llamado el sistema de estudios. El estudio está encabezado por una jerarquía bifronte: la cúpula directiva que, desde Nueva York, define las líneas de producción, establece los presupuestos y organiza la exhibición y distribución; el equipo de películas de acuerdo con las directrices neoyorquinas. En este sistema, los directivos estudian un guion y aprueban la realización del filme, dejando la libertad al productor para desarrollar el proyecto ateniéndose al guion.

La empresa comercial que el cine estadounidense significaba, fue conquistando los mercados a partir de la implementación de técnicas que aumentaron el consumo. Sus inversiones se apoyaron en las grandes potencias de *Wall Street*, que permitían el financiamiento de los proyectos que se producían. Tal cual se mencionó, Hollywood comenzó a apostar por sus estrellas y por sus filmes, a través de los cuales, las nuevas ideas eran presentadas a sus espectadores.

El actor se convertía en personaje, alejándose de su esencia individual –pese a que, en las revistas de fanáticos, se afirmaba que su “verdadera personalidad” y los roles que interpretaba, estaban en sintonía– y acercándose a una suprarealidad, lejana a los espectadores –y, sin embargo, en múltiples momentos era imitado por estos–. No es de extrañar, entonces, que las estrellas construidas por Hollywood, poseían una personalidad que era atractiva y deseada por el público. Sus cualidades, se solían relacionar, en la medida de lo posible, con las propias; y sus maneras de socialización en la pantalla, se proyectaban en los protagonistas hombres y mujeres que derrochaban *glamour* (Padilla Castillo 2008, 47).

Souce cita a Belluscio, para definir al *star system* como proceso de creación, promoción y explotación del perfil de actores de Hollywood, se relacionó –y se mantuvo– gracias a la multiplicación de la imagen de los actores y actrices. El mostrar a los artistas como personas deseables, favorecía que los espectadores-consumidores del cine, reprodujeran su vestimenta, peinado y maquillaje, para lucir semejantes a sus ídolos (Souce 2010, 17).

El *star system* o sistema de las estrellas consistió en una práctica diseñada por los estudios de Hollywood para tener una plantilla fija de estrellas a su disposición y que consistía en un contrato a largo plazo y exclusivo, mediante el cual se hacían legalmente con el control de su trabajo y de su imagen, que construían y promocionaban hasta convertirlos en estrellas (Domínguez López 2005, 19).

Por su parte, (Dyer citado en Butler 1990, 50-51) propone a las estrellas como un fenómeno social, como imágenes y como signos. Al analizar el nacimiento del sistema de que sostiene, examina cómo este se inscribe en una ideología, cómo la proyecta y cómo la perciben los espectadores. Del mismo modo propone que

desde la perspectiva de la ideología, los análisis de estrellas como imágenes existentes en películas y otros textos de medios, enfatizan su polisemia estructurada, es decir, la multiplicidad finita de significados y afectos que encarnan y los intentos de estructurarlos de tal manera que algunos significados y afectos son en primer plano y otros enmascarados o desplazados

Según la perspectiva de Dyer a la que Jeremy Butler (1990) se apega, las estrellas no solo reflejan la sociedad en la que viven, pues estas son parte de un sistema discursivo anclado a otros discursos, sino que también, representan una ideología que les da forma. El mismo autor puntualiza que, aunque provienen de un contexto específico, su influencia no se limita a este. Así mismo, enfatiza en la necesidad de ver los “*media texts*” que se construyen, y los presenta de la siguiente manera:

-Promoción: se relaciona con el material creado para la fabricación y promoción. Pueden ser carteles, o notas de la prensa. Asevera que la polisemia de las estrellas se origina en estos textos y que la imagen proyectada en estos, no debe confundirse con la persona real (la estrella que toma atributos de la persona “real”). El misticismo que rodea al estrellato, permite a los fanáticos creer que conocen las personalidades de los artistas, gracias a la familiaridad con la que son proyectados en los medios de comunicación.

La *Motion Picture Magazine* creó, por ejemplo, un discurso en torno a Clara Bow, a quien promocionó como la primera “*it*” *girl*. Su asociación con el término, fue el resultado de su participación en la película homónima. Esta actriz, reconocida *flapper* por excelencia, personificó el discurso en torno a mujer moderna de los Estados Unidos. En este sentido, puede apreciarse con mayor claridad la polisemia de “*it*” en los fragmentos al final del párrafo de la mencionada revista que esta estrella representó en los siguientes fragmentos tomados de la mencionada revista, correspondiente al mes de enero de 1927, en la nota “***Tag, Clara . . . You're IT. Says Elinor Glyn to Clara Bow***”.

Esta nota tenía como objetivo dar a conocer la película en la que esta *flapper* tuvo el papel estelar, pero describe también, algunas de las múltiples cualidades que la mujer moderna, que ella representaba, debía poseer:

«ELIOR GLYN is making a motion picture of her latest book, "IT," for Famous Players-Lasky. "On the screen there are only a few men who possess IT and at the moment I can pick only one woman. I think I can safely say that Clara Bow will radiate IT thru this picture." "But just what is IT, if not sex appeal?" we asked. "In one sentence," replied Mrs. Glyn.

IT is a magnetic emanation, and beauty has nothing to do with it. An ugly girl can have IT. However, few women possess it, even among the most beautiful and physically attractive.

The person who has IT suggests in his bearing, the flash of his eye, that it is impossible to control him. That is a great part of his fascination.

Mrs. Glyn is an ally of all flappers, if by flapper is meant the young girl who enjoys, but does not abuse freedom. "She must have self-control, self-respect, and never do anything which degrades her own soul," the author said.

Later we strolled out on the Glyn set, and indicated that we were quite willing to meet Clara Bow, who has dethroned so many screen beauties, and now reigns alone in the Glyn kingdom of "IT» (H. Carlisle 1927, 42-43,116).

-Publicidad: contenido publicado que supuestamente no está regulado y no puede ser controlado ni por la estrella, ni por sus representantes (artículos de revistas y periódicos sobre aspectos íntimos de la celebridad). Como ejemplo de lo anterior, un fragmento de una pequeña publicación de febrero de 1926, en la *Motion Picture Magazine*, en torno al nuevo y sorpresivo compromiso de Clara Bow:

Clara Bow is engaged ! You say you have heard that before, but this time it's a different boy. The announcement treaked over the wires from Texas that Victor Fleming, who is directing "The Rough Riders," is to marry Clara, who is on location in the same state with the company -filming "Wings." Clara has been engaged to Gilbert Roland, Donald Keith, and a couple of others, but not all at the same time, of course. It looks like this latest announcement is a promise made

on the level. "Vic" is one of the most regular fellows that ever shouted thru a megaphone. We extend the cornucopia full of good wishes to them (1926, 109).

-Filmes: respectan a los papeles que la estrella interpreta.

En sintonía con lo anterior, Luzón-Aguado asevera que las estrellas definen en gran medida la representación de las personas en la sociedad y a través de ellas, puede observarse también cómo son representadas en los medios de comunicación. Las celebridades tienen un lugar privilegiado respecto al común, y a través de esta posición, dan a conocer roles e ideas que influyen directamente en la forma en la que los individuos deciden comportarse. “La paradoja fundamental de la estrella es que, pese a que se sabe que son creadas, se conciben como ejemplos a seguir, pese al ideal que representan, ideal prácticamente imposible de alcanzar, y que ellos representan sin esfuerzo” (Luzón-Aguado 2008).

La misma autora señala que las estrellas pueden ser concebidas como representantes de valores tradicionales o centrales en contextos de cambios, al mantenerlos –o negociarlos– en situaciones de transformación. Desde su perspectiva, estas actúan como signos culturales o como textos con significados particulares, que envuelven ideologías producidas en situaciones específicas. Los discursos que difunden a través de las películas que son proyectadas en las películas (Luzón-Aguado 2008, 5) son reproducidos también por los medios de comunicación.

Cabe resaltar que, desde esta propuesta, la estrella está construida a partir de la manipulación de textos (revistas, carteles, fotografías, filmes) y por ende, lo que públicamente se conoce de sí, no necesariamente se relaciona con su personalidad como ser humano, sino como celebridad. Por otro lado, respecto a la polisemia que representa, sus significados –aunque son entrelazados–, son también limitados a un tiempo y un espacio. En este sentido, Watson, "el estrellato es solo accesible para nosotros a través de textos, y por lo tanto solo existe como texto" (Luzón-Aguado 2008, 7-8).

Una estrella es más que una "necesidad económica", pues es también, una necesidad cultural que construye las esperanzas y los sueños en las personas. Su poder se expresa en la posibilidad de transformar y crear fantasías en los asistentes normales al cine. En sintonía

con lo anterior, es prudente aseverar que la relación entre el espectador y el artista, se funda en una admiración e influencia, que da pie a la comercialización de la imagen promovida. Así pues, en este fenómeno propio de la cultura de masas, en el artista coexisten la personalidad, por un lado, del actor mismo; y por otro, la del sujeto prototípico (Padilla Castillo 2008, 47). En otras palabras,

la estrella pasa a ser aliento onírico porque nutre y alimenta innumerables sueños. Polariza y fija identificaciones imaginarias, fermentos de identificaciones prácticas llamadas mimetismos. Las imitaciones en el vestir, la belleza o los buenos modales buscan el éxito. Copiar a la estrella expresa la necesidad del imitador de afianzar más en la juventud (Souce 2010).

Souce (2010) cita a Gérard Schawartzenberg, en *Los Felices Años Veinte*, primera etapa del sistema de estrellato, los representantes fueron vistos como héroes políticos con atributos definidos: místicos, distantes, empáticos y con modos de vida lujosos. Su existencia no era ordinaria, pues traspasaba los límites de lo humano o normal. Eran estrellas, dioses del Olimpo y campeones. Sin embargo, a pesar de las múltiples características que los alejaban del común, mantenían su personalidad simple, permitiendo así, estrechar un lazo con los espectadores (Souce 2010, 60).

Lidia (2012) retoma el concepto de “institución de la estrella” de Charles Ford, para apoyar su propuesta, en la que concibe a la institución en cuestión, como la transformación de una persona ordinaria en una estrella, producto del capitalismo. La autora cita también a Roger-Gérard Schawartzenberg; quien ve en el mencionado sistema tres fases, mismas que corresponden a los tipos de artistas estelares: el primero, de 1920 a 1930 (marmóreo, inaccesible, único, la estrella ídolo-mito); el segundo, de 1930 a 1940 (el modelo imitable aparece, igual que el líder con encanto); y el tercero, de 1940 a 1950 (caracterizado por la vulgarización de la estrella, esta se convierte en un puro reflector del espectador, en su duplicado) (Lidia 2012, 59).

2.3 LOS DISCURSOS DE GÉNERO EN LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA Y LA MOTION PICTURE MAGAZINE

Desde la década de 1920, los estudios comprendieron que el atractivo de sus filmes, se debía a quienes los protagonizaban. Por ello, trataron de complacer a sus artistas y les ofrecieron contratos de exclusividad para que estos se dedicaran únicamente a una casa productora. Este sistema supo ubicar a los elementos que le permitirían llegar al éxito, y se valió de todos y cada uno de sus medios para atrapar a los artistas favoritos, pero también al público que las aclamaba, pues “su opinión”, delineaba la forma en la que se tratarían los asuntos delicados. Dicha postura, conciliaba los intereses de instituciones femeninas, grupos de intereses, personalidades individuales conservadores, iglesias, etc. (Korte and Werner 1997, 15), con las decisiones del productor, que perseguía el éxito en taquilla.

De este modo, el *star system* de Los Felices Años Veinte, producía dioses tal cual bienes de consumo. Estos personajes eran míticos, héroes dignos de la admiración pública, el sueño de todos, pues Hollywood y su sistema de estrellato, eran una “fábrica impersonal de personalidad”. Por su parte, (deCordova en Domínguez López 2005, 3) apoya dicha propuesta expresando que “aunque los estudios se asemejaban a una fábrica en cadena, creaban entes individuales”. En este sentido, Domínguez López (2005) también retoma a Morin para sostener que se establecían personalidades místicas, únicas e inigualables “estrella-diosa” y “estrella-mercancía”, como dos caras de la misma realidad.

Así, los diez años posteriores a la Primera Guerra Mundial, fueron, para el cine norteamericano con sede en Hollywood, un periodo de conquista y prosperidad. Las producciones extranjeras fueron eliminadas y los mejores actores de otros países fueron traídos a Estados Unidos. Sin embargo, a pesar de las adaptaciones, el avasallador impacto de los filmes hollywoodenses abarcó entre el 60% y el 90% de las proyecciones en las salas alrededor del mundo (Sadoul 2004, 189).

Según Sadoul (2004), durante Los Felices Años Veinte, cada año se invirtieron 200 millones de dólares a la cinematografía hollywoodense, cantidad comparable a la que se asignó a industrias tales como la automotriz, la petrolera o la del acero. Las elevadas ganancias unieron a las grandes casas productoras como la *Paramount*, la *Universal*, la *Metro*

o la *Fox*, con las potencias de *Wall Street*; pues las inversiones y el éxito de las películas, eran cada vez mayores.

Consecuentemente, cuando las estrellas del cine silente comenzaron a recibir créditos por sus apariciones en las películas, estas se convirtieron en marcas. Silver se apoya en Sennett para afirmar que el estrellato estaba completamente calculado por cada uno de las *Majors* de Hollywood. Los talentos eran identificados y nombrados, para ser posteriormente asignados a un estudio publicitario que construiría y controlaría las historias de y sobre los actores a partir de revistas, periódicos y otros tipos de medios de comunicación (Silver 2007, 246-247).

Así pues, el reconocimiento masivo de las estrellas trajo consigo un creciente interés en saber lo que pasaba en la vida de los ídolos, y en ser como ellos. Por ello, actores y actrices eran contratados para hacer publicidad a diversos productos. Un ejemplo de estas prácticas puede apreciarse en el comercial que será mostrado en las próximas líneas, en el que se aprecia a Clara Bow haciendo una recomendación de un producto para blanquear la piel. La importancia de este texto, por un lado, radica en que nos permite conocer las “funciones” de las estrellas; pero también, por otro, da prueba de que, en el modelo de mujer estadounidense del periodo en cuestión, la blanquitud era parte del discurso dominante.

Al representar a la mujer moderna, la estrella se convirtió en un dispositivo que personificaba las formaciones discursivas hegemónicas, y que promovía la reproducción de un modelo dominante, contribuyendo así, a la perpetuación de posiciones desiguales respecto a la identidad estadounidense. Por otro lado, la promoción de productos específicos a cargo de las revistas de fanáticos, respondía a los intereses capitalistas de la industria cinematográfica. Es decir, distintos grupos dominantes negociaron y esbozaron las representaciones sobre sí mismos; pero también las definieron, al asignarles características y etiquetas específicas.

En este sentido, en la publicidad no solo destacaba el papel de la celebridad como atracción para los consumidores; también para evocar el deseo de imitación, mediante el consumo de artículos específicos que no solo “resolvían” las “problemáticas femeninas comunes”, sino que, la posesión de estos productos, significaba un estatus y una

identificación con lo moderno. Retomando la propuesta de Roger-Gérard Schwartzberg – citado por Lidia (2012)–, una dualidad estrella ídolo-mito tuvo lugar en Los Felices Años Veinte, por lo que el deseo de imitación por parte de los fanáticos, resulta coherente.

En el siguiente anuncio de la *Motion Picture Magazine*, publicado en octubre de 1926, se aprecia a Clara Bow promocionando un blanqueador:

Whiten your skin my way

By Clara Bow

Just RECENTLY I found a wonderful new way to clear and whiten the skin—almost overnight! As you know anyone appearing before the camera simply must have a sparkling white skin free from even the tiniest blemish. Hut now I no longer worry about sun freckles, sallow skin or tan, for I have found that a new discovery gently removes all blemishes, clearing and whitening the skin with amazing quickness. In hardly any time at all you can have that satiny, smooth skin which photographs so beautifully.

This Little Secret Ends Freckles, Blemishes

Almost overnight you can clear your skin of distressing freckles, redness, roughness, blotches, muddiness or any blemish. Soon your complexion will take on clearness and a smoothness that will astound you.

You will discover that there is a hidden beauty in your skin. Oust, wind, and clogged pores may have blemished it. But underneath you will find a clear, vividly beautiful complexion. And in an amazingly short time you can bring it out.

So wonderful —so quick—are the results of this new, scientific crème that we absolutely guarantee it. Get a jar now—today. Use it for only five nights. Then if you are not delighted with the transformation your money will be instantly refunded. Now being used by million, of women.

If your dealer cannot supply I mail the coupon below. When package arrives pay post- man only \$1 (Bow, Whiten your skin my way 1926, 124).

Resulta prudente, entonces, rescatar la siguiente cita de (Bakker 2006 en Silver 2007, 246):

To secure an audience, film producers borrowed branding techniques from other consumer goods' industries, but the short product-life-cycle forced them to extend the brand beyond one product –using trademarks or stars- to buy existing “brands”, such as famous plays or novels, and to deepen the product-life-cycle by licensing their brands. Thus, the main value of stars and stories lay not in their ability to predict successes, but in their services as giant “publicity machines” which optimized advertising effectiveness by rapidly amassing high levels of brand-awareness.

La edificación del sistema de estrellato, su funcionamiento y sus usos comerciales, políticos y culturales, fueron vigilados a detalle, al igual que el manejo de las estrategias de sus relaciones públicas, que estaban a cargo de las grandes casas productoras, responsables de la demanda pública de información sobre estos artistas. Las *Majors*, quizás temiendo las posibles censuras del gobierno, planificaron sistemas de inteligencia comercial, mediante los cuales monitoreaban a detalle los elementos conservadores dentro de aquella sociedad que se preocupaba por la degradación moral (Silver 2007, 247).

La efectividad de los métodos de trabajo de la industria del cine resultó tan exitosa que logró convertir a las estrellas, en íconos de la cultura y en la atracción principal para las audiencias que acudían a los cines (Silver 2007, 247). Aunque la modernidad avanzaba con fuerza, las empresas lograron identificar y mantener los elementos que la sociedad se negaba a modificar, y promover aquellos que resultaban atractivos y que eran potencialmente comercializables directa o indirectamente para asociarlos con la identidad nacional y de género.

Los personajes estelares, eran pues, el puente mediante el cual los espectadores podían conocer, imitar y admirar los ideales previamente impuestos por los grupos de poder,

y masificados por la industria cinematográfica. Padilla Castillo (2008) comenta que, según Sánchez Noriega, desde entonces, el sistema de estudios se convirtió en un sistema de estrellas; el guión y el director, además de la temática, la ambientación y el vestuario, estaban todos subordinados a la promoción de la estrella. En sintonía, Elena Lidia (2012) cita a Geoffrey Nowell-Smith quien considera que los filmes devinieron en vehículos, a partir de la presencia de las estrellas (Lidia 2012, 55).

Domínguez acude a Morin y su aseveración respecto a que en Los Felices Años Veinte, Hollywood promovió a sus estrellas como seres míticos, encima de los mortales fanáticos. Su indumentaria de marca, les diferenciaba del resto de la población. No obstante, pese a la elegancia que mostraban con ayuda de la ropa que promocionaban, equilibraban aquella inaccesibilidad con el ostento, usando también otras prendas más simples y asequibles para las mujeres que podían reproducir sus *looks*. La misma autora también acude a Dyer para asemejar a Hollywood con un árbitro de moda.

Se construía una vida alrededor de ellos: grandes mansiones en Hollywood, coches, mascotas, joyas, viajes, e incluso sus relaciones, sus salidas sociales, su estilo de vida eran controladas por los estudios. Todo se hacía de cara a la galería y siempre mezclando la opulencia con la simplicidad para mantener esa dialéctica de lo cotidiano, y lo divino y artificial (Domínguez López 2005, 24).

Sin embargo, la imagen difundida en los medios de comunicación, era una construcción destinada a ser pública. Los sistemas de estudios tenían un departamento de publicidad al que las agencias asistían para contratar a las estrellas. Los contratos solían favorecer a las celebridades, cuya apariencia y actitud se construían en función de las necesidades de los estudios –al igual que de la cultura de masas estadounidense– y de las demandas de sus fanáticos. Las vidas públicas tenían que sintonizar con sus apariciones en la pantalla; (Domínguez López 2005, 24) y a su vez, las vidas privadas –o cierta parte de ellas–, se hacían públicas por la prensa.

Así pues, Domínguez López retoma nuevamente a Richard deCordova, para comentar que, el estrellato, en un primer momento, apareció un discurso sobre la actuación y sobre la personalidad del actor: la información que se difundía se limitaba a su talento interpretativo

y a los papeles que había actuado. Posteriormente, después de 1913, la vida privada pasó a ser pública, para dar forma a la imagen de la celebridad. El escándalo –característico de las estrellas de Hollywood–, que supuestamente no podía ser controlado por los estudios, era propiciado –muchas veces– por estos mismos para que su actor o actriz se diera a conocer. No obstante, dichos escándalos también tenían el poder de arruinar carreras artísticas (Domínguez López 2005, 24); por lo que resultó necesario que la información que salía a la luz, pasara por varios filtros, para proteger a las estrellas.

A este respecto, Domínguez cita a McDonald y su propuesta de que las estrellas deben ser analizadas como vehículos significantes para sus fanáticos, que encuentran en ellas sentido y significación. Del mismo modo, la autora se acerca a la perspectiva de Francesco Albertoni, quien sostiene que “el *star system* nunca crea a la estrella, pero propone el candidato para la elección y ayuda a mantener la aprobación de los electores”. En Los Felices Años Veinte, la influencia por parte de la celebridad y sus fanáticos, era mutua; pues estos daban la categoría de estrella a quienes consideraban dignos de serlo; y estas personas, en respuesta, influían en la cotidianidad de sus admiradores. Por último, acude a Dyer y menciona que las estrellas pueden mantener vivo el sueño americano, reafirmar un *statu quo*, o consensar cambios que posteriormente, el público aceptaba (Domínguez López 2005, 28).

Sharot (2010) también recupera el aporte de Richard Dyer para explicar que el contexto de Los Felices Años Veinte, las imágenes de las estrellas que eran difundidas en los medios de comunicación, estaban planeadas para mantener en relativa calma las tensiones generacionales. Por su parte, la misma autora menciona que Gaylor Studlar ha puntualizado que las construcciones de género presentadas en los filmes y en las revistas de fanáticos, estaban encaminadas a mediar las nuevas y las viejas identidades sociales y sexuales. El pasivo e inocente ideal victoriano, contrastaba con el modelo *flapper*. En este escenario, los fanáticos fueron influidos por las estrellas que promovían o transgredían, en la radio y en la prensa, las ideas sobre lo tradicional y/o lo moderno, como era de esperarse, en un momento de coyuntura histórica.

En torno a las urgencias que la industria cinematográfica atendió, aunque las identidades de género fueron su prioridad, también representó en sus producciones y revistas,

ideales asociados a los valores en torno al país de las oportunidades. Esta nueva mujer representó también la forma en la que el género femenino se adentraba al consumismo, sin hacer a un lado su ideal de amor desinteresado y maternal (Sharot 2010, 74). Las revistas de fanáticos, pues, favorecieron la masificación de una nueva performatividad en la que coexistían valores tradicionales y modernos.

De esta forma, el sistema de estrellato –al igual que el cine, como industria– reprodujo la cultura norteamericana de Los Felices Años Veinte a partir de la configuración, valga la redundancia, de la cultura popular, tras la aparición de los medios de comunicación masiva. Desde la Primera Guerra Mundial, la asistencia a los cines incrementó; hacia 1922, prácticamente todas las ciudades tenían salas para proyectar filmes y según datos que (Park (2014) recupera de Sklar, se vendían semanalmente, más de 40 millones de entradas. Dicho lo anterior, resulta obvia la influencia del cine como vehículo no solo de nuevas tendencias de moda y estilo, sino de también de representaciones de género a través de las estrellas, las películas y las revistas de fanáticos.

Durante Los Felices Años Veinte, la prensa cinematográfica se institucionalizó y sus discursos sobre las estrellas tuvieron un poder ideológico sin precedentes. La clave del éxito del sistema de estrellato, fue equilibrar elementos excepcionales con otros familiares (Zhang 2009, 210-211). Zhang (2009) recupera el aporte de Gaylyn Studlar con respecto a que las *fan magazines* crearon un discurso cinematográfico extratextual en el que satisfacer las fantasías de los espectadores, era tan importante como las películas en las que las celebridades formaban parte.

En sintonía con lo anterior, las *fan magazines* jugaron un papel indispensable en la difusión de la nueva cultura de masas y de las representaciones que en ella se construyeron. Como consecuencia de lo anterior, las lectoras desarrollaron una necesidad de identificación, y de reproducción de la moderna performatividad femenina. En otras palabras, estas fanáticas asimilaban el personaje-estrella, y proyectaban su yo ideal, en la estrella que lo materializaba (Domínguez López 2005, 29).

Para realizar un análisis del impacto de las revistas de fanáticos y comprender su funcionamiento e influencia sobre la sociedad, Manhood (1991) acude a Gramsci y a sus

planteamientos en torno a la hegemonía cultural, y cómo esta se crea y recrea por los grupos sociales dominantes, pero también los por los subordinados. Para reforzar lo mencionado, Manhood retoma el concepto de “cultura”, propuesto por Tony Bennett, quien sostiene que esta es “un campo de fuerza de relaciones conformadas, precisamente por estas presiones y tendencias contradictorias”.

Asimismo, Manhood cita a Raymond Williams y su propuesta marxista sobre el dominio de clase, que se expresa no solo mediante el poder y la propiedad, sino también a partir de acciones inconscientes; es decir, a través de la cultura vivida y la consecuente –y a veces no intencionada– reproducción del orden social. Williams considera que los oprimidos llegan a pensar que son opositores, pese a que están perpetuando su dominación mediante la negociación –donde el poder se reparte desigualmente–. En la cultura de consumo, puede apreciarse que, en las negociaciones, la apertura de los subordinados a la participación en el sistema opresivo, refuerza más bien el poder y la superioridad del grupo hegemónico (Manhood 1991, 12).

Desde la óptica de Gramsci, los grupos oprimidos tienen el doble papel de sujetos y objetos. Es preciso hacer mención de que, aunque este autor no se enfocó en el género, se puede echar mano de la teoría feminista, para hablar del papel de las mujeres en el contexto del nacimiento de la “cultura de las masas” estadounidense. Ahora bien, retomando a los neomarxistas de la Escuela de Frankfurt (Adorno, Lowenthal y Kracauer), esta “cultura de las masas” es producida y vendida desde las instituciones ideológicas de los grupos hegemónicos, y es contraria a la “cultura popular”, producida por las clases populares. Empero, este enfoque limita la capacidad de agencia social, al reducir el control de todos los elementos de expresión personal en la sociedad industrial, a la clase dominante (Manhood 1991, 12).

Manhood (1991) cita a Maslow, quien propone entonces, valorar también el papel y el potencial de los grupos subordinados, pues muchos de los estudios marxistas de la cultura moderna, se habían limitado a mostrarles como objeto de un opresivo sistema social y cultural. La teoría feminista, en cambio, apuesta por alejarse de este tradicional estudio de las relaciones e instituciones sociales y políticas, que únicamente se encarga de las esferas

públicas; y sugiere enfocarse ahora, en el ámbito que había sido considerado privado. Igualmente, apunta a reivindicar las motivaciones personales de las acciones de los subalternos, y a valorar y analizar, también, las interconexiones entre lo público y lo privado, para llegar a un análisis más profundo). La autora, expone la importancia de este nuevo enfoque, comparando la forma en la que un suceso deportivo fue analizado por teóricos marxistas y feministas.

Manhood (1991) retomó dos perspectivas, a partir de las cuales, se analizaron las ligas de educación física femenina que hicieron demostraciones públicas hacia 1930. Uno de los teóricos fue Siegfried Kracauer, marxista quien, en su propuesta, denunció la estricta disciplina de las instituciones, que propiciaba la pérdida de individualidad y de innovación, pues la sociedad industrial moderna, solo demandaba precisión en las prácticas. Por su parte, la feminista Jill Julius Matthews, percibió que estos encuentros satisfacían la necesidad de espacio social para las mujeres.

En este sentido, siguiendo la línea de Manhood, una vez considerado el doble papel de los grupos oprimidos, las mujeres que consumían las revistas de fanáticos lograban, por lo menos a nivel individual, satisfacer sus necesidades y fantasías –mismas que en muchos casos eran creadas por la industria cinematográfica–, produciendo en ellas una sensación de libertad y de cambio. Empero, cabe recordar que, aunque existía satisfacción y expresión de una nueva performatividad y constitución género femenino; esta nueva forma de ser mujer, respondía no solo a un contexto cambiante, sino también a intereses por parte de los grupos de poder.

La mencionada propuesta, al ser traída al presente caso de estudio, pone en consideración no solo la dominación, sino también el papel de los receptores y reproductores de las ideas que coexistieron en este periodo coyuntural. Los valores de la ya poderosa nación estadounidense y de sus ciudadanos, arrastraban cargas históricas y axiológicas que, aunque muchas veces eran tradicionales, sentaron las bases de la cultura norteamericana que se reconocía moderna. Sin embargo, aunque a veces desapercibidas, muchas negociaciones respecto a las relaciones de poder tuvieron lugar, invisibilizando emergentes formas de control, disfrazadas de libertades y de nuevas formas de expresión de feminidad.

Así pues, en Los Felices Años Veinte, las estrellas de cine personificaron al nuevo modelo de mujer, asociado con la *flapperhood*. Dicho lo anterior, es importante subrayar la postura de Fraser y Brown, quienes –citados por De Pater, Judge and Scott – proponen que las estrellas de cine, concebidas como modelos y héroes, ejercen una importante influencia sobre la sociedad, sus creencias y valores. Por su parte, Judge y Cable, enfatizan en que las celebridades son también un símbolo que el público adora (De Pater, Judge and Scott 204, 3); ambas perspectivas, permiten explicar la realidad histórica del periodo en cuestión. Henderson (2005) señala que la cultura de las celebridades se promovió como una moda que aspiraba a ser convertida en un pasatiempo nacional durante los años veinte.

Para comprender la manera en la que la industria cinematográfica se encargó de promover a las estrellas, es necesario remitirse a los discursos de la prensa cinematográfica. De este modo y siguiendo a de Andrés, Susana y Maestro, Rosa L. (2014), al ahondar en las fuentes, resulta necesario para dar luz respecto a cómo mediante los textos, se reproduce un nexo entre los poderes económicos y sociales (Estado, corporaciones y agentes económicos); y a la forma en la que el público construye y valida los conceptos y representaciones.

En torno a las *fan magazines*, tal cual se mencionó previamente, estas no se limitaron a publicaciones meramente cinematográficas, también ofrecieron un vínculo con intertextos comerciales. Las estrellas eran el medio a partir del cual el cine y la cultura de consumo convivían. Para ejemplificar lo dicho, resulta adecuado dar un vistazo a la nota publicitaria **“Hollywood has accepted the occasion straw hat**, de la *Motion Picture Magazine* de mayo de 1927,” en la que Clara Bow (véase imagen 1) da a conocer un producto:

Very novel, but very chic, is this season's fad—a hat for every costume. It need not be expensive, either—thanks to Colorite.

"I was amazed at the cost of my straw hats—I had to have so many new ones—to be worn once or twice before the camera—then forgotten. That was before I discovered Colorite !

"And now, by this marvelously simple method, I can re'color my straw hats to suit myself—in perfect harmony with any costume."

Fashion is no respecter of pocket-books—but you can easily afford the swagger "occasion" straw hat—with Colorite. Just get a bottle of Colorite at your nearest drug store, dry goods or department store. Sixteen attractive colors to choose from—all water proof and durable—at a quarter (Bow, Hollywood has accepted the occasion straw hat 1927, 125)

“Hollywood has accepted the occasion straw hat”

“Very novel, but very chic, is this season’s fad—a hat for every costume. It need not be expensive, either—thanks to Colorite.

“I was amazed at the cost of my straw hats—I had to have so many new ones—to be worn once or twice before the camera—then forgotten. That was before I discovered Colorite!

“And now, by this marvelously simple method, I can re-color my straw hats to suit myself—in perfect harmony with any costume.”

Clara Bow

Clara Bow, the screen’s foremost flapper, appearing in Paramount Pictures.

Fashion is no respecter of pocketbooks—but you

Imagen 1. Bow, Clara «Hollywood has accepted the occasional Straw hat». *Motion Picture Magazine* XXXIII, n.º 5 (junio de 1927):125.

El cine y la cultura que proyectaba, devinieron en una experiencia cotidiana para las mujeres modernas (Stead 2014, 2). Frith, Shaw y Hong Cheng (2005) mencionan que en este

escenario, las *fan magazine*, se inundaron de anuncios publicitarios, igualmente mencionan que, de acuerdo con Greer, dichos anuncios publicitarios permiten estudiar la construcción de la belleza en una cultura. Posteriormente, retoman a Cortese para aseverar que en estas revistas, se presenta un estereotipo o “ideal de belleza”, como un ejemplar prototipo femenino, El modelo que difunden pretende no solo tener un largo alcance entre los espectadores, sino también producir en ellos el deseo de igualarse a la estrella, o al menos, poseer algunos de los atributos que esta posee.

En ese sentido, las mujeres estadounidenses –las que respondían al modelo masificado por industria del cine– también produjeron, reprodujeron, interpretaron, y modificaron la intertextualidad, respecto a la nueva mujer de la modernidad representada por las *flappers* de Hollywood. Stead (2014) asevera que, ahondar en el estrellato es explorar cómo las audiencias sostuvieron y desafiaron las representaciones más allá del teatro, experimentando como consumidoras, pero también como creadoras.

No obstante, aunque esta autora se enfoca en las revistas británicas, sus propuestas pueden aplicarse a las producciones estadounidenses, donde la cultura del cine fue recibida no solo por los apasionados al cine, sino también por los asistentes casuales. Dentro de este marco, la promoción a las estrellas femeninas de la mano de la publicidad, dio paso a una generalización de la cultura de masas, en la que distintos productos domésticos y cosméticos fueron presentados. Pese a que el contenido editorial era publicado tanto por hombres, como por algunas mujeres; se orientaba más a dirigir –y definir– la feminidad (Stead 2014, 3).

A este respecto, la publicidad de cosméticos, también, reflejó el crecimiento de la cultura de masas y el consumismo que se comenzaban a gestar a principios del siglo XX. El contexto de producción y recepción de este discurso orientado a reconstruir modernas representaciones de género en la modernidad, que se tejía entre otras condiciones que definían el status –y las opresiones– de las mujeres, tales como la clase social, la etnicidad, la edad, la ubicación geográfica y la raza.

Mawhood (1991), quien centra su estudio en Canadá, propone que los anuncios trataron de homogeneizar a la audiencia, delineando sus preocupaciones y aspiraciones de una manera más bien distorsionada. Cabe destacar que, en el caso de los Estados Unidos, la

homogeneización de modelo de feminidad, se limitó a un reducido número de mujeres, que poseían las cualidades que las norteamericanas debían poseer para encarnar al discurso que les incluía o excluía de esta construcción identitaria. Aunque se propuso un ideal aparentemente alcanzable, el mensaje no estaba dirigido a quienes no se ajustaban a los cánones, tal cual se verá posteriormente.

En Estados Unidos, la *Motion Picture Magazine* fungió como dispositivo para encaminar a la sociedad en el consumismo. Se mostró la nueva performatividad del género como una agencia que empoderaba a las mujeres y que permitía modificar de manera consiente y adecuada su feminidad. No obstante, las posibilidades de la modernidad, se limitaban a las ciudadanas que encajaban con el modelo de género inmerso en el discurso de ciudadanía americana, que prácticamente era solo personificado por mujeres blancas, de clase media y jóvenes.

Para la misma autora, en Canadá, los cosméticos y sus respectivos anuncios

(...) were the product of a society in which the intertwining of ideas about women, class divisions, and the profit motive of business produced images which purported to represent the real concerns of women and the life to which they should aspire. These ads minimized class, ethnic, age, and geographical differences among women in advertisers' attempts to homogenize their audience, and addressed women's social and economic concerns in only superficial or distorted ways. Rather than showing women as they were -multi-faceted human beings- advertising presented women as the male-dominated manufacturing and marketing sectors had constructed them in the pursuit of profit, drawing from the heritage of Western culture to do so. The negative, one-dimensional portrayal of women in advertising was not the product of a business-led conspiracy to enslave women; the power relations of a modern consumer culture are more subtle than that. Marketers, most of whom were male, working in a modern industrial capitalist economy, drew from ideas about women and relations among people, and from social trends of the time, to create ads which would appeal to a wide

audience and so increase their sales and profits, and ultimately, their economic and social power (Manhood 1991, 4-5).

Dicho de otra forma y aplicado al caso estadounidense, la publicidad en las revistas de fanáticos, produjo una imagen negativa y unidimensional de las mujeres, limitando y excluyendo a todo aquello fuera del discurso hegemónico. Consecuentemente, las relaciones de poder inmersas en aquella emergente cultura de consumo, no solo se limitaron a delinear tendencias estéticas que conciliaban los viejos y los nuevos valores, sino también acentuaron la desigualdad social, a causa del racismo.

De acuerdo con Manhood, en Canadá –al igual que en los Estados Unidos–, en 1920, más que una posibilidad, la estilización del cuerpo femenino se esbozó, aunque de manera sutil, más bien como una obligación. Para atraer el hombre ideal, las mujeres debían alcanzar, o por lo menos acercarse, a los cánones de belleza, promovidos desde la industria cinematográfica y la cultura de masas. Del mismo modo, sostiene que, más que un medio de autoexpresión, los cosméticos eran vendidos como una estrategia para equilibrar las relaciones personales inertes. Por desgracia, ese poder poco modificó, pues los lazos fundamentales de la desigualdad entre hombres y mujeres, no eran realmente alterados. El poder de la belleza prometida, no era realmente liberador (Manhood 1991, 7).

Manhood retoma a Michael Schudson para afirmar que la industria cinematográfica y la cultura de masas, no tenían como objetivo principal esclavizar a las mujeres para que estas alcanzaran los estereotipos que la publicidad presentaba. Ellos consideran que las relaciones de poder ocultas, perseguían mayor poder social y económico por parte de las industrias involucradas (Manhood 1991, 5). Sin embargo, en el peculiar contexto estadounidense de los años veinte, la construcción de representaciones de género sí respondía a un discurso nacionalista, que unía a la mujer y a la nación, como conceptos que urgía definir para proyectar y reafirmar las bases de su poder.

El discurso presentado en publicaciones como la *Motion Picture Magazine*, según algunos posestructuralistas, puede ser analizado para la comprensión del lenguaje y dar luz a la historia de la clase y de las relaciones sociales que se ha escondido en la publicidad de belleza. Joan (W. Scott 1988 citado en Manhood 1991, 7), define el lenguaje como "(...)

any system--strictly verbal or other--through which meaning is constructed and cultural practices organized and by which, accordingly, people represent and understand their world, including who they are and how they relate to it".

Desde esta perspectiva, la publicidad constituye un lenguaje que transmite un sinfín de mensajes relacionados con el poder que poseen las corporaciones sobre el auto-reconocimiento y el hetero-reconocimiento. Además, también permite ver el control de las empresas sobre los consumidores, y entender cómo estos interpretan el poder adquirido, a través de sus productos, para definir su apariencia. Esta posibilidad de auto-representación, entonces, puede tener efectos positivos o negativos en las emociones, relaciones sociales y estatus social (Manhood 1991, 5-7).

En sintonía con lo anterior, las revistas de fanáticos muestran un índice de las dimensiones ideológicas e históricas del campo cinematográfico del periodo en cuestión. A la par de lo anterior, permiten comprender cómo las mujeres fueron posicionadas como espectadoras, lectoras y consumidoras dentro de discursos específicamente dirigidos a influenciar la forma en la que concebían el cine hollywoodiense, la cultura estadounidense, la modernidad y la feminidad.

A propósito de lo antes mencionado, Studlar (1996) retoma las cifras publicadas en 1924, por la *Photoplay*, donde se aprecia que las mujeres conformaban el 75% del público; al igual que los datos de la *Moving Picture World*, que señalaban que hacia 1927, un 83% de su audiencia, era femenina. En este sentido, el sistema de estrellato, presente en el cine y en las revistas, muestra evidencia extratextual y textual de la orientación y del impacto de Hollywood y de su industria, en la década en cuestión.

En este sentido, Stead (2014) puntualiza que muchas de las revistas ofrecían un vívido archivo visual de ropa, vestuario, moda y estilo; al igual que glamurosos retratos de las estrellas (véase imágenes 2 y 3). Del mismo modo, la ficción fue usada como puente entre los discursos respecto al cine y los mercados, ambos proyectaban modelos y ofrecían productos a bajo costo, populares, accesibles, que pudieran ser consumidos regularmente, y que su utilización pudiera incrementar.

En sus *storytelling*, por un lado, se satisfacía la necesidad –creada también por el cine mismo– de conocer la intimidad de las estrellas; pero por otro, entre sus líneas, la publicidad era mezclada con las biografías que ofrecían *facts* sobre productos domésticos y cosméticos. Las minificciones, pues, pese a enfocarse en las celebridades y sus preocupaciones estéticas, hacían un sutil énfasis en los productos que habían solucionado los “problemas” de los artistas. Los anuncios ilustrados fueron creados como cuadros o escenas centradas en las mujeres realizando actividades como vestirse, ir de compras o conversar. La feminidad moderna, pues, era representada en las ilustraciones y artículos cuyo centro eran los protagonistas de los filmes hollywoodenses.



Imagen 2. Retrato, autor de la fotografía no especificado.
«Louise Brooks». *Motion Picture Magazine* XXXIII, n.º 4 (Mayo de 1927): 13.

De este modo, las *fan magazine* albergan experiencia extratextual femenina más que otros tipos de textos más especializados, pues estos últimos no muestran, meramente, las prácticas dirigidas a las mujeres que asistían al cine. Studlar (1996) prueba lo anterior apoyándose en cuán asequibles eran los ejemplares de estas revistas, pues pagar de 5 a 25 centavos, era mucho más fácil que adquirir otro tipo de contenido femenino impreso, o incluso que asistir a las funciones. Además de lo anterior, en la década en cuestión, la mayoría de estas publicaciones implementaron una política que permitía un contacto directo entre los lectores y los editores.

One Dollar Offer
24 New Pictures and the Next Six
Issues of Motion Picture Magazine

Subjects:

- Mary Astor
- Clara Bow
- James Hall
- Jack Holt
- Fred Thomson
- Sally O'Neil
- Ruth Taylor
- Ralph Forbes
- Olivé Borden
- John Gilbert
- Dolores Costello
- Marcelline Day
- Renée Adorée
- Eleanor Boardman
- Charles Farrell
- Tom Mix
- Rudolph Valentino
- Janet Gaynor
- Joan Crawford
- June Collyer
- Vilma Banky
- Ramon Novarro
- Rod LaRocque
- Lloyd Hughes

You can have this wonderful set of pictures of your favorites if you act promptly. For a limited time we offer you this fine set of 24 new gravure pictures, size 5½ by 8 inches, with the next six issues of **MOTION PICTURE MAGAZINE**, for One Dollar. That's a bargain! The pictures are just the thing for your den or your collection. Suitable for framing, too. Just pin a dollar bill to the coupon and mail to-day. Subscribe for your friends and we will send them each a set of pictures. Do it now!

Canada, twenty-five cents extra—Foreign, fifty cents extra.

S. M. P. M.

MOTION PICTURE PUBLICATIONS, INC.,
Paramount Bldg., New York. Offer No. 3.

For the enclosed \$1.00 please send me the set of twenty-four new pictures of motion picture stars and the next six issues of **MOTION PICTURE MAGAZINE**.

Name.....

Address.....

Start with..... issue.

Imagen 3. Publicación tomada del número de agosto de 1928 de *la Motion Picture Magazine* respecto a las fotografías de las estrellas. «One Dollar Offer. 24 New Pictures and Next Six Issues of Motion Picture Magazine». *Motion Picture Magazine* XXXVI, n.º1 (Agosto de 1928): 15.

Este nuevo método fue mucho más efectivo que otras estrategias promocionales unidireccionales (Studlar 1996). La invitación a enviar misivas, estaba presente en cada número, y permitía también acercarse a las estrellas tal cual puede apreciarse en la siguiente cita del ejemplar correspondiente a noviembre de 1926 de la *Motion Picture Magazine*: “CHARLES G.— You can write to Clara Bow at *Famous Players Studios*, 1520 Vine Street, Hollywood, California. She is twenty years old. Her next picture will be "Kid Boots." (G. 1997, 65).

Además de posibilitar el contacto entre lectores y editores; por un lado y de estrellas y fanáticos, por otro; Hollywood, a través de revistas como la *Motion Picture Magazine*, se mostró como un puente para todas aquellas personas que aspiraban a convertirse en celebridades. La fabricación de las estrellas que culminaría con su presentación como dioses, comenzaba con la selección de personas que tuvieran potencial estelar. Los interesados debían contactar a los representantes de los estudios que se encontraban en una constante “búsqueda de nuevos rostros”. A continuación, un anuncio (véase imagen 4) publicado en febrero de 1927:

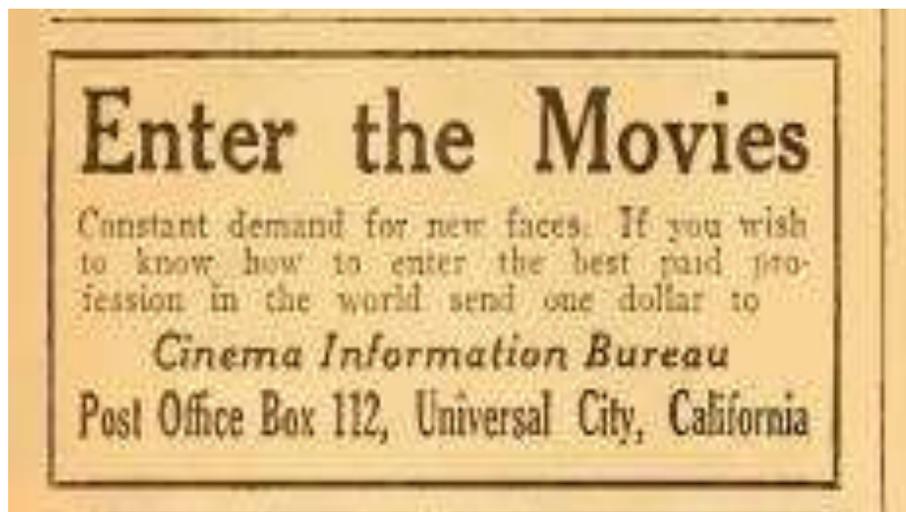


Imagen 4. «Enter the movies». *Motion Picture Magazine* XXXIII, n.º13 (febrero de 1927): 122.

Studlar (1996) responsabiliza a las *fan magazines* de la construcción y proyección de un discurso en torno al estrellato como un “culto a la personalidad”. Desde su perspectiva,

esto trajo consigo, una paradójica posición de la subjetividad del lector/espectador, que complicaba la noción de espectador condenada a la sobre identificación narcisista o colusión con el cine clásico, en una feminidad estereotipada de signo y significado. Studlar también retoma a Mary Ann Doane, misma que postula que es justamente este sistema patriarcal el que construye «a female spectator whose nonfetishistic gaze maintains a dangerous intimacy with the image». Studlar también rescata cómo esta autora «posits this cinematic peril as part of a socialization practice in which women are lured into the role of “overinvolved female spectator” and “deprived of a gaze, deprived of subjectivity and repeatedly transformed into the object of masculine scopophilic desire» (Studlar 1996). Ambas autoras sostienen que dicho planteamiento puede ser ilustrado mediante las *fan magazines*, pues estas fueron acusadas de fomentar una relación estereotípicamente femenina entre los fanáticos y el proceso filmico, apreciable a través del imaginario colectivo.

Por otro lado, Studlar (1996) también señala que

Certainly, fan magazines of the era, like trade magazines and film exploitation materials, are not entirely absent of commentary that might support such a view of female spectator. But the fan magazine was not a purely repressive form nor did it collapse all distinctions between cinematic signifier and signified. Instead, of automatically reinforcing female powerlessness and marginalization before a patriarchal system, it explored, albeit in ideologically contradictory terms, the historically specific locus of women in American cinema, culture, and society during the 1920s.

A partir de los indicios encontrados en las *fan magazines* de Los Felices Años Veinte, Studlar (1996) rescata de Diane Waldman las prácticas extratextuales de Hollywood, mismas que asimilaban y conducían la experiencia e intereses femeninos hacia el matrimonio, el romance y el consumismo. La representación de las estrellas correspondía con una especie de tributo a la “tradicional” feminidad americana (Studlar 1996) misma que fue bien recibida, en gran medida, por las coyunturas que tuvieron lugar en aquel periodo histórico.

Así pues, el descomunal éxito y popularidad de este tipo de revistas se respaldó en un marco ideológico de emancipación económica y sexual de las mujeres. Los cambios en la

performatividad de lo femenino, eran presentados como parte de una subversión radical de los ideales de género estadounidenses (Studlar 1996). Sin embargo, la controversial apertura femenina al ámbito público, propició también una complicada y contradictoria opinión pública con respecto al nuevo contenido.

Resulta necesario hacer mención de que, aunque que las mencionadas revistas eran publicadas de manera independiente de los estudios, estas trataron de mantener una relación armoniosa con ellos, pues eran la vía de acceso al material sobre las estrellas. Sin embargo, deCordova (1991) señala que en *Los Felices Años Veinte*, el discurso fue modificado, y tanto el escándalo–repugnancia, como las transgresiones llevadas a cabo por las estrellas, fueron regulados. Asimismo, señala que, de acuerdo con Waldman, los temas amorosos eran presentados, reemplazando aquellos que se relacionaban con la vida y excesos sexuales de las celebridades en las décadas de 1910 y 1920.

Hacia 1926, los temas sexuales fueron tratados con cautela, y la heterosexualidad se respaldó por la industria, mostrando parejas comprometidas o casadas. Dicho discurso, se acompañó de justificaciones sobre algunas aventuras de las estrellas, mismas que se “reivindicaban” por tragedias o promesas de matrimonio. La especulación, el sensacionalismo y la intimidad se encontraban en perfecto balance. Sin embargo, lo que desencadenó esta regulación, fue la necesidad de controlar los escándalos de Hollywood, y no un interés por proteger la vida privada de los actores (Studlar 1996).

Such a policy of restraint with regard to sex-charged sensationalism ostensibly protected the economic interests of the magazines by protecting their chief commodity: the stars. But despite their protective attitude toward that commodity, fan magazine articles often crucially depended on their readership well versed in the sensational details of the film colony’s behavioral excesses. This mode of discursive restraint suggests that the fan magazines did not seriously attempt to prevent gossip mongering or to shield the female audience.

Of necessity, fan magazines had to sustain the long-term loyalty of the female film audience, and they assumed a readership of ongoing interest, knowledge- and skepticism (Studlar 1996)

Studlar (1996) sugiere que se creó la ilusión de intimidad entre las estrellas y los lectores, que podía, a su vez, expresar sus sentimientos negativos. Los espectadores identificaban una cercanía con respecto a las celebridades, sin embargo, las revistas regulaban el contenido que salía a la luz. A propósito de las publicaciones, aunque el matrimonio y el romance eran los temas predilectos, se canalizaba a las mujeres hacia modelos normativos de subjetividad femenina. De este modo, la supuesta transparencia con respecto a la intimidad de los actores, se regulaba en función de los intereses económicos de la industria, pero también de las susceptibilidades y de las binarias opiniones en torno a las modernas vidas de los famosos.

Según Studlar (1996),

In fulfilling the distinct agendas of being a “woman’s magazine” and existing as a supporting mechanism for the film industry, fan magazines participated in discursive practices derived from women’s mass produced popular culture even as they extended beyond the concerts of marketing one film or studio into the wider arena of marketing stars. The fan magazine did not operate in a cultural vacuum but was inextricably imbricated in the web of popular in a cultural vacuum but was inextricably imbricated in the web of cultural discourses created about –and for– women. One consequence of this intertextually influenced negotiation of the spectator/reader was the fan magazines, like other women’s magazines, continually compromised and equivocated in their discursive regulation of female sexual and social subjectivity. In particular, the fan magazine’s approach to romance, sex, and marriage resembled that offered in women’s fiction (...).

Para Studlar (1996), las revistas de fanáticos reafirmaron las ideas éticas, raciales, nacionales y heterosexuales en una cultura nativista; persuadiendo a los lectores –principalmente mujeres–, a que siguieran lo dictado hegemónicamente. El acercamiento y conocimiento ilusorio del espectador con respecto a la estrella a través de este dispositivo intertextual, y de las sinopsis de las películas, revelaban los aspectos ocultos de la industria del cine –apoyando el discurso que este ofrecía respecto a las representaciones

ideotecnológicas de género en publicaciones como la *Motion Picture Magazine*–, dando aún más protagonismo a las celebridades.

Si bien las revistas de fanáticos presumían crear una conexión íntima con las estrellas, y se jactaban de apoyar la libertad femenina, apoyando las modernas expresiones de su performatividad, no es posible simplificar a tal punto el impacto de su discurso. Como dispositivo al servicio de los intereses de los grupos dominantes, este legitimaba una nueva dinámica patriarcal, en la cual, las mujeres seguían subordinadas y marginadas extratextualmente, al ser mercantilizadas como consumidoras. Studlar cita a Doana, quien puntualiza que el consumismo transformó y alienó a través de su narrativa. Las espectadoras dejaban de comprender el discurso intertextual al ser sometidas al mecanismo dominante de la lectura (Studlar 1996). Empero, las nuevas representaciones de género respondían más bien a nuevas circunstancias históricas, más cercanas al consumismo y a la cultura de las masas que comenzaban a emerger que a la emancipación femenina, pero ello no debe aminorar la importancia de la participación de algunas mujeres en la lucha.

En este sentido, una vez realizada la reconstrucción histórica de Los Felices Años Veinte y presentada la *Motion Picture Magazine* como fuente mediadora de narrativas dominantes sobre la mujer moderna estadounidense, es momento de pasar al Análisis Crítico del Discurso. Empero, es indispensable partir de la presentación y definición del marco teórico desde el cual se realiza esta investigación.

CAPÍTULO 3. REPRESENTACIONES IDEOTECNOLÓGICAS DE GÉNERO EN LA *MOTION PICTURE MAGAZINE*

La *Motion Picture Magazine* como dispositivo de producción ideotecnológico de género en Los Felices Años Veinte, construyó, legitimó y reprodujo –desde una perspectiva occidental, blanca, heteronormativa, capitalista y patriarcal– un nuevo discurso respecto a la mujer moderna estadounidense, personificada por las *flappers* de Hollywood. Este discurso

hegemónico “hizo el género” mediante la reiteración de actos performativos que citaban una feminidad que, aunque era asociada con la libertad, dependía del consumismo. De este modo, la industria cinematográfica masificó representaciones ideotecnológicas de género que normalizaron un sujeto femenino acorde a las circunstancias nacionales.

En la primera parte de este capítulo se presentan varios conceptos teóricos que se consideraron adecuados para el diálogo y la reflexión de la fuente primaria, en este caso, los discursos contenidos en la *Motion Picture Magazine*. Posteriormente, se explora narrativa sobre la mujer moderna estadounidense a partir de fuentes primarias y secundarias. Y por último, en el apartado final, se demuestra la construcción de representaciones ideotecnológicas de género a través del Análisis Crítico del Discurso contenido en la fuente principal.

3.1 EN DIÁLOGO CON LA TEORÍA DE LAS REPRESENTACIONES CULTURALES Y LOS DISCURSOS DE LA MUJER MODERNA EN LA *MOTION PICTURE MAGAZINE*

Para analizar la construcción de las representaciones de la nueva mujer, la mujer moderna o *flapper*¹⁷, es necesario puntualizar el marco conceptual a utilizar. Así pues, partiendo de la relación entre cine y género, se definirán los conceptos conductores a lo largo de esta investigación. Esclarecido lo anterior, es preciso remitirse al enfoque discursivo de las representaciones, es decir, aquel que presta especial atención a lo concerniente al poder, al sujeto y al conocimiento.

Stuart Hall (1997), en su obra *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, retoma los planteamientos foucaultianos, que con relativa distancia respecto a las propuestas de Saussure y Barthes –enfocadas en el dominio de la estructura significante–, apuestan por el estudio no del lenguaje; sino del discurso, como un sistema de

¹⁷ Los mencionados términos serán usados a modo de sinónimos para entender a la representación en cuestión. El objetivo de esta tesis no es definir cuál es el concepto adecuado, sino justamente tomar los distintos conceptos empleados tanto en las fuentes primarias, como en las secundarias.

representación. Foucault sostiene que nada existe fuera del discurso y que este define cómo se piensa y cómo se razona acerca de un tópico, regulando las prácticas y conductas de los sujetos. La formación discursiva —confluencia de textos y formas de conducta—, al ser característica de un estado de conocimiento (*episteme*), limita, por un lado, las formas de hablar y de referirnos a los tópicos; y por otro, las formas de comportarnos y de construir el conocimiento mismo.

En ese sentido, pese a las diferencias con los semióticos, el construccionismo también se hace presente en la obra de Foucault: no para entender cómo el conocimiento y el sentido se producen mediante la lengua; sino a través del discurso. De tal modo que, Hall (1997), basado en el estudio en torno a la locura —escrito por recién el citado filósofo francés—, identifica ciertos elementos útiles para el desarrollo de la presente tesis, cuyo eje central, son las representaciones de la mujer moderna en la *Motion Picture Magazine*, durante Los Felices Años Veinte:

- “Enunciados sobre la “locura”, “castigo” o “sexualidad” que nos dan cierto conocimiento sobre las cosas” (Hall 1997, 28).

En el caso de estudio que a esta investigación concierne, las menciones a la *new woman*, *modern woman* o *flapper* se encaminan a esclarecer lo que estas representaciones de mujer significaban para la industria del cine y para las revistas de fanáticos. En Los Felices Años Veinte, las narrativas presentes en la *Motion Picture Magazine*, dotaron de una definición histórico-cultural, es decir, de un marco común de referencia para entender esta construcción que constituía y representaba desde la industria cinematográfica.

- *Las reglas que prescriben ciertos modos de hablar sobre esos tópicos y excluyen otros modos —que gobiernan lo que es “decible” o “pensable” sobre locura, castigo o sexualidad, en un momento histórico particular* (Hall 1997, 28).

A este respecto, en el discurso de la *Motion Picture Magazine*, las representaciones de la mujer moderna fue construida, legitimada y promovida desde una posicionalidad blanca que contribuyó a hegemonizar la identidad femenina nacional. Desde esta postura, que correspondía a una ideología oficial, se ilustraba cómo y quiénes podían encarnar este

modelo¹⁸. El medio de comunicación masiva en cuestión, educaba a la sociedad respecto las normativas en torno a la moderna performatividad del género.

- *Sujetos que de alguna manera personifiquen el discurso –el loco, la mujer histérica, el criminal, el desviado, el perverso sexual; con atributos que esperamos que estos sujetos deben tener, dado el modo como el conocimiento sobre estos tópicos ha sido construido en tal tiempo (Hall 1997, 28).*

En este punto, cabe citar a estrellas como Clara Bow o Louise Brooks, quienes encarnaron los atributos asignados a la mujer moderna. A partir de estas representaciones de género se ubicaban, exaltaban o negociaban categorías, estableciéndolas como mecanismos de inclusión y de exclusión dentro de la construcción identitaria hegemónica.

- *Cómo este conocimiento sobre el tópico adquiere autoridad, un sentido de encarnar la “verdad” sobre el mismo; constituyendo “la verdad del asunto”, en un momento histórico (Hall 1997, 28).*

Echando mano de los planteamientos de Foucault, a lo largo de este capítulo se identificará la afirmación de “verdad” –y su relación con el poder regulador de las prácticas sociales– en torno a representaciones femenina de Los Felices Años Veinte, en la *Motion Picture Magazine* –que respalda y se respalda en una “ideología oficial” sobre la mujer moderna estadounidense–. A este respecto, ¿qué auténticas características –o categorías– poseen esos sujetos? ¿qué sujetos femeninos encarnan la modernidad conforme al discurso hegemónico producido desde la industria cinematográfica? ¿cómo se legitiman y reproducen las representaciones de género?

- *Las prácticas dentro de las instituciones para trabajar con estos sujetos, cuya conducta es regulada y organizada de acuerdo con estas ideas (Hall 1997, 28).*

Retomando el concepto foucaultiano de “verdad”, en palabras de Daniele Lorenzini (2010), esta “ha sido utilizada como instrumento esencial de sujetamiento, como fundamental

¹⁸ Véase Muteba Rahier, Jean. «Representaciones de la gente negra en la revista Vistazo, 1957-1971». *Revista Flacso-Ecuador*, no. 7 (1999): 96-105. <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/iconos/article/view/684/665>

elemento táctico en el interior de mecanismos que permiten al poder conducir la conducta de los individuos”. De este modo, por su incuestionabilidad y poder, la narrativa hegemónica que definió las representaciones ideotecnológicas de género en Los Felices Años Veinte, condicionaron la existencia de las mujeres que se convertían en sujetos modernos a partir de la sujeción a las normativas. Es decir, ser moderna, personificar a la *new woman* o identificarse como *flapper*, significaba repetir ritualizadamente los nuevos actos performativos que constituían al género de acuerdo al discurso biopolítico imperante.

De este modo, pese a que, en gran medida las revistas de fanáticos reafirmaron los discursos sobre lo femenino acorde a las circunstancias históricas, sus intenciones no respondían a transformaciones inocentes, meramente resultado del contexto político, económico, social y/o cultural. Dicho de otro modo, esta constitución del género devino de sus representaciones a través de un dispositivo que le (re)construyó y (re)presentó como y desde una producción ideotecnológica¹⁹ que disciplinaba las normativas institucionalizadas respecto a lo femenino.

En sintonía con lo anterior, el género como dispositivo respondía a una *episteme* y a prácticas que la ejecutaban dentro de los márgenes de las instituciones. Igualmente, es preciso reiterar que, dentro de los límites del discurso, “la construcción del género es tanto el producto como el proceso de su representación (...) la construcción del género es el producto y el proceso de ambas, de la representación y de la auto-representación” (De Lauretis 1989, 15).

Asimismo, una vez puntualizado el discurso en tanto a su vigencia, también debe subrayarse la historicidad que Hall rescata de Foucault, y recordar que el

- *Reconocimiento de que un diferente conocimiento o episteme va a sugerir un momento histórico posterior que suplanta el existente, abriendo una nueva formación discursiva, y produciendo, a su vez, nuevas concepciones de “locura” o “castigo”, nuevos discursos en el poder y la autoridad, la “verdad”, para regular las prácticas sociales de modo nuevo* (Hall 1997, 28).

¹⁹ Véase De Lauretis Teresa. 1989. “La tecnología del género”. In *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film and Fiction*, 1-30. London: Macmillan Press.

La historicidad de los discursos sale a relucir, no solo por la pertinencia de la propuesta de Michel Foucault, sino también porque permite situar a la *flapper*, como el sujeto femenino que encarnó la modernidad en Los Felices Años Veinte estadounidenses. Estas nuevas representaciones ideotecnológicas de género sucedieron al ideal victoriano. La importancia de ubicar contextualmente a la *modern woman*, encamina a diferenciarla de las construcciones discursivas, en torno a lo femenino, que surgieron antes y después. Así pues, situarla adecuadamente, permite interpretar y analizar los signos y significados específicos que en ella se inscribieron cultural y discursivamente.

En otras palabras y siguiendo con el ejemplo de Foucault 1972 citado en Hall 1997, 29):

solo dentro de una formación discursiva definida, el objeto²⁰ (...) podía aparecer como un constructo significativo o tangible. Estaba constituido por todo lo que se decía, en todos los enunciados que lo nombraban, lo dividían, lo describían, lo explicaban, trazaban su desarrollo, indicaban sus variadas correlaciones, lo juzgaban, y posiblemente le daban la palabra para articular, en su nombre, discursos que debían ser tomados como suyos. Y solo después de que una cierta definición de (el objeto), era puesta en práctica, el sujeto apropiado —el “loco”, como era definido por el conocimiento médico y psiquiátrico del momento- podía aparecer.

Los aportes de Foucault, permiten a Hall (1997) explicar cómo el conocimiento opera mediante prácticas discursivas que regulan la conducta, partiendo de la relación entre conocimiento y poder, evidenciando la existencia de un aparato institucional, con relaciones de fuerzas que le dan soporte y que fundamentan el conocimiento que promueve. Es decir, dicho aparato es sostenido por tecnologías (técnicas), a partir de las cuales, se aprecia la manera en la que las relaciones de poder, se aplican a cuerpos particulares. Es de suma importancia exponer esta visión para atender las tecnologías del género, como elementos cruciales en la construcción de las representaciones de la mujer moderna estadounidense.

²⁰ En este caso la representación de la mujer moderna

Ahora bien, se debe señalar que Foucault rechaza la concepción marxista de ideología, su reduccionismo respecto a las clases, su conflicto de intereses, y el reclamo de “verdad absoluta” fuera del discurso. No obstante, el aporte de Gramsci respecto a la hegemonía, aunque dista en algunos puntos, es un poco más cercano a su propuesta del discurso, conocimiento y poder, vinculados de manera no violenta. El autor francés insiste, entonces, en que el poder circula en forma de una red que llega tanto a la esfera pública, como a la privada; es decir, está presente en todos los niveles de la vida social (Hall 1997, 32).

En este sentido, recalcar estos enunciados también da paso a conocer la manera en la que el poder es experimentado por el sujeto-sujetado. De tal modo que, aunque la *modern woman* estadounidense devino y encarnó el discurso sobre la nueva constitución del género, su performatividad fue percibida como una posibilidad de empoderamiento, al ser asociada con la libertad. Para profundizar en esta cuestión, la noción de sujeto es indispensable, al ser sugerida desde dos perspectivas:

el discurso mismo produce «sujetos»-figuras que personifican las formas particulares de conocimiento que el discurso produce. Estos sujetos tienen atributos que esperaríamos al ser ellos definidos por el discurso [...].

[Los] “discursos constituyen posiciones desde las cuales, ellos mismos se vuelven significativos y tienen efectos. Los individuos pueden diferir en cuanto a su clase, género, raza y características étnicas, pero no son capaces de dar sentido hasta que los hayan identificado con esas posiciones que el discurso construye, sujetándose ellos mismos a sus reglas, y por lo tanto, volviéndose de su poder/conocimiento (Hall 1997, 37, 38).

Es preciso citar nuevamente a De Lauretis (1989) quien, retoma y complementa la propuesta de Foucault, y sugiere entender al género “en tanto representación o auto-representación” y como “el producto y el proceso de un conjunto de tecnologías sociales, de aparatos tecno-sociales o bio-médicos”. Del mismo modo, agrega que es una representación con “implicaciones concretas o reales, tanto sociales como subjetivas, para la vida material

de los individuos”; y que su construcción continúa en los aparatos ideológicos del estado, pero también en la academia. Señala, también, que

la construcción del género es también afectada por su deconstrucción; es decir por cualquier discurso (...) que pudiera dejarla de lado como una tergiversación ideológica. Porque el género como real, es no solo el efecto de la representación sino también su exceso, lo que permanece fuera del discurso como trauma potencial que si no se le contiene, puede romper o desestabilizar cualquier representación (De Lauretis 1989, 9).

Posteriormente, sin caer en simplificaciones, la autora se remite a la conceptualización de la ideología de Althusser, para explicar su propuesta sobre el género. Ambos –el género y la ideología–, afirma, tienen la función de construir individuos concretos –respecto al género y en este caso de estudio, en mujeres– y a través de los dos, se representa “la relación imaginaria de los individuos con las relaciones reales en las que viven y que gobiernan su existencia”. La importancia de la subjetividad como función de la ideología, es el sustento de la teoría feminista que entiende al género como una fuerza político-personal negativa o positiva. (De Lauretis 1989, 12).

Desde esta óptica, la representación social y subjetiva del género se afecta una a la otra: y se “deja abierta una posibilidad de agencia y de auto-determinación en el nivel subjetivo e individual de las prácticas cotidianas y micropolíticas que Althusser mismo podría claramente rechazar” (De Lauretis 1989, 15). Por otro lado, el género y la ideología althusseriana difieren en que esta última “no deja nada afuera”. Sin embargo, el afuera que valida este autor, no es sino el conocimiento científico, la ciencia.

Esta noción contrasta terminantemente con la del sujeto del feminismo por el que aboga De Lauretis, quien encuentra que este no solo se sabe distinto de la Mujer (la madre, el objeto de deseo, la feminidad, etc.), sino que también se encuentra distante a otras “mujeres reales, seres históricos y sujetos sociales que son definidos por la tecnología del género y engendrado por las relaciones sociales”²¹. En este sentido, el sujeto de Althusser se concibe

²¹ Entender al género como una constante representación –auto y hetero– en construcción, no aleja de una visión reduccionista que se limita a aceptar la existencia de únicamente dos esferas de la vida social. En contraste,

desde un afuera; mientras que el del feminismo se sabe dentro y fuera de su representación²², como parte del proceso de interpelación, en el que acepta y absorbe dicha representación (De Lauretis 1989, 16, 19).

Una vez esbozada la propuesta de la tecnología del género, es necesario, también, citar nuevamente la noción de performatividad de Judith Butler, pues es indispensable para comprender las representaciones ideotecnológicas sobre la mujer moderna estadounidense en la *Motion Picture Magazine*. De este modo, retomando la obra de Moreno Esparza y Torres Cruz (2019), la performatividad se percibe como una herramienta de tipo conceptual para el análisis de la discursividad, de la identidad, de la contextualidad y de la materialidad. En esta misma línea, los autores se remiten a Shoshana Felman y a Eve Kosofsky Sedwick para analizar la corporalidad no como un aspecto material de la significación, sino como un vehículo para la producción de significados historizados.

Moreno Esparza y Torres Cruz (2019) acuden a Judith Butler para esclarecer la diferencia entre *performance* y performatividad; de la misma forma, señalan que Salih afirma que el primero “sugiere un sujeto pre-existente”; no puede reducirse a la segunda, que “refuta la mera acción del sujeto”. Esto, debido a que, pese a que los agentes eligen, no pueden representar libremente cualquier identidad; sino adaptarse a las normas culturales y expectativas en torno a las conductas de su contexto cultural. De este modo, Judith Butler no sostiene que la identidad de género sea una *performance* “dado que eso presupondría la existencia de un sujeto o actor que está llevando a cabo esa *performance*”. De acuerdo con

Joan Kelly visibiliza conjuntos de relaciones sociales de trabajo y sexo, de clase y raza, o sexo y género (De Lauretis 1989, 14)

²² Por su parte, el análisis del género y la representación de la mujer por parte de los deconstructivistas, realizado previamente, se había limitado a enunciar diferencias discursivas, de lenguaje y de posiciones del discurso. Braidotti ubica “la femineidad” en las obras de Deleuze, Lyotard, Derrida y Foucault, pero encuentra en ellas una distancia con las mujeres reales:

Derrida desplaza el “género sobre una ahistórica figura de la femineidad puramente sexual, sobre un cuerpo de placeres difusos (Foucault) y superficies investidas líbidamente (Lyotard); o en un lugar-corporal de afectividad indiferenciada, y por tanto, un sujeto liberado de la (auto)representación y los constreñimientos de la identificada (Deleuze); y finalmente por el desplazamiento de la ideología, pero también de la realidad, la historicidad, del género sobre el sujeto difuso, descentrado o deconstruido (pero ciertamente no femenino); así es que, paradójicamente otra vez, estas teorías hacen su apelación a las mujeres, nombrando el proceso de tal desplazamiento con el término deviniendo mujeres” (De Lauretis 1989, 32, 34)

Jagger, en la conceptualización de dicha autora “el “hacedor” es producido en y por el acto, en un sentido nietzscheano. Por último, su artículo puntualiza que el modelo performativo-teatral no proyecta la construcción de identidades generificadas, sino que está encaminada a visibilizar las dimensiones colectivas de la performatividad.

En este sentido, la performatividad es “la práctica reiterativa y referencial mediante la cual el discurso produce los efectos que nombra; es decir, es una “esfera en la que el poder actúa como discurso”. Asimismo, esta propuesta niega las teorías esencialistas y sostiene que, tanto el cuerpo, como el género y la sexualidad, son construcciones culturales débiles y cambiantes a lo largo del tiempo. Es decir, «en la medida en que no permite usar, para explicarlo, un modelo expresivo de pensamiento: ningún género es “expresado” en acciones, gestos o habla, sino que la actuación [*performance*] del género produce retroactivamente la ilusión de que hay un núcleo interno de género» (Moreno Esparza y Torres Cruz 2019, 6-7, 17).

Respecto al género como un dispositivo de poder, el término en cuestión, pese a ser acuñado por Foucault, carece de una definición exacta. El autor, en una entrevista realizada en 1977, describió la problematización del concepto a partir de la siguiente cita:

Lo que trato de situar bajo ese nombre es, en primer lugar, un conjunto decididamente heterogéneo, que comprende discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, posiciones filosóficas, morales, filantrópicas; en resumen, los elementos del dispositivo pertenecen tanto a lo dicho como a lo no-dicho. El dispositivo es la red que puede establecerse entre estos elementos (Foucault 1997 citado en García Fanlo 2011, 1).

Por su parte, Amigot Leache y Pujal i Llombart (2009) afirman que el concebir al género como dispositivo de poder, enfatizando en su operatividad como productora y reguladora de la vida social y de la subjetividad²³, visibiliza la corporeización de los efectos

²³ Desde esta visión, la interacción entre dispositivos que responden a un discurso es lo que define tanto lo social como lo subjetivo. “Judith Butler, (expone la) operatividad del género como dispositivo específico de

del poder y la sujeción. Cabe destacar que es esta última, la que da pie a la transición de los sujetos al género que se interpela; empero, esta categoría coexiste con otras tales como la raza, la clase, la etnia, la edad etc.

Aunado a lo anterior, García Fanlo (2011), citando la obra de Deleuze, sostiene que “somos el dispositivo”, pues este produce un tipo de subjetividad específica: un tipo de sujeto. Acudiendo a Foucault, el mismo autor enfatiza en que los dispositivos se traducen en prácticas y mecanismos que afectan, normalizan o neutralizan efectos. Ahora bien, una vez esbozado el marco conceptual elegido para analizar las representaciones de género que es y deviene de un dispositivo de producción ideotecnológica, los conceptos de interseccionalidad e intertextualidad serán detallados para especificar el camino a seguir durante el Análisis Crítico del Discurso de la *Motion Picture Magazine*.

En sintonía con lo dicho, respecto a la interseccionalidad, Lykke (2011 en Viveros Vigoya 2016, 5) la define como “un lugar discursivo donde diferentes posiciones feministas se encuentran en diálogo crítico o de conflicto productivo”. No obstante, el origen de este concepto se remonta a 1989, cuando la abogada afrodescendiente Kimberlé Crenshaw fundamentó la necesidad de categorías jurídicas que permitieran enfrentar los variados y múltiples niveles de discriminación que sufrían las trabajadoras negras de *General Motors*. Cabe destacar que, ella misma aclaró que su intención no era crear una teoría de opresión general, sino contextualizar las experiencias de cada caso (Viveros Vigoya 2016, 5).

Posteriormente, fue Patricia Hill Collins, la primera en usar la interseccionalidad dentro paradigma del feminismo estructuralista; mientras que Ange-Marie Hancock, propuso su formalización como teoría normativa e investigación empírica, asentando una serie de presupuestos básicos para hacer frente a las problemáticas en torno al poder, la justicia distributiva y el gobierno en situaciones específicas y concretas:

1. En todos los problemas y procesos políticos complejos está implicada más de una categoría de diferencia.

poder; partiendo desde la operatividad macrosocial hasta los procesos psíquicos, performativos e identitarios de normalización identitaria de los sujetos.” (Amigot Leache y Pujal i Llombart 2009, 115).

2. Se debe prestar atención a todas las categorías pertinentes, pero las relaciones entre categorías son variables y continúan siendo una pregunta empírica abierta.
3. Cada categoría es diversa internamente.
4. Las categorías de diferencia son conceptualizadas como producciones dinámicas de factores individuales e institucionales, que son cuestionados e impuestos en ambos niveles.
5. Una investigación interseccional examina las categorías a varios niveles de análisis e interroga las interacciones entre estos.
6. La interseccionalidad como paradigma requiere desarrollos tanto teóricos como empíricos (Hancock Ange-Marie, citado en Viveros Vigoya 2016, 5).

Cabe destacar que, posteriormente, pese a la aceptación entre aquellos que analizaban los aspectos estructurales de la interseccionalidad, Kathy Davis –desde el *black feminism* y la teoría posmoderna– rechazó dicha propuesta sustentando que el punto de esta perspectiva, radica en su vaguedad. Por su parte, para Patricia Hill Collins, en torno a los niveles de análisis, se debe considerar tanto lo macrosociológico como lo microsociológico, y ello lo entiende como una diferencia léxica. De este modo:

Cuando esta articulación de opresiones considera los efectos de las estructuras de desigualdad social en las vidas individuales y se produce en procesos microsociales, se designa *interseccionalidad*; cuando se refiere a fenómenos macrosociales que interrogan la manera en que están implicados los sistemas de poder en la producción, organización y mantenimiento de las desigualdades, se llama *interlocking systems of oppression* (Patricia Hill Collins 2000 citado en Viveros Vigoya 2016, 73).

La diferenciación de niveles y el consecuente desglose de líneas de estudio, ha traído consigo un importante debate que Viveros Vigoya retoma: por un lado, Staunæs critica que el enfoque estructural ha dejado de lado la consideración de la subjetividad en las relaciones

de poder²⁴, al centrarse en las estructuras. Por otro, Hill Collins, afirma que algunos de los estudios se han tornado excesivamente introspectivos en la narrativa de identidades y que la influencia post-estructuralista, no ha tomado en cuenta el valor de las organizaciones e instituciones, al analizar la desigualdad social. Dentro del mismo debate, Crenshaw concibe a la interseccionalidad como “un concepto de apoyo que vincula las políticas contemporáneas a la teoría posmoderna”. En defensa de su posición, Collins presenta la interseccionalidad como un paradigma alternativo y distante de la epistemología occidental y su peculiar antagonismo entre el positivismo y el posmodernismo (Viveros Vigoya 2016, 6).

Sin embargo, Viveros sustenta que “la diferenciación micro y macro no está (...) disociada de la afiliación técnica y genealógica que se atribuye a la interseccionalidad: el *black feminism* y el pensamiento posmoderno/post estructuralista”. Su afirmación echa mano de Crenshaw, quien propone la interseccionalidad como un concepto vinculante entre la teoría posmoderna y las políticas contemporáneas²⁵ (Viveros Vigoya 2016, 6). No obstante, esta no es la única diferenciación de concepciones que ha sido trazada.

Elsa Dorlin ha delineado las dos vertientes en las cuales se han movido las teorías de la interseccionalidad: la analítica, que sugiere que toda la dominación es interseccional²⁶ porque el género no puede separarse ni de la raza, ni de la clase; y la fenomenológica, en la que, de acuerdo con sus propulsores, “lo que es realmente interseccional, es la experiencia de la dominación” Dorin (2009 en Viveros Vigoya 2016, 7). Para dicha autora, estas visiones limitan la posibilidad de desarrollar un análisis más profundo, con alcances teóricos y

²⁴ También cabe resaltar que, de acuerdo con Bilge, el uso de esta propuesta desde una perspectiva u otra, responde a los contextos de investigación: mientras que, en los Estados Unidos, las producciones se ven influidas por el *black feminism*; en el norte de Europa, se apuesta por su asociación a la teoría posmoderna (Viveros Vigoya 2016, 6).

²⁵ “Para autoras como Kathy Davis, la interseccionalidad se inscribe en el proyecto posmoderno de conceptualización de las identidades como múltiples y fluidas, y se encuentra con la perspectiva foucaultiana del poder en la medida en que ambas ponen el énfasis en los procesos dinámicos y en la deconstrucción de las categorías normalizadoras y homogeneizantes” (Viveros Vigoya 2016, 6).

²⁶ “La idea según la cual toda dominación es, por definición, interseccional implica, por ejemplo, que tanto las mujeres blancas y ricas como las mujeres pobres y negras son producidas por las relaciones de género, raza y clase; la dificultad para asumirlo de esta manera reside en que las primeras, al gozar de privilegios de clase y color, no perciben ni experimentan las relaciones imbricadas de clase, raza y sexo que las producen, mientras que las segundas sí lo hacen” (Viveros Vigoya 2016, 8).

políticos más amplios, al separar los marcos que teorizan en torno al poder y la interseccionalidad.

La autora acude nuevamente a Dorlin para reiterar que las experiencias de sexismo son tan distintas, como las mujeres que las viven. Dicho de otro modo:

El concepto de interseccionalidad ha sido muy útil para superar la conceptualización aritmética de las desigualdades sociorraciales como fruto de la convergencia, fusión o adición de distintos criterios de discriminación de las mujeres. A la par, ha servido para desafiar el modelo hegemónico de “La Mujer” universal, y para comprender las experiencias de las mujeres pobres y racializadas como producto de la intersección dinámica entre el sexo/género, la clase y la raza en contextos de dominación construidos históricamente (Dorlin 2008 citado en Viveros Vigoya 2016, 8).

Por ello, toma en consideración las críticas de Kergoat, que alega la necesidad de pensar en el carácter cambiante e histórico de las intersecciones del sexismo, del racismo y del clasismo, respecto a las relaciones de dominación. Del mismo modo, apoya su propuesta en torno a no estabilizar ni fijar las relaciones como posiciones fijas, sectorizando las movilizaciones sociales, naturalizando y encerrando a los sujetos en discursos que les conciben como “identidades de alteridad preexistentes” (Viveros Vigoya 2016, 8).

En este sentido, la interseccionalidad como problemática sociológica muestra que, tanto las relaciones de género, de raza y de clase se articulan concretamente; como que las lógicas sociales, difieren de las lógicas políticas. Consecuentemente, “las propiedades de los agentes sociales no pueden ser comprendidas en términos de ventajas o desventajas, desde una lógica aritmética de la dominación”. De acuerdo con Bereni, Chauvin, Jaunait y Revillard (2008 en Viveros Vigoya 2016, 9-10), «la raza, la clase y el género son inseparables empíricamente y se imbrican concretamente en la “producción” de las y los distintos actores sociales» Es decir, las experiencias son vividas de forma distinta por la diferencia no solo histórica, sino también subjetiva.

Por ende, Viveros Vigoya (2016) considera que es imprescindible considerar lo que Candace West y Sarah Fenstermaker denominan “realizaciones situadas”. En otras palabras, se deben analizar las relaciones sociales como construcciones simultáneas en distintos órdenes de clase, de género, y de raza, y en diferentes configuraciones históricas que dotan de significado a las categorías que interactúan en contextos específicos. Es su “autenticidad” lo que les actualiza y dota de sentido.

Posteriormente, Viveros Vigoya (2016) cita a Lugones quien contrasta las propuestas sobre la diferencia de Audre Lorde –que las percibe como diferencias no dominantes e interdependientes- y de Kimberlé Crenshaw –que las entiende como “categorías de opresión separables que al entrecruzarse se afectan”-. Así pues, lejos del prescriptivismo y más cerca de la concreción, de la historicidad, del contexto y del ímpetu político,

los análisis interseccionales permiten y propician una reflexión permanente sobre la tendencia que tiene cualquier discurso emancipador a adoptar una posición hegemónica y a engendrar siempre un campo de saber-poder que comporta exclusiones y cosas no dichas o disimuladas. Sin embargo, no se pueden contentar con repetir lo que Wendy Brown (1995) denominó el “mantra multiculturalista” (raza, clase, género, sexualidad), descuidándonos y cerrándonos frente a la intervención de nuevas diferencias que pueden generar desigualdades significativas y dominación en la vida social (Purtschert y Meyer 2009 citado en Viveros Vigoya 2016, 14).

En esta misma línea, «la intersección nos muestra un vacío, una ausencia, donde debería estar, por ejemplo, la mujer negra, porque ni la categoría “mujer” ni la categoría “negro” la incluyen. Pero una vez identificado este vacío debe actuarse políticamente». Lugones también critica el concepto de intersección de opresiones, desde su óptica, es un mecanismo de control y desconexión que “inmoviliza las relaciones sociales y las fragmenta en categorías homogéneas, crea posiciones fijas y divide los movimientos sociales, en lugar de propiciar coaliciones entre ellos” (Viveros Vigoya 2016, 9).

Además, Viveros Vigoya (2016) subraya que los planteamientos interseccionales permiten justificar las experiencias, las reivindicaciones y las prácticas sociales, como

fuentes de conocimiento y generadoras de sujetos e identidades políticas frente a la raza y el racismo; identificadas como modalidades de dominación. Simultáneamente, los análisis de esta índole, permiten comprender las dimensiones políticas de la interseccionalidad trastocadas al anteponer, individual o colectivamente, algún aspecto de la identidad.

En este marco, Kergoat también abate el tradicional concepto de “intersección”, que impide ver las dimensiones reales de la dominación y suprime la historicidad de las relaciones sociales desiguales. Plantea proceder al análisis desde una perspectiva feminista materialista que perciba las relaciones sociales como consubstanciales (porque generan experiencias cuya división secuencial se limita a su análisis) y co-extensivas (al coproducirse de manera mutua). Además, ejemplifica cómo el género puede definir la clase; cómo las relaciones de género refuerzan las relaciones de raza; y cómo las relaciones raciales dinamizan las relaciones de género (Viveros Vigoya 2016, 8). En este sentido, afirma que el correcto análisis, pues, favorece la reconstrucción de un escenario en el que la interseccionalidad da luz a la opresión, pero también a los discretos privilegios.

En sintonía con lo previamente dicho, para la presente investigación, el eje clave no es sino el manifiesto que afirma:

la existencia de posiciones sociales que no padecen ni la marginación ni la discriminación, porque encarnan la norma misma, como la masculinidad, la heteronormatividad o la blanquitud. Al develar estos dos aspectos, este tipo de análisis ofrece nuevas perspectivas que se desaprovechan cuando se limita su uso a un enfoque jurídico y formalista de la dominación cruzada, y a las relaciones sociales —género, raza, clase— como sectores de intervención social (Viveros Vigoya 2016, 8).

De las líneas anteriores deviene el interés en la propuesta interseccional, pues las representaciones ideotecnológicas de la mujer moderna en la *Motion Picture Magazine*, construyeron un modelo femenino cuya categoría primordial era la blanquitud. Empero, el presente trabajo no ignora que puede caer en el mismo vacío que algunos autores estadounidenses —quienes dan por sentado que las condiciones económicas en aquel país son igualitarias, y por ello, focalizan la intersección de otras categorías — al prestar más atención

al género, la raza y la edad, que a la clase. No obstante, ello no debe ser traducida como la aceptación de que en Estados Unidos se vive en una sociedad sin clases y con una incuestionable igualdad de oportunidades (Viveros Vigoya 2016, 9).

La decisión de reparar en las mencionadas categorías se debe, principalmente, al contenido de las fuentes elegidas, pues en la *Motion Picture Magazine*, la raza es esencial en la producción y reproducción de un modelo femenino nacional. Así pues, la teoría interseccional dará luz a las construcciones discursivas que legitimaron las representaciones ideotecnológicas de la mujer moderna o *flapper* estadounidense. En este sentido, tal deconstrucción permitirá entender las categorías identitarias, como mecanismos de inclusión o exclusión en el discurso hegemónico.

Otro de los elementos que fortalecerán el presente análisis en torno al sujeto femenino de la modernidad estadounidense en la prensa cinematográfica, es la intertextualidad como un mecanismo discursivo que permite la articulación del relato y del discurso mediante su dimensión polifónica (Karam 2006, 177). Dicho concepto fue definido por Kristeva — influenciada por Bajtín—, para explicar la relación recíproca entre los textos, su polifonía o “cruzamiento” (Villalobos Alpízar 2003, 137). En esta misma línea, Barthes (1980 en Karam 2006, 187) “sitúa la estructura literaria dentro de una estructura social que también es textual”

Entre las contribuciones al análisis intertextual, Marinkovich (1998) recupera el aporte de Fairclough, mismo que destaca su función mediadora entre el lenguaje y el contexto social particular en el que cada texto se produce, se distribuye y se consume. Posteriormente, acude a Hatim y Mason, quienes agregan la necesidad de adentrarse en este análisis dentro de un marco extratextual, mismo que contempla una dimensión comunicativa, una pragmática y una semiótica que le dan forma desde la expresión lingüística. Estos enfoques enlazaron las funciones ideacionales —de la representación tanto de la experiencia, como del mundo—, interpersonales —la interacción social entre los partícipes en el discurso—, y textuales —la unión y vinculación coherente de los textos, a contextos situacionales—.

Siguiendo esta línea, Marinkovich se apega a Fairclough, quien distingue entre discurso como abstracción —el uso del lenguaje a modo de práctica social— y como expresiones concretas —las formas en las cuales se expresan las experiencias particulares—.

Dicho de otro modo, apuesta por definir el análisis intertextual²⁷ como una selección dentro del potencial intertextual que organiza el discurso; en el cual, se crean consensos, se transmiten ideas, prácticas, significados, valores e identidades. A la par, (Fairclough 1995 en Marinkovich 1998, 738) sostiene que “el discurso en las sociedades modernas se caracteriza por tener un papel distintivo e importante en la constitución y reproducción de relaciones de poder e identidades sociales”.

Así pues, las nuevas perspectivas que la deconstrucción y el fenómeno de la interpretación trajeron consigo, han sido cruciales para redefinir –“actualizar”– el concepto de intertextualidad. Al retomar las propuestas de J. Kristeva, Barthes, Derrida y Foucault, se da peso a las cuestiones culturales y políticas. Esta perspectiva, afirma Gómez Alonso (2017), se apega a la idea de que “el texto es una red de superposición y entrecruzamientos de texto interminable, entendiendo el texto, como transtextualidad infinita; y la intertextualidad, como el factor de creación y transformación de textos”.

La intertextualidad será útil para visibilizar el proceso de producción-interpretación dentro de la *Motion Picture Magazine* –considerando los elementos discursivos, históricos y culturales–, que, al ser desarrollado dentro de otro marco social en el que se comparten conceptos y convenciones (Luzón Marco 1997, 35-36) permitía entender el marco cultural que le daba sentido. No obstante, cabe destacar que las relaciones intertextuales no son el objetivo principal de esta tesis.

3.2 LAS FLAPPERS A ESCENA

“(...) the New Woman of the 1920s boldly asserted her right to dance, drink, smoke, and date—to work her own property, to live free of the strictures that governed her mother’s generation. (...) She flouted Victorian-era conventions

²⁷ Fairclough retoma la postura de los teóricos franceses que defienden la existencia de dos tipos de intertextualidad: la intertextualidad manifiesta (es decir, cuando los textos se componen explícitamente de otros fragmentos o elementos específicos) y la intertextualidad constitutiva o interdiscursividad (en la que los textos se constituyen de convenciones o elementos de otros tipos de textos, sean géneros, registros o estilos) (Luzón Marco 1997, 136).

and scandalized her parents. In many ways, she controlled her own destiny.”
— Joshua Zeitz

Históricamente, las *flappers* de Los Felices Años Veinte estadounidenses han sido catalogadas como una de las múltiples expresiones de emancipación social y cultural femenina. No obstante, pese al actual reconocimiento de los aspectos políticos que legitimaron su lucha, autores como Calverton, en quien Freedman se apoya, insisten en que fue la independencia económica el verdadero parteaguas cuando de la experiencia de las mujeres, y de su libertad, se trata.:

It is possible for the Southern girl now to an extent never permitted before to . . . become a person and not just another woman [...]. The Southern girl may like to earn a little money and have her fling, but the ideal in the back of her head is a nice house in the home town and a decorative position in society (George Britt citado en Freedman 1974, 376-377).

Además de lo anterior, se afirmaba que los trabajos a los que las mujeres aspiraban, estaban relacionados con sus talentos y destinos “naturales”. En este sentido, aunque

[...] the cultural perception of the middle-class working woman changed, replacing the spinster professional of the earlier generation with the young stenographer and department store clerk whose stint in the work world was a stage prior to marriage rather than a lifetime career choice. The majority of middle-class white women, then, remained in typing, stenography, and filing, but such positions also attracted women who otherwise rejected domestic and manufacturing jobs, perhaps because clerical work was, like nursing and teaching, considered an acceptable gender parallel to male white-collar professions like business manager, doctor, and principal, not to mention a convenient avenue to meeting these very suitable mates (Abbott 2004).

Abbott (2004) sostiene que tuvo lugar una estratégica redefinición de la feminidad por parte de las mujeres de clase media, al insertarse en el mundo laboral. En sintonía con el estudio realizado por Mary Ryan, la autora menciona que el cine reflejó esta tendencia. De

las películas que esta analizó (sin especificar el número) encontró que 114 personajes femeninos, eran secretarias; 49, era vendedoras –trabajo asociado a las *flappers*– y 28, eran taquígrafas. Ryan también concluyó que, a través de los filmes, se proyectó a las heroínas escapando del mundo laboral “gracias” al matrimonio.

Sin embargo, aunque el aumento en el número de mujeres empleadas no fomentó de manera automática la igualdad, sí modificó la concepción respecto a lo que ellas podían, o no, hacer. “In other words, images of working women in popular culture like the flapper gave women real freedom as they validated women’s desire to move out of the home and into the public sector even when those women did not fit the flapper ideal”²⁸ (Abbott 2004).

Entonces, aunque en términos fenomenológicos puede leerse de manera distinta, para Abbott (2004), más que modificar los valores morales, las entonces nuevas imágenes provenientes de la cultura de masas y del capitalismo, buscaban, mediante la publicidad, promover el consumo de bienes relacionados con la individualidad²⁹. En otras palabras, la *flapperhood* era definida, por un lado, a partir las categorías identitarias y sus intersecciones; y por otro, mediante la posesión de bienes –indumentaria y cosméticos– que “permitían” la performatividad moderna del género.

En este sentido, pensar que las mujeres estadounidenses alcanzaron total autonomía política y personal, es tan poco acertado como pensar que la nueva y moderna mujer, proyectada en la *Motion Picture Magazine*, representaba auténticamente a las mujeres; a las subjetividades que no cabían en el “nosotros”, dentro del imaginario estadounidense. La *flapper* como nueva constitución del género, no fue una creación ingenua; sino la materialización de un discurso con tecnologías y dispositivos de saber/poder, diseñados para responder a una preocupación en un contexto específico.

²⁸ Empero, la investigación de Rita Helmbold revela que la afluencia de mujeres blancas en la escala laboral, empujó a otras –como negras o inmigrantes– más abajo, limitándolas, en el mejor de los casos al trabajo doméstico o agrícola (Abbott 2004, 57).

²⁹ “[...]psychological advertising took hold during these decades, and a woman required a variety of consumer goods in order to fulfill the flapper identity, while these goods, in turn, were infused with the flapper’s qualities of modernity, upper-class leisure, and sexual joie de vivre” (Abbott 2004, 6).

Angela Latham (2000) señala que Freedman lanza la siguiente pregunta: “how the social freedom in clothing manners, and sex contributed to deeper social change?” Se niega, pues, a retratar esta época como sinónimo de igualdad, alegando que se había perpetuado un mito que ignoraba las múltiples evidencias de discriminación. Con ayuda de Carroll Smith-Rosenberg, la misma autora también señala que las diversas complicaciones en torno a la identidad, sí marcaron diferencias entre las mujeres blancas y ricas, en contraste con las vivencias de los grupos minoritarios en situación de pobreza. No se puede hablar, entonces, de una sociedad igualitaria. Sin embargo, este estudio no se enfoca en puntualizar las diferencias de clase, pues está encaminado a deconstruir las representaciones ideotecnológicas de género en la *Motion Picture Magazine*.

A propósito de las características de la mujer moderna estadounidense, Pumphrey cita un artículo publicado el primero de junio de 1925, en la revista *Vogue*. De acuerdo con su autor, esta necesitaba al menos catorce vestidos, seis sombreros, seis abrigos y once pares de zapatos; además de ropa interior y accesorios. Al ser la *flapper* una chica en movimiento, no solo necesitaba indumentaria para sus múltiples apariciones en público: carros, aviones y trenes, debían estar también a su disposición para llevarla a todos los lugares caros y lujosos que le apetecieran, especialmente, claro, aquellos de la vida nocturna (Pumphrey 1987, 186).

Los valores modernos, el ocio y la libertad social, relacionados con las *flappers*, eran exhibidos a través de las representaciones en la prensa: un nuevo modelo de mujer se estaba creando dentro de la sociedad consumista. En sintonía con lo anterior, Abbott (2004) cita a Roland Marchand para afirmar que los anuncios publicitarios reflejan más las aspiraciones públicas, que las situaciones contemporáneas; más las fantasías, que las realidades sociales.

Para apoyar el proyecto de masificación de la imagen de la nueva mujer, las revistas enfatizaron en la apariencia que esta debía tener. Kitch (2001 en Aino 2005, 7), considera que «The picture became a selling tool and the image of the woman on the front cover represented “both a specific type of female beauty and a ‘style’ that conveyed model attributes – youth, innocence, sophistication, modernity, upward mobility”». Sumado a lo anterior, Harnett comenta cómo Liz Conor detalla que, en múltiples escenas visuales, era apreciable la dicotomía mujer-objeto-espectáculo y hombre-sujeto-observador. Así pues, una

vez detectadas las posibilidades de exploración en el mercado, el cuerpo femenino se hipervisibilizó (Harnett 2009, 15).

A este respecto, Manhood (1991) se acerca a las consideraciones de Lois Bammer, quien aporta que la construcción de una “*fashionable physical appearance*” fue un elemento significativo en la experiencia femenina respecto al proceso de modernización (Pumphrey (1987) también concibe a la *flapper* como símbolo de la moda moderna; mientras que Palso puntualiza que, a mediados de la década de 1920, era ya la reina de la moda en los medios de comunicación masiva estadounidenses. La autonomía que las mujeres identificadas como *flappers* percibían dio paso para que “took pride in defying the Parisian trendsetters and American stylists [...]” (Palso 2001, 71).

En este mismo tenor, Alison Lurie (1994) aporta que, en los Estados Unidos, la modernidad se acompañó por una segunda revolución en la moda. En términos culturales, una exaltación de la juventud comenzó a popularizarse; consecuentemente, la indumentaria se diseñó para acentuarla y proclamarla. La figura de curvas marcadas y cintura pequeña quedó en el pasado, sustituyéndose por la “de muchacho”, sin curvas y con piernas delgadas y largas.

En este sentido, contrario a quienes sostienen que el *look* femenino tendió a masculinizarse, ella señala:

Un repaso de las fotografías y películas de la época demuestra que las mujeres de los años veinte, no parecían hombres, sino más bien niñas. Y aunque pudieran tener silueta de un muchacho adolescente, su cara era la de una niña pequeña: redonda, suave, con la nariz respingona, los ojos de plato y la boca de piñón. El pelo corto se le rizaba sobre la cabeza como el de un niño, o se le pegaba a ella como el de un bebé. “Solo una minoría llegó a adoptar el corte de pelo de muchacho o «corte Eton» que era de un rigor poco favorecedor” (Lurie 1994, 92).

De acuerdo con la autora, esta infantilización de la juventud, también se reflejó en la similitud de prendas usadas. Por ejemplo, las faldas y las blusas marineras eran usadas por

mujeres y niñas. Los vestidos cortados a modo de camisa, con cuellos desmesurados y corbatas de lazo, eran también muy semejantes a los usados por los infantes diez o veinte años antes. Además de lo anterior, también encuentra que los colores pálidos de las prendas, remitían a la infancia: crema, beige, blanco y tonalidades pastel (Lurie 1994, 91-92).

Lurie (1994) sostiene que los tradicionales zapatos “Mary Jane” –atados al tobillo–, que usaban las pequeñas, fueron simplemente transformados con un tacón cubano y convertidos en la clásica zapatilla de la época. Por su parte, Harrison (2011), afirma que estos solían tener una punta redondeada y una cuerda sobre el empeine; su altura era de aproximadamente dos pulgadas. Asimismo, destaca que las zapatillas de noche, solían estar hechas de tela o cuero.

En Los Felices Años Veinte, comenta Lurie (1994), la moda moderna se distinguió por sus tejidos finos y ligeros que daban forma a los vestidos sueltos, que no destacaban la cintura, y más bien solían ceñirse a las caderas (véase imágenes 5 y 6). Usualmente, eran a modo de bata o de cortos y escotados sacos que se acompañaban con enormes adornos de seda, terciopelo, sargas de cuentas o pequeños gorros acampanados. Además, Harnett (2019) señala que “The new style consisted of straight lines, flat chests, bobbed hair (véase imagen 7), and short skirts that accentuated long calves and showed a hint of the thigh”. Cabe destacar que ella no asocia la moda con la infancia, sino, en términos subjetivos, con una posibilidad de liberación femenina³⁰.

Al estar influenciada por el *Art Déco* y sus peculiares patrones geométricos, la moda no era asequible para la clase media, hasta que Coco Chanel lo posibilitó, facilitando así la reproducción del anhelado *look flapper*. La posibilidad de comprar ropa moderna no se albergó en las ciudades con tiendas departamentales, sino que también llegó a las zonas rurales, mediante las ventas por catálogo. De este modo, las personas que no podían viajar a las ciudades, o al menos no de compras, podían elegir las prendas que les llegarían hasta su hogar (Harrison 2008, 11).

³⁰ La búsqueda de libertad, empero, era seducida por las narrativas de los anuncios, pues la representación y modo de vida de la *flapper* eran orientados al consumo (Pumphrey 1987, 186).



Extreme scarfs will be the mode. Norma Shearer wears one of yellow and black with a long tailored coat. And a tam of black felt!

Every wardrobe demands a utility frock. Pauline Starke's is a Kasha plaid in red, gray and blue. Her soft gray felt hat with one of the new two-toned bands of red and blue complements this frock perfectly

Dorothy Mackaill's coat of a hand-woven fabric with the pointed fox collar and cuffs is very striking

Fashion's Trend for Autumn

PAGE
40

Imagen 5. Indumentaria moderna. Boll, Cerline «Morning, Afternoon and Evening à la Mode». *Motion Picture Magazine* XXXII, n.º3 (octubre de 1926): 52-53.

Morning, Afternoon and Evening à la Mode

There is an air about this gown of which the Princess Mary might approve . . . yet it is decidedly à la mode. Fashioned of white chiffon, over a foundation of white satin, it has girdles of old ivory silk lace which give the fashionable circular motion in both front and back. All the other details, including the waistband, are of the same lace. The neck line is round in the back and higher than it is in the front.



THE same subtlety of line and quality of manner that characterize Corinne Griffith characterize her wardrobe.

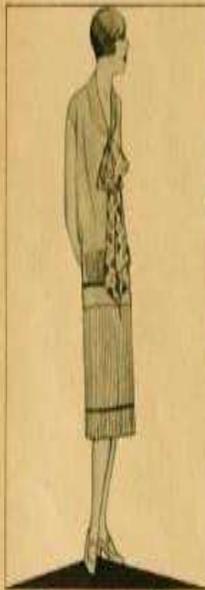
She favors soft reds, greens, wood browns, and much beige for her town clothes and pastel shades for evening wear and sports.

Because she is neither a decided blonde nor brunette, having green eyes, fair skin and brown hair, she may wear almost any color. But whatever the color she favors, it is certain to be of a subdued tone.

Carline Boll
Presents
Corinne Griffith's
New Wardrobe



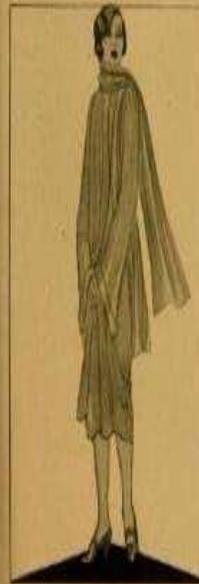
To the left is a one-piece frock of crested satin-back crepe. There is an underskirt over which is worn a tunic, long-sleeved, which opens in the front. The back, however, is quite flat. The scalloping around the bottom of the simulated jumper extends up the sides to the pockets . . . and the triple collar and cuffs and the ties are of a pastel-green chiffon.



The coat below is a masterpiece in leather . . . of Venetian red, with summer sermies of beige color. It is lined with a silk crepe of the same color which shows on the crests when the collar is open. The belt is drawn thru two brass rings at the left side. A circular gusset at either side of the front gives the slightest flare.



The coat of the very swagger walking costume shown below is made of molokai dyed a navy blue . . . the latest experiment in fur. With this Miss Griffith usually wears a dark-blue crepe-satin dress with lingerie collar and cuffs.



An interesting new material has been used in this two-piece, semi-sports dress. It is a kind of wool alpaca in yellow, with collar and pockets stitched with silver and yellow thread. The borders are almond green. In the back are two groups of pin-tucks which give the blouse a slightly fitted appearance. And the pattern of the soft silk tie is printed in soft pastel colors.



Very, very nautical in spirit is this navy blue twill frock that has a white flannel collar with a naval emblem embroidered in red and gold in each corner. Also there is gold braid at the cuffs and on the outside belt. Even the brass buttons that fasten the white flannel-cuffs have anchors on them.

The coat above is of a beige silk serge with a long wide scarf attached. The front is made rather circular by strips sewn together, which widen at the bottom and are scalloped. This is worn on informal summer occasions, over a gown of the same material which is trimmed with coral satin and coral beads.



The gown above is a flat-crepe, with wine-colored tulips in three shades printed on its white ground. There are five circular pockets across the front and the string belt, attached at the sides, is tied in back. A wine-colored chiffon scarf is part of the gown . . . and a coat of the same color in velvet and made like the other, were on this page beautifully complement this costume.

P. 22
L. 1111

P. 23
L. 1111

Imagen 6. Moda en Los Felices Años Veinte. Corson, Grace. «Fashion's Trend for Autumn». Motion Picture Magazine XXXII, n.º 3 (Octubre de 1926): 40

las más inteligentes estrategias por parte de las compañías de maquillaje y de ropa, fue la de presentar las nuevas prendas y tendencias en las revistas de fanáticos (véase imagen 11).

The advertisement is titled "Here's Where Their Money GOES" in a serif font. It features three photographs of actresses:

- Top left: A black and white photograph of Norma Talmadge in profile, wearing a light-colored hat with a large floral ornament and multiple strands of pearls.
- Top right: A black and white photograph of Aileen Pringle, looking slightly down, wearing a dark, sleeveless dress and a necklace with a large, shell-shaped pendant.
- Bottom center: A circular black and white photograph of May McAvoy, wearing a dark hat and a dark dress with a brooch at the neckline.

Text blocks are placed around the photographs:

- Below the top-left photo: "The most satisfactory of all jewels — pearls. Norma Talmadge wears ropes and ropes of them"
- Below the top-right photo: "Aileen Pringle's diamond necklace is of conch-shell design. It is not only very valuable but it has great artistic merit. Miss Pringle's jewels are as interesting as is her colorful personality"
- Below the bottom-center photo: "Cameos are the ideal ornament for May McAvoy of cameolike beauty. A brooch, bracelet and ring make up this exquisite set. The designs are delicately cut, and the shading of the stones is from cream to the rich tones of Gothic ivory"

In the bottom left corner, there is a small logo with the number "26" and the word "PAGE" below it.

Imagen 8. La joyería y los sombreros eran parte de los atuendos usados por las estrellas hollywoodienses «Here's Where Their Money GOES». *Motion Picture Magazine* XXXI, n.º6 (julio de 1926): 26.

TANGEE

"A dream of natural loveliness!"

THERE is a particular shade of blush-rose which is a dream of natural loveliness for your lips, and Tangee gives it to you.

How it does it you may not care, but as soon as you apply it you notice the delicate change from orange to blush-rose and congratulate yourself on a superb artistic naturalness in the result.

Whether you are fairest blonde, darkest brunette or titian red, make Tangee your own and carry it with you for beauty and luck. It brings both.

Demand Tangee today. One lipstick for all complexions! On sale everywhere. Records show that twice as many women are using it this year. Be sure you see the name Tangee on carton and gun-metal case. The Geo. W. Luft Co., 417 Fifth Ave., New York.

NOTE: Tangee is healing and soothing because it has a cold cream base. Tangee Rouge Compact and Tangee Crème Rouge have the same magical changing quality as Tangee Lipstick. Ask for them.

PRICES — Tangee Lipstick \$1, Tangee Rouge Compact 75c., Tangee Crème Rouge \$1 (and for complete beauty treatment: Tangee Day Cream, Tangee Night Cream and Tangee Face Powder, \$1 each). 25c. higher in Canada.

THE POWER OF . . . TWENTY CENTS

Twenty cents brings you the miniature Tangee Beauty Set — all six items and the "Art of Make-up." Address Dept. M.P.5. The George W. Luft Co., 417 Fifth Avenue, New York City.

Name Address

Imagen 9. En Los Felices Años Veinte, la popularidad del lápiz labial y el polvo compacto aumentó significativamente, por lo que la publicidad estaba presente en cada número. «A dream of natural loveliness». *Motion Picture Magazine XXXVI*, n.º1 (octubre de 1928): 92.



Mildred Davis, Photoplay Beauty, recommends Maybelline

**You, Too, May Instantly
Beautify Your Eyes With**

Maybelline

Just a wee touch of "MAYBELLINE" will make light, short, thin eyelashes and brows appear naturally dark, long and luxuriant, thereby giving charm, beauty and soulful expression to any eyes. Unlike other preparations, which leave hairless and greasy, will not spread and smudge on the face. The instant beautifying effect will delight you. Used by beautiful girls and women everywhere. Each beauty box contains mirror and brush. Two shades: *Brows for Blondes, Black for Brunettes*. Get AT YOUR DEALER'S or direct from us! Accept only genuine "MAYBELLINE" and your satisfaction is assured. Tear out this ad now as a reminder.



Maybelline Co., 4750-54 Sheridan Road, Chicago

Imagen 10. El look que caracterizó a las *flappers* de Hollywood se distinguía por el énfasis dado a los labios, con tonalidades oscuras; y a la mirada, con sombras en los ojos y el rímel en las pestañas. Por ende, era especialmente común encontrar, a lo largo de las páginas, múltiples anuncios de máscaras. «You, Too, May Instantly Beautify Your Eyes With Maybelline». *Motion Picture Magazine* XXVII, n.º 1 (febrero de 1924):

Clothes That Fit the Summer Scene



The Correct
Wardrobe
Anticipates Every
Social Emergency



Flannel Vaden's coat is very gay, with its color borrowed from the summer flowers and its design borrowed from the modern artist. Made simply, without any shoulder seams, it can be slipped over the most highly patterned gown without fear of crushing it. Miss Vaden's tall felt hat, fitted exactly to her head, and her slippers and stockings complement the large background of the wrap.

The pleated skirt for the favored wardrobe, since it permits a variety of the varied manner. Pleated, gathered, belted, ruffled, and belted of gold and silver silk, with lines dropping from almost every shoulder. And Miss Vaden knows that the best ensemble of these things can be very charming.

Summer Scene



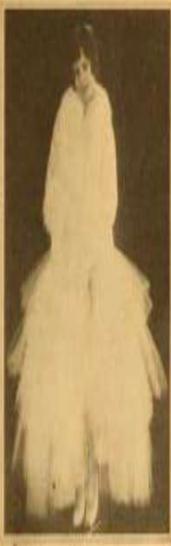
Those who favor femininity will be delighted with the fact that women's wardrobe this season is to be introduced in your hat and gown. Miss Lee, a flapper child, is adorned with simplicity.



It would seem that we have to graduate before this fall and blue, for there are still colors this season. Miss Crawford appeared at a Hollywood hotel with recently wearing a jacket of this fall color. Her skirt was pleated from the top to the knee line, with the pleats which fall very deep. The skirt is also cut but about her natural waistline. Her hat was of blue champagne and her large felt hat also took its color from spring days.

Edward & Livingston

The Flapper finds the new found Martha Stewart much sought after. Perhaps the combination skirt of her with green and the way in which she is framed for young and late had something to do with it.



Bright frocks for evening wear. Excelsior Godeau finds the printed white both cool and effective.



Folly skirt! Perhaps this continued super may be answered for by the fact that the male sex generally wears a polka-dot dress . . . and comes to again of a conservative view. Both Taylor's two-piece dress finds the white blouse looking in the particular manner of the skirt for its better looking and color and rest . . .



Edward & Livingston

Imagen 11. Sobre tendencias presentadas en los ejemplares. «Clothes That Fit the Summer Scene». *Motion Picture Magazine* XXXII, n.º6 (julio de 1927): 62-63.

Por la competencia en el mercado, cada empresa tenía que buscar mejores formas de atraer al público. De este modo, surgió el uso de la imagen de las estrellas de cine en la publicidad de cosméticos que, al proyectar mensajes con contenido emocional, social y psicológico y mediante el uso de la retórica, tenían un impacto en los potenciales consumidores. A este respecto, es preciso señalar que la publicidad masiva se impulsó significativamente cuando la producción en masa de la moda y de los cosméticos arrancó. La construcción comercial de una feminidad construida y presentada a modo de espectáculo, dio frutos y las mujeres proyectaban control sobre sus cuerpos y su apariencia (Harnett 2009, 72-82).

A partir de lo anterior, es apreciable que la moderna performatividad del género femenino mostró ser una débil construcción histórica y cultural. No obstante, pese a que es necesario retomar las propuestas foucaulianas sobre el sujeto-sujetado para cuestionar la autonomía que se alcanzó en aquella época, no se pueden ignorar los aportes como el de Liz Conor, al cual Abbott (2004) acudió para explicar el caso en cuestión. Desde su perspectiva, las *flappers* no fueron víctimas pasivas en la estandarización de la belleza, sino que fueron agentes activos en la construcción, alteración y visualización de los estándares.

Durante los Felices Años Veinte, se creía que, al transformar el cuerpo femenino, su experiencia subjetiva podría ser reinventada y representar la identidad de cada sujeto. Del mismo modo, las representaciones ideotecnológicas del género, servían para mostrar “*a model of true America*”. La imagen y la identidad, eran indivisibles para la sociedad moderna de los Estados Unidos, sostiene Harnett (2009). Resultó clara, entonces, la previa necesidad de construir un modelo, cuya apariencia reflejara la libertad y valores de los tiempos modernos, valores que, serían enseñados por las mujeres que, en algún punto de sus vidas, serían las encargadas de parir y educar a los hijos de la nación.

3.3 ACD SOBRE LAS REPRESENTACIONES IDEOTECNOLÓGICAS DE LA MUJER MODERNA ESTADOUNIDENSE EN LA *MOTION PICTURE MAGAZINE*

Una vez realizado el acercamiento a la *Motion Picture Magazine* –y a las posibilidades de deconstrucción de las representaciones ideotecnológicas de la mujer moderna a partir de su contenido–, fuente principal de esta tesis, se da paso al Análisis Crítico del Discurso. El cual, de acuerdo con Wodak (2001), problematiza la desigualdad social que el lenguaje expresa, señala, constituye o legitima, cuando es usado por los grupos de poder – como la industria cinematográfica–. En torno a este tipo de estudios, los teóricos también sostienen que el lenguaje, en sus respectivas manifestaciones, naturaliza, estabiliza y mantiene de manera opaca o transparente, relaciones de dominación, discriminación, poder y control.

A la par de lo anterior, cabe destacar que el Análisis Crítico del Discurso presta especial atención a la conservación y establecimiento de relaciones desiguales de poder mediante la ideología. Empero, las luchas por el poder y el control no son los únicos aspectos en los que focaliza su interés; también repara en las formas lingüísticas, a partir de las cuales, las expresiones y manipulaciones de poder son utilizadas. Aunado a lo anterior, también toma en consideración la intertextualidad y la recontextualización de los discursos (Wodak 2001, 31).

Ahora bien, el Análisis Crítico del Discurso, puede ser realizado sobre diferentes textos; es decir, siguiendo la noción foucaultiana, sobre distintos objetos materiales que adquieren sentido a partir de su interpretación. Desde la línea de este filósofo, los dispositivos son una fuente imprescindible para ubicar conocimiento transmitido mediante de los discursos, pues a través de estos, el saber se transporta hacia las conciencias tanto colectiva, como individual. Dicho “conocimiento [...] es la base de la acción individual y colectiva, así como el fundamento de la acción formativa que moldea la realidad” (Jäger 2001, 69).

De este modo, un Análisis Crítico del Discurso, basado en la teoría del discurso de Foucault, apunta a resolver cuestiones relacionadas con la construcción de un conocimiento, cuya validez se remite a un momento histórico y temporal específico, que limita su transición cuando le sucede una evolución. Por otro lado, busca identificar la función y el impacto de

la construcción de sujetos en la sociedad, en general. Jäger (2001), insiste en que la definición de conocimiento³¹ engloba todos los contenidos que dan forma a la conciencia y a todos los significados que permiten a las personas, como sujetos históricos, interpretar y modelar la realidad.

Desde esta perspectiva, entonces, los discursos dominantes deben ser visualizados a partir de su uso para afirmar verdades, para determinar y configurar la realidad societal y su relación con la misma.

Son en sí mismos, realidades materiales *sui generis*. No son medios pasivos de “información” que la realidad proporcione. Y tampoco son realidades materiales de segunda clase, ni elementos “menos materiales” que la “realidad real”. Los discursos son más bien realidades materiales con plena validez (Link 1992 citado en Jäger 2001, 66).

Igualmente, cabe citar la propuesta de Jäger sobre el papel activo de los sujetos que intervienen en los contextos como “(co)productores” y “(co)agentes” de los discursos entre los cuales se entretajan, y de los que quieren conocimiento que se deja ver mediante las prácticas discursivas y no discursivas que llevan a cabo. Desde esta lógica, el discurso no puede entenderse desde la visión marxista ortodoxa que lo limita a una “visión distorsionada”, y lo rechaza al catalogarlo una “ideología necesariamente falsa”.

De hecho, un discurso representa una realidad propia que, relacionada con la realidad real, no es un cúmulo de distorsiones y de mentiras, sino que posee una realidad material propia, además de nutrirse de otros discursos pasados, así como otros discursos coetáneos (Jäger 2001, 66).

Consecuentemente, Jäger (2001) afirma que tanto la noción de discursos como objetos, como la teoría discursiva, forman parte de una teoría materialista. Afirma, también, que los discursos son un medio de producción societal, porque al ser “mera ideología”,

³¹ Consecuentemente, son los contextos discursivos que rodean a los sujetos, los que le dotan de conocimiento (Jäger 2001, 61).

producen objetos que transmiten conocimiento y crean realidades sociales. De esta forma, su análisis estudia y critica la producción de la realidad que el discurso produce por su carácter supraindividual, al ser transmitido.

En sintonía con lo anterior, los discursos, entendidos como “agentes de conocimiento” ejercen el poder, en la medida que difunden comportamientos que son aprendidos por los sujetos, al igual que generan (otros) discursos y estructuran las relaciones de poder. El sujeto –definido histórica y socialmente–, entonces, se mueve al margen de estas relaciones de poder y a partir de la interacción discursiva que le constituyen sincrónica y diacrónicamente. Esto, sugiere Jäger (2010), “no va dirigido contra el sujeto, sino contra el subjetivismo y el individualismo”; pues el sujeto/individuo se mueve en los márgenes de las relaciones de poder.

Ahora, en ese escenario del sujeto-sujetado, los dispositivos³² se convierten en formaciones estratégicas atienden a las urgencias en momentos históricos determinados (Jäger 2001, 72). Si bien se podrían ubicar múltiples razones y objetivos –urgencias, para Foucault– a las que el lanzamiento de la *Motion Picture Magazine* respondió, este estudio, en cambio, analizará críticamente esta publicación para deconstruir las representaciones ideotecnológicas de la mujer moderna que, dicha revista construyó y masificó.

En este sentido, cabe retomar la propuesta de Judith Butler, quien

insiste en que pensemos los géneros y los cuerpos como materializaciones político culturales que no tienen existencia anterior a la cultura o al lenguaje. Ni el cuerpo ni el género poseen un origen previo, natural e inmaculado a partir de que posteriormente se transformen o alteren por mediación de determinadas prácticas discursivas. Discursos, género y cuerpo son inseparables. La capacidad de acción del individuo proviene, según el entendido de Judith Butler, de su condición textual y discursiva. El lenguaje se caracteriza por ser un ámbito

³² Foucault señala que, pese a constituir un caso más general de *episteme*, los dispositivos difieren de esta al no ser únicamente discursivos (Jäger 2001, 72).

intertextual, de constante citación. De hecho, no hay otro modo de escapar de él, no hay otro lugar desde el que ser y pensar [...] sino el ámbito del lenguaje (Torras 2007, 25-26).

Para comenzar, entonces, es preciso mencionar nuevamente los planteamientos de la Lingüística Crítica de Murillo Medrano y Vergara Heidke, quienes parten de autores como Casimiglia, que conciben el discurso como “una práctica social, [...] una forma de acción entre las personas que se articula a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito”. Murillo Medrano y Vergara Heidke (2004), agregan a esta noción, la propuesta de Althusser, respecto a que las prácticas sociales se dan a partir y en los márgenes de una ideología y afirman que los discursos, son ideológicos.

Nigra (2013) menciona que otro de los importantes aportes de Althusser es el concepto de *interplación*, que es el mecanismo a partir del cual la ideología actúa sobre los individuos, convirtiéndolos en sujetos del proceso ideológico. Para este autor, es este el elemento clave en la construcción de imaginarios sociales y sistemas simbólicos que definen la colectividad percibiendo, dividiendo y elaborando sus finalidades. De este modo, se produce una totalizante representación de la sociedad, cuyo orden justifica el lugar, la identidad y la razón de ser de cada uno de sus elementos (Nigra 2013, 37).

Murillo Medrano y Vergara Heidke (2004), afirman que “la gramática del lenguaje ordinario no establece solamente relaciones inmanentes al lenguaje, sino que regula el entramado comunicativo de enunciados, acciones y vivencias en su totalidad”; y agregan, “fija esquemas de concepción del mundo y de interacción”. De acuerdo con dicho enunciado, el discurso tiene la capacidad de implantar ideologías cuyos efectos impactan todas las prácticas sociales. A través de mecanismos implícitos del lenguaje, los grupos dominantes introducen sus ideologías hasta que los sectores dominados las asimilan y las normalizan (aceptándolas como verdades), sustentando así su hegemonía.

En este sentido, la ideología es constitutiva del sujeto y también lo construye; al igual que corresponde a las prácticas sociales y estrategias: “el poder es ideológico y al llevarlo a cabo, se busca establecer su ideología sobre otros”. Es decir, “para que haya ideología, necesariamente tiene que existir un sujeto concreto, porque aquella es propia de los

individuos, entendidos como seres reales que realizan actividades materiales. En otras palabras, sin sujeto, no hay ideología” (Murillo Medrano y Vergara Heidke 2004, 207).

El Análisis Crítico del Discurso se encarga, entonces, de visibilizar las relaciones de poder y dominación. En este caso, la *Motion Picture Magazine*, como dispositivo, será la fuente a partir de la cual se deconstruirán las representaciones ideotecnológica de género en Los Felices Años Veinte. Cabe destacar que la revista, por su relación con Hollywood, será entendida intertextualmente como un dispositivo encaminado a transmitir saberes respecto a la feminidad moderna –y hegemónica– estadounidense.

Al ser las representaciones el tema central de la presente tesis, cabe reiterar que, desde la perspectiva de Hall (1997), estas se traducen a partir de la cultura, en términos de mapas conceptuales, lenguajes y códigos, que les dan sentido. Es decir, las convenciones sociales conducen a una internalización inconsciente de los códigos que, a su vez, expresan ideas o conceptos de los sistemas de representación –como la escritura, el habla o los gestos, por citar algunos ejemplos– al ser interpretados.

Dicho de otro modo, la representación no es sino la producción de sentido de los conceptos mentales a través del lenguaje. De esta forma, la palabra es entendida como un signo lingüístico que refiere a los objetos que representa. En lo concerniente a los sistemas de representación, estos son modos de organizar y de clasificar conceptos para establecer relaciones entre ellos, a partir de sus semejanzas y diferencias (Hall, 1997, 4). En este sentido, *new woman*, *modern woman* o *flapper*, fueron palabras empleadas para posicionar y distinguir al sujeto que encarnaría la norma en torno al discurso de feminidad estadounidense, legitimado y masificado a través de la *Motion Picture Magazine*.

El uso de estos términos –*new woman* y *modern woman*–, no solo servía para definir o representar a la *flapper*, sino también para establecer un marco cultural de comunicación y en términos discursivos. Para Foucault, comenta Hall, “el sujeto, para entender el sentido, debe ajustarse al discurso para así interpretarlo mediante la descodificación”. Es decir, el lenguaje y el discurso sobre la modernidad y el sujeto femenino que apareció en la escena, formaron parte de sistemas de representación más grandes, con múltiples y complejas

relaciones intertextuales que sustentaban la veracidad del conocimiento³³ que disciplinaban a las mujeres para devenir en el sujeto-sujetado que respondía a la urgencia de una nueva constitución y performatividad de género (Hall 1997, 41). Respecto a dicha sujeción, Judith Butler (2015) agrega que el poder, también forma al sujeto, al dotarlo de una condición de existencia y trayectoria de deseo, y que su fuerza es tan incontenible, que se termina por aceptar e internalizar.

Desde esta óptica, para deconstruir a la *flapper*, representación de la mujer moderna durante Los Felices Años Veinte en Hollywood, es necesario analizar la feminidad normativa y los fundamentos discursivos y las relaciones intertextuales que rigieron su construcción, constitución y hegemonización, mediante dispositivos ideotecnológicos de género. Así pues, al comprender la forma en la que dichas normativas se encarnaron, también se hacen visibles la constitución del género y los actos performativos que se le asociaron.

Ambos, a su vez, vinculados a las relaciones interseccionales que oprimieron a quienes quedaban fuera de las representaciones ideotecnológicas de género; y privilegiaron a quienes la personificaron en términos de género, raza, clase, edad y orientación sexual. Este discurso biopolítico, ayudado del dispositivo que la *Motion Picture Magazine* representó, también indujo a las mujeres a construirse como sujetos de la modernidad, al acatar las nuevas formas de “verdad” respecto a su feminidad.

Ahora, si bien algunas jóvenes tuvieron que negociar para alcanzar algunos privilegios –y otras ni siquiera los rozaron–, quienes poseían las categorías de inclusión que correspondían a las cualidades asignadas a la nueva mujer estadounidense, se vieron beneficiadas por las “bondades” de la modernidad. No es descabellado, pues, retomar a Michelle Gama (2016) quien sostiene que “las identidades no solo invisten, se asumen con ellas las expectativas que traen consigo”.

En torno a la entonces nueva constitución del género femenino, es preciso entender la *flapperhood* desde el enfoque que afirma la producción de identidades dentro del discurso

³³ Desde la perspectiva foucaultiana, tanto la representación, como el sujeto son constructores de su conocimiento propio, de su mensaje subyacente o subtexto. La representación, entonces, no es el reflejo de la realidad (Hall 1997, 41).

y no fuera de este. Las identidades, afirma Hall, surgen bajo circunstancias históricas e instituciones específicas que, mediante la enunciación de concretas estrategias de marcación de la diferencia y de la exclusión, denotan –aunque no tan explícitamente– su emergencia de modalidades de poder. Además, esta construcción discursiva que define, dice Judith Butler, se acompaña de normas regulatorias que, de acuerdo con el psicoanálisis, forman a los sujetos dentro de los márgenes de lo simbólico y representable, de lo inteligible que sedimenta un “nosotros en la constitución de cualquier yo” (Hall 2003, 36).

En lo concerniente a la relación entre discurso e identidad, Gregorio-Godeo (2008) recupera la propuesta de Bucholtz, mismo que sugiere que esta última emerge del primero. Por su parte, Barker (2004 en de Gregorio-Godeo 2008, 47) sostiene lo siguiente: “identity is best described as a discursive practice that enacts or produces that which it names through citation and reiteration of norms or conventions”.

Gregorio-Godeo (2008) continúa siguiendo a Lewis, desde los Estudios Culturales, para reiterar el legado foucaultiano es crucial para abordar los discursos como “sistemas regulados de significados y representaciones”. Del mismo modo, el autor señala que el Discurso, escrito por Gee con mayúscula, no solo permite visualizar cómo los humanos integramos el lenguaje a las prácticas no lingüísticas, sino también a las representaciones de identidades.

Es también útil mencionar a (Johnstone 2002 citado en de Gregorio-Godeo 2008, 48) para puntualizar que "discourse analysts have found the idea of performance useful in understanding how aspects of personal identity such as gender, ethnicity, and regional identification are connected to discourse [...] this approach sees identity as ‘presentation of self’”. Aunado a lo anterior, Martín Rojo, Pardo y Whittaker, citados también por Gregorio-Godeo (2008), hacen hincapié en los objetivos del Análisis Crítico del Discurso que, a su juicio, no se limitan a esbozar la construcción de acontecimientos, relaciones sociales y del sujeto mediante el discurso, pues destacan las implicaciones de dicho proceso³⁴.

³⁴ Así, "discourses do not just reflect or represent social entities and relations, they construct or ‘constitute’ them; different discourses constitute key entities in different ways, and position people in different ways as social subjects” Fairclough (1992 en de Gregorio-Godeo 2008, 51).

Entonces,

las identidades se pueden entender, así pues, como puntos de anclaje o acoplamiento temporal del individuo a las posiciones de sujeto que generan los discursos. De acuerdo con Stuart Hall, la identidad del individuo se materializa como resultado del proceso de interpelación de las prácticas discursivas que, en el curso de nuestra actividad social, llaman al individuo a convertirse en sujeto social con una identidad determinada (de Gregorio-Godeo 2008, 50).

Ahora bien, respecto a las fuentes primarias, uno de los artículos más relevantes para la presente investigación, fue publicado en julio de 1927, bajo el nombre “*¿Has the flapper changed?*” (Véase imagen 12). Este texto, a cargo de Margaret Reid, no es sino una charla con F. Scott Fitzgerald en la que se planteaba la manera en que el término en cuestión representaba a la mujer moderna estadounidense de Los Felices Años Veinte.³⁵

Para realizar un adecuado Análisis Crítico del Discurso, es preciso remitirnos, primero, a la propuesta de Teresa de Lauretis, quien tomando como referencia a Foucault – respecto a las reglas y prohibiciones como productores de las relaciones sociales–, lanza una crítica a la industria cinematográfica en la que concibe al cine como un vehículo, como una “tecnología social” que produce y proyecta representaciones de género (Moreno 2011, 46).

³⁵ A propósito de Scott Fitzgerald y su autoridad en el ámbito cinematográfico hollywoodense, cabe citar a James Stamant (2015), quien sugiere que, “In the early twentieth century, moviemakers aspired to raise film to a place of dominance in the landscape of competing media representations.” En este sentido, apoyado en la obra de K. Denzen, también afirma que para la década de 1910, la sociedad americana se conocía a sí misma a través de las imágenes e historias producidas en Hollywood. En esa misma línea, lanza la pregunta “why he [Fitzgerald] would contribute to a medium that contested literature’s dominance in directing how “a culture . . . came to know itself.” A su juicio, el dinero fue un factor clave. Sin embargo, Stamant señala que, el reconocimiento de Fitzgerald como guionista cinematográfico trajo consigo una “lack of authority for writers” y, consecuentemente, fuertes críticas de parte de los mismos (Stamant 2015, 203).

Has the Flapper




F. Scott Fitzgerald Discusses the He Has Made So Well Known By

They call him "Scotty."

But we don't seem to be getting anywhere. The purpose of this discussion was to hear Mr. F. Scott (or Scotty) Fitzgerald's opinion of the cinema descendant of his original brain-child, the Flapper. It was with an admirable attempt to reduce the solemnity of the mission that I went to his mansion at the Ambassador, Concord, N.H. By all literary standards he should have been a middle-aged gentleman with too much white hair and too-somewhat spectacles. And I knew from pictures in *Everybody's* and *Saturday Evening Post* that he would be so.

Clear Ann is the main reason of what the new "flapper" signifies . . . young, beautiful, warlike and "hard-boiled."

Even the father of all flappers feels a difficult to describe. Clear Ann. The only one that she is content and unassuming, but he has also made note of the quality of women as her standard as she has received personal notice into theater.

Changed?

SCOTT FITZGERALD

Cinema Descendants of the Type Made So Well Known

MARGARET REID

probably the best-looking thing ever turned out of Edison. Or even (in amazement) Harvard—or Yale. Only it was Princeton. And "A," and the charming, vibrant, brilliant mind his work products. My interest was perhaps a bit more than professional.

There was a large box on the floor at the door of his study when I reached it. On the tray were bottles of Claude Lorraine, some oranges, a box of crumpled ice and other very, very snugly London bottles. There was also a note. I opened before fighting the bell and had been to read the instruction:—

"With Mr. Van Veekten's sincerest regards to Scott and Zelda Fitzgerald!"

Dark-haired I was.

Colleen Moore had a collegiate education . . . she writes, notably about what she has done and always goes out with an iron hand.

David Hill

Imagen 12. Reid, Margaret. "Has the flapper changed?". *Motion Picture Magazine* XXXIII, n.º 6 (Julio de 1927): 28-29, 104.

En este sentido, definir la propuesta de "tecnología"³⁶ foucaultiana es indispensable porque, de acuerdo con los estudios sobre la "sociedad disciplinaria" realizados por el autor

³⁶ Foucault postula 4 tipos de tecnologías que suelen trabajar en conjunto: las tecnologías de producción, las tecnologías de sistemas de signos, las tecnologías de poder y las tecnologías del yo. Respecto a las últimas, Moreno cita al autor francés quien puntualizó que "permiten a los a los individuos efectuar, por cuenta propia o con la ayuda de otros, cierto número de operaciones sobre su cuerpo y su alma, pensamientos, conducta o cualquier forma de ser, obteniendo así una transformación de sí mismos con el fin de alcanzar cierto estado de

150

en cuestión, el mencionado concepto, es clave en tanto va de la mano con las formaciones históricas que constituyen el “sujeto-sujetado”. De este modo, y en sintonía con Foucault (1990 en Moreno 2011, 14), las “técnicas de poder orientadas a los individuos e interesadas en dirigirlos en una dirección continua y permanente”, contribuyen a esbozar, en este caso, los límites discursivos de las representaciones ideotecnológicas de género, como es el caso de la mujer moderna, o *flapper*.

Así pues, sostiene Moreno, la propuesta de “tecnología del género” de Teresa de Lauretis, comprende el género como “complejo de costumbres, asociaciones, percepciones y disposiciones que [...] generan como mujeres”, y que “la construcción del género es al mismo tiempo el producto y el proceso de su representación”. A partir de dichos planteamientos, las tecnologías del género estarían en constante contacto con prácticas culturales, discursos e instituciones, mismas que dotan de “efectos de significado”, en relación a la producción de sujetos hombres y mujeres. Ambas autoras coinciden, entonces, en que el género es efecto tanto de representaciones, como de prácticas discursivas (Moreno 2011, 49).

Para comprender cómo se construyeron las representaciones de la mujer moderna en la *Motion Picture Magazine*, se debe considerar que los procesos de producción y creación de género suelen mantenerse ocultos. Resulta imprescindible, entonces, la propuesta de Moreno respecto a las tecnologías del género como la capacidad del *habitus* que da paso a “conductas razonables (consensuales, homogéneas, inteligibles, previsibles y autoevidentes) que tienen un refuerzo continuo; prácticas objetivamente ajustadas a la lógica característica de un determinado campo del que anticipan el porvenir objetivo” (Moreno 2011, 50).

Desde esta perspectiva, el *habitus*, según Bourdieu no es sino un sistema de disposiciones tanto estructuradas, como estructurales, que se constituye y dirige a generar y organizar prácticas y representaciones. Por otro lado, aunque en sintonía con lo anterior, ahora echando mano de Foucault, Hortensia Moreno (2011) afirma que las tecnologías del género

felicidad, pureza, sabiduría o inmortalidad”. Por otro lado, Moreno retoma las “tecnologías de dominación”, al ser las orientadas a la “suje[ta]ción del sujeto” (Moreno 2011, 47).

transforman la historia en naturaleza y la arbitrariedad cultural en necesidad natural. En la tarea de “hacer el género” ocultan el carácter arbitrario y contingente de la diferencia entre lo masculino y lo femenino. Es este doble movimiento, el de crear y ocultar, lo que De Lauretis enfatiza cuando escribe la palabra “tecno-logías”, con un guión que une y separa los dos aspectos del proceso: por un lado, la técnica como procedimiento de aprendizaje o mecanismo de adiestramiento, y, por el otro, el logos como saber, como un “juego de verdad” relacionado con una técnica específica (Moreno 2011, 51).

Así pues, como dispositivo ideotecnológico de género, la revista en cuestión permite analizar la construcción del género en un contexto cultural específico. El mencionado artículo, publicado en las páginas 28, 29 y 104 de la *Motion Picture* en julio de 1927, atiende a la cuestión de las *flappers* como una de las representaciones de género de la década, de la generación y de la nación:

THE term “flapper” has become a generalization, meaning almost any *femme* between fifteen and twenty-five. Some years ago it was a thing of distinction- indicating a neat bit of femininity, collegiate age, who rolled her stockings, chain-smoked, had a heavy “line,” mixed and drank a mean high ball and radiated “It”.

The manner in which the title has come into such general usage is a little involved, but quite simple. A young man wrote a book. His heroine was one of the n. bits of r. [sin] referred to above. “Flapper” was her official classification. The young man’s book took the country by, as they say, storm. Girls –all the girls- read it. They read about the flapper’s deportment, methods and career. And with a nice simultaneousness they became, as nearly their varied capabilities permitted, flappers (Reid 1927, 28).

En los dos párrafos introductorios, a cargo de Reid, salen a relucir varias cuestiones: primero, la generalización que se da por sentada, refleja el concepto de *flapper* como una representación de las mujeres jóvenes de Los Felices Años Veinte en los Estados Unidos, no

de un tipo de mujer. Todas las chicas (que) leyeron³⁷ la obra de Fitzgerald y podían convertirse en *flappers* “as nearly their varied capabilities permitted”. Pese a tal aseveración, cabe destacar que poder identificarse con esta representación de género, también dependía de los privilegios que las relaciones interseccionales otorgaban. Es decir, para encarnar a la mujer moderna estadounidense, las mujeres debían estar dentro de la norma –ser blancas, jóvenes, de clase media o alta, heterosexuales–, dentro del discurso hegemónico que definía esta representación para así, personificarla.

Por otro lado, la intertextualidad que dio a sentido a la nueva constitución de género y a los actos performativos que se asociaron a su expresión de feminidad, es apreciable durante la entrevista. En la nota se cita una obra, pero también se hace referencia al cine, entendido como metatexto. De este modo, al producirse y leerse desde un marco cultural común, la revista se interpretaba intertextualmente, pues, de acuerdo con Meri Torras (2006) “somos intertextualmente”. Así pues, la inteligibilidad de las representaciones, estaba asociada al discurso patriarcal y blanco que se construía y se respaldaba desde el cine, como institución. Fitzgerald, como figura de poder que representaba la visión patriarcal, blanca y occidental de la industria cinematográfica, promovió una nueva forma de feminidad, asociada a la modernidad y al contexto cultural propio de Los Felices Años Veinte estadounidenses.

A propósito de los dispositivos tecnoideológicos de la industria del cine y su relación con las mujeres estadounidenses –que encarnaban o no, la norma–, Torras (2006) retoma a Sardar y Van Loon para puntualizar que “leer un texto desde la cultura, es leer un código; que es el código que hace comprensible los signos que constituyen y le constituyen como signo cultural”. En torno al poder de los discursos hegemónicos, ambos autores afirman que,

Un discurso consiste en grupos de ideas producidos cultural o socialmente que contienen textos (que contienen signos y códigos) y representaciones (que

³⁷ La autora afirma que el libro fue leído por todas las mujeres. Sin embargo, por “todas”, debe entenderse todas las mujeres blancas, jóvenes, de clase media y mayoritariamente heterosexuales: todas a las que sus privilegios les permitían tener acceso al cine y a las revistas, todas las que podían identificarse con las representaciones.

describen el poder en relación con los Otros³⁸). Como forma de pensamiento, es frecuente que un discurso presente una estructura y ubica el discurso en relaciones históricas, culturales y sociales más amplias (Sardar and Van Loon 2005, 14)

En este sentido, atendiendo a la propuesta foucaultiana citada por Meri Torras (2006), la revista fue leída por las mujeres estadounidenses “dentro de un contexto cultural y producto y productor de un discurso”. Al mismo tiempo, tal cual se mencionó, “en relación con el discurso y con el análisis de un texto en un marco cultural, se debe ver hasta qué punto, la producción de significados está entrecruzada a una jerarquía, relacionada con el poder”. La misma autora, aun siguiendo a Foucault, retoma el concepto de hegemonía de Gramsci, para visibilizar las dinámicas establecidas por los grupos dominantes, en este caso, sobre las mujeres estadounidenses. Igualmente, se apoya de la propuesta althusseriana de ideología para explicar cómo vemos al mundo desde una posición que, aunque es invisible a nuestros ojos, interviene en la forma en la que lo interpretamos. De este modo, resultan más claras las redes de poder que el discurso hegemónico legitimó y masificó, a través de los dispositivos y tecnologías del cine, orientados a la producción ideotecnológicos del género.

Una vez esclarecido lo anterior y retomando la nota en cuestión de la *Motion Picture Magazine*, en la página 104, Reid preguntó a Fitzgerald: “Have flappers changed since you first gave them the light of publicity? For better? For worse?” A lo que él respondió:

Only in the superficial matter of clothes, hair-cut, and wise cracks. Fundamentally they are the same. The girls I wrote about were not a type –they were a generation. Free spirits–evolved thru the war chaos and a final inevitable escape from restraint and inhibitions. If there is a difference, it is that the flappers today are perhaps less defiant, since their freedom is taken for granted and they are sure of it. In my day” –stroking his hoary beard- “they had just made their escape from dull and blind conventionality. Subconsciously there was a hint of belligerence in their attitude, because of the opposition they met–but overcame.

³⁸ En este caso, las mujeres.

“On the screen, of course, is represented every phase of flapper life. But just as the screen exaggerates action, so it exaggerates type. The girl who, in real life, uses a smart, wise-cracking line is portrayed on the screen as a hard-boiled baby. The type, one of the most dangerous, whose forte is *naïveté*, approximates a dumb-dora when she reaches the screen. The exotic girl becomes bizarre. But the actresses who do flappers really well understand them thoroughly enough to accentuate their characteristics without distorting them” (Reid 1927, 104).

De este fragmento, cabe rescatar cómo la entrevistadora se refiere a “las *flappers* originales”, que narró el autor en su obra, como un modelo aparentemente distinto al de Hollywood. Sin embargo, Fitzgerald negó que hubiera un cambio realmente significativo en la *flapperhood*, que, a su juicio, solo se había adaptado. Empero, sí puntualizó que ya no era necesario que las mujeres modernas fueran desafiantes, pues daban por sentado su libertad: “Free spirits-evolved thru the war chaos and a final inevitable escape from restraint and inhibitions. If there is a difference, it is that the flappers today are perhaps less defiant, since their freedom is taken for granted and they are sure of it” (Reid 1927, 12).

Por otro lado, el autor insistió en que no delineó un tipo de mujer, sino “una generación”. No obstante, es preciso señalar que la nueva forma de ser mujer que su obra proyectó, no correspondía al estilo de vida, a las oportunidades y a los nuevos derechos de todas las mujeres estadounidenses. Aunque enfatizó en la cuestión generacional, como origen de una representación en la que aparentemente cabían todas estadounidenses jóvenes, las experiencias interseccionales de los grupos sub-alternizados, en relación con los discursos hegemónicos, demuestran que había una clara exclusión de las identidades marcadas. En este sentido, ni las afrodescendientes, ni las latinoamericanas, ni las asiáticas, tenían una representación –no exotizada– en la prensa cinematográfica de Los Felices Años Veinte³⁹, pues no encarnaban la norma.

Su ausencia, es decir, la ausencia de representaciones con las que pudieran identificarse, habla de una exclusión e invisibilización que reflejaba, implícitamente, quienes

³⁹ Las pocas excepciones, son proyectadas como representaciones de la otredad como natural y auténticamente exóticas; al estar definidas desde un lugar autosituado en una supuesta neutralidad

podían o no, encarnar y reproducir la feminidad moderna. Dicha feminidad significaba una nueva constitución del género y una moderna performatividad. Entonces, las características –o categorías identitarias y sociales– que dotaban de autenticidad a las *flappers* de Hollywood, debían ser representadas fielmente en la pantalla. Las buenas actrices habían podido emularlas sin distorsionarlas, sin embargo, cabe preguntarse aquí: ¿qué significaba distorsionar las características de esta nueva feminidad desde el discurso hegemónico, no solo en términos de actitudes o rasgos de la personalidad, sino en términos de raza, clase, o cualquier otra categoría identitaria.

Cabe entonces reiterar la ausencia de mujeres racializadas que no personificaban la norma, no representaban ni se les representaba dentro de las producciones ideotecnológicas de género en la motion picture magazine, que reflejaban a la ciudadana estadounidense. Las mujeres de los grupos sub-alternizados no cabían en el discurso hegemónico. En la fuente principal, las afrodescendientes, por ejemplo, no eran –generalmente– asociadas con la *flapper* estadounidense, porque no personificaban la blanquitud, ni a la ciudadana estadounidense; tampoco al sujeto femenino de la modernidad y, muchas veces, ni siquiera estaban consideradas en la categoría “mujer”. Las representaciones ideotecnológicas de género en la revista reflejaban los privilegios de aquellas que encarnaban lo dicho respecto al saber transmitido desde las tecnologías, dispositivos y narrativas de saber/poder.

Ahora bien, retomando en énfasis que Fitzgerald hace respecto a no haber proyectado un tipo de mujer, sino a una generación; dichos planteamientos podrían sustentarse en la forma en la que la feminidad era concebida entonces, como una esencia; inherente y compartida universalmente por las féminas. Pese a que habla de las mujeres, su narrativa no es inclusiva, pues responde al discurso sobre la mujer moderna. El autor, al referirse a las distintas formas de ser *flapper*, citó únicamente a actrices que eran identificadas con las categorías y los actos performativos que coincidían con la concepción cultural que se tenía del género, asociada a la nación y a la modernidad.

Por último, volviendo a la entrevista a Fitzgerald, este hizo una distinción entre las diferentes representaciones de la *flapperhood* a partir de su personificación, detallando los atributos que caracterizaban a la mujer moderna con sus (mínimas) variaciones.

«CLARA BOW IS THE QUINTESSENCE OF WHAT THE TERM 'flapper' signifies as a definite description. Pretty, imprudent, superbly, assured, as worldly wise, briefly clad and 'hard-berled' as possible. There were hundreds of them -her prototypes. Now, completing the circle, there are thousands more -patterning themselves after her.

“Colleen Moore represents the young collegiate-the carefree, lovable child who rules bewildered but adoring parents with an iron hand. Who beats her brothers and beaux on the tennis-courts, dances like a professional and has infallible methods for getting her own way. A'l deliciously celluloid-but why not? The public notoriously prefer glamour to realism. Pictures like Miss Moore's flapper epics represent a glamorous dream of youth and gaiety and swift, tapping feet. Youth- actual-youth is essentially crude. But the movies idealize it, even as Gershwin idealizes jazz in the Rhapsody in Blue.

“Constance Talmadge is the epitome of young sophistication. She is the deft princess of lingerie -and love- plus humor. She is Fifth Avenue and diamonds and Catalya orchids and Europe every year. She is sparkling and witty and as gracefully familiar with the new books as with the new dances. I have an idea that Connie appeals every bit as strongly to the girls in the audience as to the men. Her dash-her zest for things- is compelling. She is the flapper de luxe.

“European actresses were the first to disregard personal appearance in emotional episodes. Disarranged hair-the wrong profile to the camera-were of no account during a scene. Their abandonment to emotion precluded all thought of beauty. Pola Negri brought it to this country. It was adopted by some. But the flappers seem to have been a bit nervous as to the results. It was, perhaps, safer to be cure than character. This little White girl, however, appears to have a flair for this total lack of studied effect. She is the flapper impulsive -child of the moment-wildly eager for every drop of life. She represents-not the American flapper-but the European

“Joan Crawford is doubtless the best example of dramatic flapper. The girl you see at the smartest night clubs-gowned to the apex of sophistication-toying iced glasses, with a remote, faintly bitter expression -dancing deliciously- laughing a great deal with wide, hurt eyes. It takes girls of actual talent to get away with this in real life. When they do perfect the thing, they have a lot of fun with it.

“Then, inevitably, there is the quality that is infallible in any era, any town, any time. Femininity ne plus ultra. Unless it is a very definite part of a girl, it is insignificant, and she might as well take up exoticism. But sufficiently apparent, it is always irresistible. I suppose she isn't technically a flapper- but because she is Femininity, one really should cite Vilma Banky. Soft and gentle and gracious and sweet-all the lacy adjectives apply to her. This type is reticent and unassuming-but just notice the quality of orchids on her shoulder as she precedes her reverential escort into the theater.

“It's rather futile to analyze flappers. They are just girls-all sorts of girls. Their one common trait being that they are young things with a splendid talent for life”»

(Reid 1927, 104).

De acuerdo con el autor, Clara Bow fue la representación que sirvió como prototipo para la reproducción de los actos performativos, la quintaesencia de la *flapperhood*, propia de una generación. Es de suma importancia recalcar, nuevamente, que estos actos performativos que podían imitarse, repetirse en contextos temporales distintos; pero la identificación con la constitución de género en el imaginario nacional, no era posible para todas las mujeres, pese a vivir en los Estados Unidos. Si bien el concepto *flapper*, en esta investigación, se ha interpretado como una de las representaciones ideotecnológicas de género en Los Felices Años Veinte, también es necesario asociarlo a la cuestión de la identidad. Puesto que, siguiendo a Bhavani, Phoenix y Wilkinson (2004), ambas identidades, tanto individuales como colectivas, se entretajan con contextos y categorías tales como género, clase, raza, nacionalidad, edad o etnia.

Collen Moore, en cambio, más que el modelo alcanzable, representó la juventud colegial, el glamor y la idealización que los espectadores esperaban de Hollywood, afirmó el escritor. Aunque, como ya se puntualizó en el segundo capítulo de esta investigación, la función de las estrellas en esta década, era presentarse al público como un modelo a seguir, como personas o individuos cercanos, claramente, había actrices cuya identidad les permitía ser ubicadas en un nivel superior. Dicho de otra forma, reproducir sus actitudes y lujos, era un privilegio al que aún menos mujeres podían acceder.

En sintonía con Moore, Constance Talmadge representó también la juventud y sofisticación propias de Los Felices Años Veinte; la alta cultura se reflejó en su persona, pues era la *flapper* de *luxe*. En la misma línea, otras actrices europeas como Pola Negri, fueron traídas a Hollywood para perpetuar las románticas ideas sobre el Viejo Mundo. Ahondar en sus particulares, alejaría a quien escribe del objetivo de esta investigación, empero, el resalte que Fitzgerald hizo sobre la blanquitud de las actrices europeas, sí es significativamente importante. Aunque para el autor las *flappers* podían tener sus peculiaridades individuales, resulta claro que también debían compartir algunos rasgos: el asunto de la raza, como símbolo de la herencia europea, era uno de ellos.

Empero, Fitzgerald no fue el único en contribuir a la producción de las representaciones de la mujer moderna o *flapper*, heroína de los filmes. Al profundizar sobre

su obra “*It*”, que sería protagonizada, en palabras de Carslie, por “None other than our Flaming Flapper Clara”; y dirigida por Clarence Badger, Elinor Glyn también contribuyó a la definición del concepto en cuestión. En el número correspondiente a febrero de 1927, se encuentra la siguiente frase previamente citada: «Mrs. Glyn is an ally of all flappers, if by flapper is meant the young girl who enjoys, but does not abuse freedom "She must have self-control, self-respect, and never do anything which degrades her own soul"» (Carlisle 1927, 116).

Al tomar lo anterior como evidencia del discurso hegemónico, se visibiliza la relativa libertad que poseía la *flapper*, pero que la mantenía dentro de los márgenes respecto al género y la moral. Es decir, sale a relucir el carácter prescriptivo del género legitimado por las instituciones y grupos de poder. De este modo, se mantenía una biopolítica⁴⁰ que era operada mediante los dispositivos y tecnologías de disciplinamiento, que afirmaban los límites en torno a lo aceptable o permitido para las mujeres estadounidenses que representaban a la mujer moderna de la *Motion Picture Magazine*.

Lo anterior fundamenta que dicha revista operó como un dispositivo de producción ideotecnológica, que respondía intertextualmente, y transmitía los saberes de otras tecnologías del género (como las películas) a través de su discurso sobre las *flappers*. Asimismo, al proyectar representaciones, esta revista dotaba «a los grupos dominantes con un sitio privilegiado en donde expresan su cosmovisión oficial del llamado “sentido común nacional”». Además de lo anterior, retomando a Muteba Rahier (1999), es apreciable que fue escrita desde una mirada blanca –por la común ausencia o exotización de la otredad racializada–, privilegiada y principalmente masculina. Así pues, pese a ofrecer un supuesto abanico subjetividades, constituye y legitima un discurso que pretende homogeneizar la ideología con respecto a la identidad nacional y las mujeres que le representan.

⁴⁰ “el término hace referencia a una serie de estrategias encaminadas a la gestión de la vida en términos colectivos. Por lo tanto, esta noción no surge precisamente de una mera construcción teórica general, sino de una atención a los desplazamientos y transformaciones históricos del poder, por medio de un análisis de los sistemas democráticos actuales y sus formas retecnologizadas, en el que se negocian y extienden las formas de concentración sobre la vida de los ciudadanos” (Leal Reyes 2017, 169-170).

En ese sentido, a través de la *Motion Picture Magazine* (citando la entrevista a Fitzgerald), se afirmaron representaciones de la mujer moderna estadounidense o *flapper* que se masificaron e internalizaron en términos identitarios, mediante la repetición de patrones. Así, al acercarse al sexo y al género “como una construcción del cuerpo y de la subjetividad, fruto del efecto performativo de una repetición ritualizada de actos que acaban naturalizándose y produciendo una sustancia, de una esencia”, se da paso a una nueva interpretación. Preciado (en Duque 2010, 88) abona a esta línea afirmando que el género no es sino el efecto retroactivo de dicha repetición ritualizada de actos performativos; “que no tiene estatuto ontológico fuera de los actos que lo constituyen”.

La aseveración del escritor no dista de la propuesta teórica butleriana sobre la sexualidad, esencial para entender su noción performativa del género. Gabriela Castellanos (2018 en Duque 2018, 88), explica que la iteración es “[...] la repetición ritualizada de actos de habla y de todo un repertorio de gestos culturales que obedecen a un estilo relacionado con los dos géneros culturales” (Duque 2010, 88). Ello permite entender la sexualidad hegemónica y, consecuentemente, el sistema sexo-género sobre el cual se inscribieron saberes específicos, que respondían a las urgencias y al discurso dominante de Los Felices Años Veinte.

Respecto a la mujer, su lugar en la modernidad y sus logros alcanzados, el artículo “Women’s Work in Motion Pictures”, escrito por Frederick van Vranken y publicado en el ejemplar correspondiente a agosto de 1923 en la *Motion Picture Magazine*, también da luz al discurso sobre representaciones ideotecnológicas de género. Pese a que, como consecuencia del paso del tiempo, la nota no puede ser leída en su totalidad, la página 28 facilita un acercamiento al tema en cuestión:

It would be edifying for everyone to ponder long and thoughtfully on the disappearance of that whole vast army of humble, swooning, pining, legless ladies of yesteryear, whose chief joy lay in their darning-eggs and their gold-handled buttonhole scissors, and whose chief intellectual activities were concentrated on the intricate problems of tating and filet crochet. For there is no longer any doubt that these fragile females have vanished— like Villon's *neiges*

d'antan irrevocably and forever. Only a haunting memory of them remains. And from their pallid ashes has risen, phoenix-like, a new woman — a new genus almost — who bears only a vague physiological resemblance to her sedentary sister of yore.

This modern female of the species, following the laws of biological differentiation and conformity, has perfectly adapted herself to present-day conditions; and in the process she has evolved a sturdy resistance to both physical and psychic shock. She neither trembles with joy when you give her a smile, nor does she weep when you give her a frown. As for blushing — well, try and make her! Furthermore, she has grown a pair of legs, and quite boldly displays other anatomical arcs, parabolas and hyperboles which the elegant and refined damsel of yesterday so assiduously hid from the roving masculine eye.

But — above all— she has developed an active, competent brain with a marked capacity for generating ideas. She has cultivated commercial talents; she has acquired creative ability; she has mastered various learned professions; and she has become self-supporting. In short, she has met man on an equal footing, and has taken her place among the foremost constructive workers of the world.

In a recent symposium of the twelve greatest living American women, selected by the National League of Women Voters, the occupations which were represented included politics, astrology, painting, literature, economics, anatomy, natural history, education, music and acting. And yet this list, tho full and varied, is very far from being complete (Vranken 1924, 28).

Las líneas anteriores resultan útiles para ejemplificar cómo las concepciones de feminidad y masculinidad son propias del discurso que les alberga. Empero, Stapleton y Wilson (2004) puntualizan que para Best y Williams, estas nociones no solo son construidas culturalmente, pues son, también, resultado de las ideologías nacionales, que se entretrejen con factores socio-históricos específicos, tales como tradiciones culturales, sucesivos regímenes políticos y religión. A la par de lo mencionado, estos influyen en las relaciones de

género y las posiciones que hombres y mujeres ocupan en el contexto nacional (Stapleton y Wilson 2004, 47).

Los mismos autores citan a Yuval-Davis, quien destaca cómo a las mujeres se les ha asignado el rol de “reproductoras” biológicas y simbólicas/culturales de la nación. Apunta, también, que dichos conceptos han establecido obligaciones, derechos y deberes femeninos, al igual que subjetividades y experiencias, en función del escenario nacional (Stapleton y Wilson, 2004, pág. 47). No resulta erróneo, entonces, afirmar que las representaciones de la mujer moderna no fueron proyecciones sobre de un modelo femenino adecuado y deseado para el contexto estadounidense, sino también dispositivos y tecnologías hegemónicas que devinieron de una bio-lógica⁴¹ occidental, que disciplinó a las mujeres para ser como la mujer moderna, cuyas capacidades comenzaban a ser reconocidas.

La fragilidad que había sido asociada a la mujer victoriana, se había enterrado por la audacia de la mujer moderna. Van Vranken sostiene que las leyes de las diferencias biológicas –y de la conformidad– le permitieron adaptarse a su contexto y que su autosuficiencia era visible en los espacios públicos –profesiones– que había conquistado. Desde su perspectiva, las mujeres estaban (también) construyendo al mundo, pues no duda en mencionar la labor de La Liga Nacional de Mujeres Votantes reconociendo a “the twelve greatest living American women” y las principales áreas conquistadas por su género. Al reconocer las múltiples adaptaciones de la mujer y sus capacidades, de alguna manera, legitima la nueva constitución y performatividad del género, que había colocado a la mujer moderna, (casi) a la par del hombre.

Dicho de otro modo, según Stapleton & Wilson(2004),

citizenship, Rights and Duties Connected to this ideological dimension is the formal allocation of citizenship rights and duties. Gender differentiation emerges across different national and institutional contexts (e.g. political, civil and social), and reflects the relationship of the individual to the state in question. Again, this

⁴¹ Véase Oyěwùmí, Oyèrónkẹ́. 2017. *La invención de las mujeres. Una perspectiva africana sobre los discursos occidentales del género*. Bogotá: Astraea.

relationship is likely to be influenced by both national ideologies and the individual's particular location within these structures.

Con ayuda de los planteamientos que Palomar (2001) recupera de de Banet-Wiser, la publicación en cuestión puede ser interpretada a modo de ejemplo de cómo los discursos median y difunden las normas dominantes y las convenciones de feminidad. En este sentido, y siguiendo a la misma autora, la raza, el género y la nación son interconstitutivos e indispensables para analizar lo concerniente a la nación, al género y a la cultura popular. Estas categorías que, usualmente son pensadas como fijas y estables, aparecen en este ejemplo como dentro de un constante –pero no obvio– proceso de elaboración (Palomar 2001, 245).

El género, entonces, no solo se está representando, sino también construyendo⁴² al citar, por ejemplo, las nuevas profesiones que, si bien no rompen completamente con los roles asignados, sí reflejan una performatividad de género distinta a la victoriana. En términos de la experiencia femenina de las mujeres blancas –por cuestiones interseccionales en torno a los privilegios, no se puede decir que fue una experiencia compartida con las mujeres racializadas–, esto significó una apertura al espacio público, pero en términos estructurales, respondía a las urgencias de la modernidad estadounidense.

Esta construcción discursiva de la identidad femenina moderna analizada por Palomar –acudiendo de nuevo a Banet-Wiser y su estudio de caso sobre los concursos de belleza–, “posiciona la noción liberal y de agencia como elementos clave del discurso dominante (...)” (Palomar 2001, 250). De tal modo que la dominación y los usos del poder son desvanecidos en el proceso de subjetivación, en el cual, el sujeto asume, en términos performativos –lo que percibe como–, una deliberada y total agencia.

Estas representaciones ideotecnológicas de género proyectadas en las *fan magazine* no siempre disciplinaron los cuerpos y las performatividades modernas de manera explícita. En otras palabras, la constitución hegemónica de identidades no siempre es perceptible, pues

⁴² Véase De Lauretis, T. (1989). La tecnología del género. In T. d. Lauretis, *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film and* (pp. 7-34). London: Macmillan Press.

la polisemia de las tecnologías y dispositivos y de sus mensajes, se insertan estratégicamente hasta normalizar ideas, prácticas, opiniones y gustos. En esta misma línea, los discursos —de las revistas— devienen en

prácticas por la captura o pasaje de los individuos a lo largo de su vida, por los dispositivos produciendo formas de subjetividad; los dispositivos constituyen a los sujetos inscribiendo en sus cuerpos un modo y una forma de ser. Pero no cualquier manera de ser. Lo que inscriben en el cuerpo son un conjunto de praxis, saberes, instituciones, cuyo objetivo consiste en gobernar, controlar, orientar, dar sentido que se supone útil a los comportamientos, gestos y pensamientos de los individuos (García Fanlo 2011, 2).

El discurso hegemónico sobre la modernidad y sus sujetos, entonces, era transmitido a través de dispositivos que construyen representaciones ideotecnológicas del género. A este respecto la entrevista a Dorothy Gish permite reconstruir el concepto de *flapper* desde Hollywood:

A FLAPPER with philosophy. Ordinarily those things would not be compatible. Philosophy is something given human beings only by the years. And flappers. . . Yet Dorothy Gish always seems to us to be just that — a flapper with a philosophy.

Of course it all depends upon your particular mental image of a flapper. Dorothy is not a finalehopper cut from what must now be a well-worn pattern. No, not that. Nor is she someone who might have stepped from between the covers of an F. Scott Fitzgerald best-seller. Not someone touched with arrogance, believing herself the axis upon which her world revolves. No, not that.

But her years, slim as they are, have been full years. Since she was four years old she has earned her living on the stage. She has read. She has traveled. These things have given her an understanding and sensitized her observation. And she married young. Very young.

"You know," Dorothy was telling me, "I had splendid opportunity to study the sort of girl I am in this picture when we were abroad in those frightful war days. She is s really the same girl I was playing for Mr. Griffith in 'Hearts of the World.' There were scores of them in the streets of Poplar. They fascinated me. I followed them for blocks and blocks. They were so sure of themselves. Their hats always had a bobbing feather. They loved feathers ! Their skirts were as short as the law allowed. And their French heels would tinkle along the pavements. I never thought of them as really bad, somehow. And I noticed time after time that it would be the girl with the hardest face who would stop to give some urchin a stick of gum or a peppermint drop. It's often that way" (Fletcher 1922, 34-35).

Según la entrevistadora Adele Fletcher, la actriz era un caso especial para interpretar a una *flapper* –¿O se considera como una? – pues era una mujer con filosofía, no una de las chicas de Fitzgerald. Sin embargo, cabe destacar que, aunque Dorothy no se identificaba como tal y se refiere a esta como un “tipo de mujer”; esta tesis se limitará a revisar la nota periodística sobre a la construcción de la mujer moderna estadounidense a través del discurso que sostuvo la revista.

La peculiaridad que, de acuerdo con la entrevistadora, le alejaba de las *flappers* –o en general, de la mayoría de las mujeres”–, se debía a que, pese a su corta edad, contaba con vastos conocimientos y experiencia. Generalmente, quizás por su “condición de mujer”, o por la cuestión de la edad; la juventud –y en especial la femenina– era, en ocasiones, asociada a la ignorancia–. No obstante, no era así con la estrella, pues la sensibilidad y entendimiento que poseía, decían, devenía de sus múltiples viajes y lecturas; además de su temprano matrimonio e incursión en el ámbito laboral.

En términos de intertextualidad, tanto la estrella como la entrevistadora, se apegaban a la concepción hollywoodiense de la *flapper*. Este discurso, sostenido por Dorothy y Adele, aunque cuidadosamente, sí aludía a la libertad que caracterizaba al sujeto generizado femeninamente e identificado como *flapper*. En este sentido, su descripción también puede ser empleada para visibilizar cómo las representaciones hegemónicas citan, reiteran y contribuyen a “hacer el género” (Seccia 2015, 157).

La representación de la mujer moderna a través de las *flappers* y el género como producción ideotecnológica, provenientes de un discurso transmitido por un dispositivo de poder, pueden observarse cuando Gish afirma: “They were so sure of themselves. Their hats always had a bobbing feather. They loved feathers ! Their skirts were as short as the law allowed. And their French heels would tinkle along the pavements. I never thought of them as really bad, somehow” (Fletcher 1922, 35).

Esta normalización de lo que al género compete, encamina a los individuos (en este caso, a las espectadoras del cine y a las lectoras de la revista) a desear encarnar y performar los actos constitutivos de dicha identidad, y ser culturalmente inteligibles (Seccia 2015, 157-158). A la par, responde a la urgencia de ordenar prácticas que garanticen que el sistema mayor del que el dispositivo forma parte, funcione.

La necesidad de construir una nueva (representación de la) mujer estadounidense en la modernidad, requirió una concreta definición de su constitución; pero también, a partir de la revista como dispositivo de producción ideotecnológica, se estableció un régimen social que produjo subjetividades –o sea, sujetos–sujetados– a un orden discursivo cuya estructura sostenía también un régimen de verdad (García Fanlo 2011, 7). En otras palabras, se legitimó quién podía personificar al sujeto femenino de la modernidad en el contexto estadounidense de Los Felices Años Veinte y cómo serían las prácticas performativas que responderían a la nueva constitución de género.

A propósito de esta cuestión, el artículo “If you can’t be pretty, be interesting”, escrito por Alice Tildesley (véase imagen 13), y publicado en mayo de 1926, es un ejemplo del disciplinamiento encaminado a educar sobre un tipo particular de feminidad:



Woman
He's only twenty-two years old, is Adrian. But already he has made a reputation for himself on Broadway and in the movies

IF YOU CANT BE PRETTY BE INTERESTING!

Most fashion hints are written for pretty girls. Adrian, expert costume designer, gives some advice to girls who want to be more than pretty

By ALICE TILDESLEY

- Dont be afraid to be different.
- Dont be afraid to grow up.
- Stop mentally walking the Atlantic City boardwalk in a beauty parade.
- Make capital of your defects.
- Cultivate a color sense.
- Learn restraint in dress.
- Understand the value of simplicity.
- And dress to be interesting!



Above: A simple yet daring coat dress. The lapels are the only trimming. It is of black broadcloth with gray velvet sleeves and cape lining. Below: A costume, with a striking silhouette. It is of sheer tulle, with black embroidered scallops



Above: The huge flaring revers give a very original silhouette to this suit of gray serge and black velvet. Below: The cuffs on this black velvet gown are in themselves sufficient trimming for the costume. Designed for the interesting rather than the pretty face



A black velvet evening gown designed for Elmer Fair. White monkey fur decorates the costume at the throat, wrists and on the six-pointed train. This is decidedly a screen dress and not for every-day life

ADRIAN, youthful genius presiding over the wardrobe department at the De Mille Studio, sat in the springlike green and gold of his fitting-room and gave this advice to those of us who are not supremely satisfied with what the gods have bestowed upon us in the way of looks.

Adrian is an authority, since at the ripe age of twenty-two he has risen to one of the most coveted positions in Hollywood.

Before he was seventeen, he had designed the gowns for a scene in "George White's Scandals," and a year later won a scholarship calling for a year's study in Paris. There, at the Grand Prix Ball, his partner's costume, which Adrian had originated, interested Irving Berlin so greatly that the young artist was commissioned to array the beauties in the "Music Box Revue."

Then came Mae Murray, demanding his services, followed by Mrs. Rudolph Valentino ordering clothes for "The Hooded Falcon" (which clothes are still on the wardrobe shelves, since Rudolph has not yet made this picture), and Sid Grauman asking for bizarre creations for the prolog of "The Gold Rush." So striking was Adrian's work on the prolog that the morning after the opening, five studios made him offers!

ADRIAN is tall and dark and "unusual-looking," probably the most satisfactory appearing of all our Hollywood geniuses, because he looks the part.

"American women seem to think there are but two ages, sixteen and sixty," he said. "They stay sixteen too long, then with one bound they

advance to sixty—too soon. They dont consider the good points of all the ages in between. Abroad, thirty-five is considered the divine age, and special attention is given to dressing it, for a woman is then far more attractive, if she wishes to be, than she was at twenty.

"A woman may remain sixteen more than one year, of course. Some women can look sixteen for ten years! There the modern woman has an advantage over her grandmother, whose girlhood was so brief. But beware of making yourself ridiculous by clinging to flapperdom too long!

"Kittenish dresses, debutante ruffles and puffs, baby colors and young girl silhouettes should be abandoned for the lovelier sophisticated creations that belong to thirty-five. Smart silhouettes, trains, veils, hats with dashing lines, daring color combinations and judicious use of jewelry are fascinating compensations for the leaving behind of the milk-and-water age.

If you are not pretty, dont try to make yourself an imitation of a pretty girl, dress to be interesting. All pretty women cant be interesting, but an interesting woman can outshine all pretty ones.

"Probably American men are responsible for the attitude of women toward prettiness, since men seem to admire the Fulfiller-beauty type, but they can be educated into appreciating the woman who is not possessed of an ephemeral and obvious charm. 'Pretty' and 'cute' are words that should be dropped from the vocabulary of the American woman. 'Attractiveness' and 'distinction' should be substituted.

"The quality of being interesting is what nine out of ten women must think of. It can be developed, since it is a quality of mind; and it will last and increase while beauty and youth fade and decay.

"Women seem to have a sort of 'herd instinct'—they hate to be different. If they are wearing narrow-brimmed hats, tight sleeves, large-figured silks or polo coats, a woman will wear just that, whether it is becoming or not.

Elmer Fair wearing an evening gown of nude chiffon embroidered in crystals and pearls. The train of the gown is swept up to form the sleeves



Parall
A lace evening dress with a huge bow of tulle. Worn by Ann Bannon



41
PACIL

Imagen 13. Tildesley, Alice. "If You Cant Be Pretty, Be Interesting". Motion Picture Magazine XXXI, n.º 4 (mayo de 1926): 40-41.

A continuación, la transcripción del artículo en cuestión:

"ADRIAN, youthful genius presiding over the wardrobe department at the De Mille Studio, sat in the springlike green and gold of his fitting-room and gave this advice to those of us who are not supremely satisfied with what the gods have bestowed upon us in the way of looks.

Adrian is an authority, since at the ripe age of twenty-two he has risen to one of the most coveted positions in Hollywood.

Before he was seventeen, he had designed the gowns for a scene in "George White's Scandals," and a year later won a scholarship calling for a year's study in Paris. There, at the Grand Prix Ball, his partner's costume, which Adrian had originated, interested Irving Berlin so greatly that the young artist was commissioned to array the beauties in the "Music Box Revue."

Then came Mae Murray, demanding his service-, followed by Mrs. Rudolph Valentino ordering clothes for "The Hooded Falcon" (which clothes are still on the wardrobe shelves, since Rudolph has not yet made this picture"), and Sid Grauman asking for bizarre creations for the prolog of "The Gold Rush." So striking was Adrian's work on the prolog that the morning after the opening, five studios made him offers!

ADRIAN is tall and dark and "unusual-looking," probably the most satisfactory-appearing of all our Hollywood geniuses, because he looks the part.

"American women seem to think there are but two ages, sixteen and sixty," he said. "They stay sixteen too long, then with one bound they advance to sixty—too soon. They don't consider the good points of all the ages in between. Abroad, thirty-five is considered the divine age, and special attention is given to dressing it, for a woman is then far more attractive, if she wishes to be, than she was at twenty.

"A woman may remain sixteen more than one year, of course. Some women can look sixteen for ten years! There the modern woman has an advantage over her grandmother, whose girlhood was so brief. But beware of making yourself ridiculous by clinging to flapperdom too long!

"Kittenish dresses, debutante ruffles and puffs, baby colors and young girl silhouettes should be abandoned for the lovelier sophisticated creations that belong to thirty-five. Smart silhouettes, trains, veils, hats with dashing lines, daring color combinations and judicious use of jewelry are fascinating compensations for the leaving behind of the milk-and-water age.

"IF you are not pretty, don't try to make yourself an imitation of a pretty girl, dress to be interesting. All pretty women can't be interesting, but an interesting woman can outshine all pretty ones.

"Probably American men are responsible for the attitude of women toward prettiness, since men seem to admire the Follies- beauty type, but they can be educated into appreciating the woman who is not possessed of an ephemeral and obvious charm. 'Pretty' and 'cute' are words that should be dropped from the vocabulary of the American woman. 'Attractiveness' and 'distinction' should be substituted.

"The quality of being interesting is what nine out of ten women must think of. It can be developed, since it is a quality of mind, and it will last and increase while beauty and youth fade and decay.

"Women seem to have a sort of 'herd instinct'—they hate to be different. If 'they' are wearing narrow-brimmed hats, tight sleeves, large-figured silks or polo coats, a woman will wear just that, whether it is becoming or not.

"INSTEAD of trying unsuccessfully to hide what you consider your defects, make capital of them!

"I met a woman on the boulevard yesterday, who had powdered her face a bright pink in an obvious effort to disguise her dark complexion. She failed to hide her skin, but drew attention to it because she was using a powder belonging to someone very fair. If she had chosen the proper shade of brunette powder, and dressed for a dark skin, she would have capitalized her defect.

"If you have a long neck, don't try to hide it in a high collar so that immediately people will wonder why you wear such miles of material about your throat. Dress for it, not against it.

"Tall women should dress for their height, not to conceal it, as the height were a disgrace. Make them say admiringly: 'Isn't she really tall!'

THERE is something I wish to say in motion picture fans concerning the clothes they see upon the screen. "The dramatic situations in a picture must be consumed according to the feeling of a scene—therefore there are some clothes that are not in good taste if worn off the set. They are put into the picture like futuristic scenery in some plays to help drama and are out of place anywhere else.

"A picture may be exotic in theme, in plot or in characters. Never attempt to copy a gown worn in an exotic story on the screen, for it is certain to be exaggerated for the effect of the whole picture.

"I think I may say that women in moderate circumstances who cannot afford many changes of costume should avoid wearing the exotic type of gown. It is usually so extreme that one becomes tired of it presently; it is out of place at informal affairs and is perhaps too conspicuous for the average woman.

"Wear simple things — that is, simple in line and ornamentation—not too unusual in color, but smartly cut. It is better to have one smart dress than a dozen mediocre gowns.

"It is knowing, not having. Anyone with money can buy clothes, but not everyone knows what to buy. If you have money and don't know, put yourself in the hands of the best shop in your town and trust them. Don't let one expert design a gown and another a coat and still another a hat, for they may none of them have any relation to the rest and the result will be a fearful thing.

"INDIVIDUAL dressing is expensive, as a rule, but you can create your own style by extreme simplicity and by cultivating personality.

"If you have a charming personality, there are two things you can do—bring it out by dressing it simply and smartly, or submerge it by overdressing.

"A jeweler, you know, shows his finest diamonds on a plain bit of black velvet, not on a gorgeous piece of metallic embroidery.

"Choose your clothes with care and thought, and wear them well. Hold yourself properly — don't slump—cultivate distinction of presence poise and carriage, and you will look fifty per cent, better in whatever you have on.

"Do not think that I mean by this that you should be drab. Never!

"Simplicity can be daring. See !"

He exhibited a gown of crimson velvet made bouffant with no ornamentation at all except a petal motif in varicolored velvets at the edge of the skirt.

A black velvet gown, built on straight lines, had a short cape from the shoulder elaborately embroidered in colors, the train repeating the embroidery ending in a heart shaped sweep of color.

"This is the exotic type: thing that fans should not imitate," explained Adrian. "It was created for Elinor Fair in 'The Volga Boatman,' and is designed for a dramatic moment. But here is one created for Miss Fair for this picture that may be safely copied."

It was a dress of black lace over a black satin slip, the skirt being rather full, the bodice severely plain, the sole attempt at ornamentation being a wide sash of black grosgrain ribbon embroidered in gold and silver roses, the bow at the back wired and the ends falling to make a graceful train.

"THIRTY-FIVE also could wear this beautifully", decreed Adrian, "and, if she is slender, dinner dresses of metal cloth are hers. Take care of the silhouette, for that is most important —make it smart and becoming. Don't wear embroidery unless it is exquisitely done. A touch of it that is beautiful is better than a great deal of indifferent work.

"The essential thing is to have one idea. Try to express that idea and not include half a dozen in a single costume. Perhaps you like fur and feathers and flowers and ribbons, but don't try to put them all on one gown. If a bow is to be the thing on your dress, concentrate on it and use nothing else.

"Jetta Goudal is an example of the interesting woman. She should wear black and the wine shades.

"Black is always smart and can be worn everywhere. Very few women cannot wear it. Use colors that blend harmoniously. The result will frequently be more interesting than the use of one solid color for a costume. Select color for its becomingness and for the time and occasion of wearing.

"No matter how lovely your gown may be, or how distinguished its cut, the effect can be ruined by ornamentation and accessories. Too many or badly assorted jewels can spoil a costume, too.

"An evening wrap worn over a gingham dress would be ridiculous, even the the wrap was gorgeous and the dress quite smart. No person of taste would wear them together, and no person of taste should wear any other two articles of dress that do not make a harmonious whole.

"PERHAPS there are fans of Vera Reynolds' type. She looks best in boyish little double-breasted suits, in sports togs, and for evening she is charming in closefitting bodices with bouffant skirts. Long waisted gowns of this kind, with skirts that just clear the floor, have a quaint appeal and are becoming to most American girls.

This gown can be fashioned of organdy, lace or net, be modified with tiny puff sleeves, and trimmed in tiny clusters of roses or a wide sash.

"But the same model, designed for an exotic picture and carried out in leopard skin, is decidedly unsuited for use by the average American girl.

"Hats are important, if you would be smart. Study your face from every angle when you choose a hat, select one with good lines and be careful of its trimming.

"Felt is a safe investment if you have not much money, for a simple felt is inexpensive and yet appropriate for most occasions. Never trim it with flowers or silk or appliqué.

"Unless you can afford an expensive ornament for your hat, do without one. An imitation will cheapen the hat.

"Be careful with shoes, for unusual cuts and fabrics and colors cannot be well done at a low price. I favor patent-leather pumps if one has not a great deal of money to put into shoes. At all events, remember not to dress your feet so that they draw too much attention »

(Tildesley 1926, 40-42, 10-123)

A partir de la lectura de la nota, puede decirse que esta no hace obvias las relaciones de poder que contribuyeron a la construcción, legitimación y negociación de la feminidad moderna desde una perspectiva hegemónica., dominada por la industria cinematográfica de Hollywood y ligada a las biopolíticas vigentes en Los Felices Años Veinte. A este respecto, es preciso retomar a Sossa Rojas (2011) que, a su vez, cita la obra de Foucault para exponer que el poder, a través de imposiciones no violentas relacionadas con el saber/poder (régimenes de verdad), conduce y produce conductas, guiando a las personas dentro de una extensa red de relaciones en la que todos poseen poder. A este respecto, la *Motion Picture Magazine*, como dispositivo y tecnología de saber/poder, conducía a las mujeres a reproducir la nueva constitución de género mediante los actos performativos modernos inscritos en discursos que asociaban esta nueva constitución del género, con la posibilidad expresión de la individualidad.

Cabe destacar que la legitimación del conocimiento proyectado y promovido en los discursos de la revista en cuestión, no eran siempre cuestionados por las mujeres, pues los medios de comunicación como parecían someter u obligarlas a adoptar ciertas posturas. Por el contrario, la narrativa que puede apreciarse en la revista, parecía dar a las mujeres la

posibilidad de elegir cómo ser, pero claro, dentro de los parámetros culturalmente aceptados, pues dejaban claros los límites de la libertad. Un ejemplo claro de esto, es la diferenciación que Adrian hace con respecto a las prendas dramáticas que las actrices pueden usar en las películas, mismas que no debían ser usadas por las mujeres estadounidenses promedio, a quienes aconsejaba optar por indumentaria que no fuese demasiado llamativa.

Pese a las cuestiones implícitas de la fuente primaria en cuestión, esta sí explicita su intención de llegar, concretamente, a un público de mujeres americanas que cabían en las representaciones que proyectaban sobre la mujer moderna –respondiendo a una biopolítica y a un anatomopoder, que juntos configuran un biopoder que privilegiaba a las mujeres blancas, jóvenes, de clase media o alta–. En este sentido, cabe mencionar a Le Breton, Amigo, Ewen, Turner, Eco y Morris, citados por Sossa Rojas (2011) quienes han aportado que, históricamente, han sido las mujeres a quienes se les ha invadido de ideas relacionadas con la estética personal. Plantean también que “en muchas situaciones, masculinidad es sinónimo, entre otras cosas, de serenidad por el aspecto propio, mientras que la feminidad encarna una preocupación en tal sentido”.

Sossa Rojas, siguiendo a Foucault, ubica a la publicidad como un dispositivo que normaliza y significa, cuando de la producción de sentidos en las sociedades contemporáneas se trata. No obstante, la revista en cuestión, también forma parte de

(...) un sistema que goza de todo un régimen constituido a través de un determinado discurso, y aun cuando puede tener un público objetivo, sus recomendaciones quedan enunciadas para todos, aunque no los busquemos, por lo que en todo momento nos recuerdan cuál es la norma, qué es lo que está a la moda, etc. (Sossa Rojas 2011, 8)

En la misma línea foucaultiana, Sossa Rojas (2011), afirma que, como efecto del biopoder⁴³, tanto Hollywood, como la fotografía, contribuyen al paroxismo de la estética

⁴³ A este respecto, cabe retomar a Foucault quien explica que “[...]el anatomopoder, [...]se refiere a las formas de educar, disciplinar el cuerpo individual, de volverlo un cuerpo útil y dócil. [...] [mientras que] la biopolítica, [...] remite a la manera como se emplean formas políticas de administración de la vida de una población. Por ejemplo: patrocinio de los procesos biológicos como el nacimiento, la mortalidad, la salud, etc. Estos dos conjuntos de técnicas conforman lo que Foucault denomina: biopoder. Aquí, ambos conceptos operan

personal. Empero, sugiere que, más allá de la revaloración de la imagen, no solo se muestra qué pensar y qué apreciar, sino también se dicta cómo pensarla y apreciarla. Así pues, al ser guiada por Gilbert Adrian, reconocida autoridad en el mundo de la moda en Hollywood, la nota en la revista sostuvo un discurso que (re)produjo una nueva constitución del género y su expresión femenina. Dicho de otro modo, la *Motion Picture Magazine* como dispositivo de producción ideotecnológico –y a través de una visión masculina, heterosexual y blanca– definió, disciplinó y legitimó una performatividad encarnada a través de las estrellas del cine y destinada a ser emulada por las lectoras. Sin embargo, dejaba en claro hasta qué punto, las mujeres podían parecerse a las estrellas, pues el experto en moda marcaba las diferencias entre las actrices de Hollywood como las representaciones de la mujer moderna y las mujeres estadounidenses, como audiencias y potenciales compradoras de los artículos que les permitirían ser sofisticadas, atractivas e interesantes.

A partir del estudio de Sossa Rojas (2011) sobre Foucault, puede afirmarse que, al obedecer al “sistema normalizador imperante”, las mujeres que encarnaban a la mujer moderna estadounidense y podían emular las representaciones que de esta se difundieron en la *Motion Picture*, adoptaron y se adaptaron – se sujetaron– a un discurso biopolítico. Dicho de otra forma, mediante la revista como dispositivo ideotecnológico, se incitaba a la reproducción de los actos performativos que constituían la concepción moderna del género.

Así pues, a propósito de la nota, pese a que Adrian Gilbert criticó el instinto de manada de las mujeres estadounidenses en términos de moda; él también, mediante su discurso, construía y promovía una forma de ser mujer; “hacía el género” y las encaminaba a repetir determinados actos. Al ser el experto en moda un joven con un conocimiento fuera de lo común por su estadía en París, se le concedió el poder de sostener un discurso que abogaba por corporalidades y estéticas atractivas y elegantes, definidas por los medios y la

medularmente para producir productividad [...] Así, evocando el concepto de anatomopoder, vemos cómo esta modalidad es aprovechada como tipo de poder para guiar a los cuerpos, para introducirse en lo más íntimo, inculcándoles una manera de actuar y de pensar, siendo así que se perciben influencias tanto negativas como positivas. En este proceso el sujeto adquiere autonomía, poder y saber, el que utiliza para interrelacionarse con la sociedad. Y en la actual, es claro, hay un estímulo al consumo y al atractivo físico, pero más que atribuirlo a una institución, se debe entender que esta está influenciada en un juego de poder (Sossa Rojas 2011, 18-19, 28).

cultura. Este ideal de feminidad prometía hacer que las mujeres destacaran por algo más que su belleza, con ayuda de la indumentaria adecuada, pues el capitalismo y el consumismo eran promovidos no solo mediante anuncios publicitarios, sino también en otros discursos sobre las estrellas.

En la nota, tampoco se exhortaba a ser bonita o linda –de hecho, el experto sostuvo que esas palabras debían ser sustituidas–. Desde su perspectiva, el juvenil estilo *flapper* no debía ser usado después de cierta edad. Adrian señaló que las mujeres tendían a permanecer en los 16 años por mucho tiempo, y después, a pasar directamente a los setenta demasiado rápido. En su lugar, sugería que, después de los 35 años, se debía optar por un estilo que favoreciera para exaltar el atractivo de cada mujer, para que se viera sofisticada, interesante y se distinguiera de entre las demás, a partir del uso de la indumentaria adecuada. Es decir, a través del dispositivo de producción ideotecnológica que la *Motion Picture Magazine* significó, se construyó una idea de individualidad ligada al consumo, pero también relacionada con el género, la clase y la edad. Con respecto a esta última categoría, la posibilidad de “extender la juventud” y disfrutar de las posibilidades de la moda, también estaba ligada a aumentar potencialmente el número de mujeres que la consumían. Es decir, al ser la belleza un atributo pasajero, el atractivo de la sofisticación y de una personalidad elegante, permitirían que, sin importar el paso del tiempo, las mujeres continuaran comprando indumentaria “acorde” a sus gustos y a sus cuerpos.

Las efímeras y evidentes cualidades femeninas por excelencia debían quedar en el pasado, pues la chica moderna tenía muchas más posibilidades de sacar provecho de sus rasgos únicos. Las virtudes y defectos señalados por Adrian, permiten reconstruir lo que estaba dentro y fuera de las representaciones de la mujer moderna estadounidense, y desentrañar el biopoder, pese a afirmarse como resultado de la autopercepción de las mujeres. La revista de fanáticos, como dispositivo de producción ideotecnológica, mostró lo que estaba dentro y fuera de la norma, en términos de moda y “buen gusto” o “mal gusto”; disciplinando y educando a las lectoras respecto a la corporalidad y performatividad femeninas hegemónicas.

Las mujeres altas, por ejemplo, podían ser admiradas si sabían cómo usar y vestir su cuerpo, pues la estatura elevada no era un defecto; debía lucirse, no corregirse. Sin embargo, una tez oscura (cuando no era producto de un bronceado), sí era considerada un defecto –al menos a juicio de Adrian–, con el que se debía trabajar para que, utilizando el maquillaje y las prendas adecuadas, pudiera sacarles provecho. Cabe destacar que, aunque no de manera explícita en esta nota, la revista sí privilegia la blanquitud como atributo de la ciudadana deseada, de la mujer moderna que representaría a la nación que se proyectaba a sí misma como blanca.

Del mismo modo, responsabilizó a los hombres –y su gusto por el *follies-beauty type*– del interés de las mujeres por la belleza, y sugirió que estos se reeducaran para apreciar las nuevas características. Adrian parecía posibilitó nuevas formas de expresión, aparentemente ligadas a la individualidad, pero esta no es preexistente en las personas, sino una construcción discursiva y cultural en contextos históricos específicos. Asimismo, contribuyó a construir y proyectar un discurso distinto al que, desde su perspectiva, era reproducido y personificado por las “mujeres promedio”. No obstante, al no cuestionar ni transgredir la norma social respecto a la aprobación masculina (que cosifica a la mujer, como objeto de placer masculino) reafirmó el poder del sistema patriarcal imperante y la heretosexualidad normativa, producto de una biopolítica con fines específicos.

En este sentido, tanto las palabras de Adrian, como el resto del contenido de esta revista, permiten analizar uno de los dispositivos de producción ideotecnológica más importantes en Los Felices Años Veinte, en términos de género y la forma en la que este ejecuta sus operaciones. Aunque la nota no sostiene propiamente un discurso enfocado al modelo *flapper*, sí permite entender, la forma en la que se estructuraba y afianzaba el poder hegemónico, blanco, heteronormativo, capitalista, patriarcal y colonial en la construcción de representaciones nacionales y de género.

Los consejos del gurú son lo que De Lauretis (1989) podría situar como ejemplos de la forma en que el género se construye y se convierte en producto. Asimismo, las mujeres que representaban este modelo, también eran resultado de la producción ideotecnológica que las constituía como mujeres modernas o *flappers*. Entonces, tanto las técnicas como los

dispositivos que transmitieron los saberes, devinieron de un discurso con códigos y normas específicas que les definieron y estandarizaron como productos culturales, atenuando las relaciones de poder que se estructuraron a favor de los intereses de los grupos hegemónicos.

Las estadounidenses, al seguir los consejos del experto, aunque transgredieron el cliché en torno a la exigencia de belleza, eran sometidas a la industria de la moda, postulada como su mejor aliada para expresar su interesante personalidad, que no debía caer en los estilos dramáticos o exóticos. De acuerdo con Lipovetsky (en Hernández 2005, 22), el individuo de la modernidad fue esbozado de tal forma que encontrara “atractiva [la] posibilidad de elegir un proyecto individual de signo hedónico, en el sentido del principio del placer”. Consecuentemente, no es de extrañar que, durante la primera mitad del siglo XX, la producción de subjetividades altamente individualizadas, haya caracterizado al capitalismo y elaborara discursos encaminados a la “revolución del consumo”.

En esta misma línea, Hernández (2005) también argumenta que la modernidad encaminó al individuo a auto “construirse” al elegir una posición social y otorgarle el derecho a que esa posición, se le reconociera socialmente. Lo que Hegel habría entendido como “subjetivación de la libertad”, puede ser asociado con el modelo de elegancia y simplicidad evocado por Adrian. Por su parte, desde la óptica foucaultiana, lo que el experto en moda presentó como evidencia de su conocimiento sobre las tendencias en extranjero y como una posibilidad de autoexpresión, no fue sino una “disciplina que es una tecnología homogeneizadora” y un dispositivo que construyó al género. Su importancia radica en que, dicho “proceso de disciplinamiento, vigilancia y normalización (...) constituye como sujetos”.

Esta disciplina de “fábrica” de individuos, entendida como técnica específica de poder, convirtió a las mujeres estadounidenses de Los Felices Años Veinte, en objetos e instrumentos de su ejercicio, al tener el poder de elegir y de consumir bienes. Es decir, esta disciplina fiscalizó sus aptitudes y preferencias, mismas que devinieron de la relación de micropoderes en lo social, económico, político y cultural, creando normas o estipulaciones (Sossa Rojas 2011, 4), pese a la ilusión de libertad individual que fue promovida en la revista a lo largo de sus publicaciones.

Con ayuda de Salvat y Ewen, se puede afirmar que la *Motion Picture Magazine*, al igual que el consumo al que incitaba, fungieron como mecanismos de integración social. En este sentido, las relaciones de fuerzas o de poder, al ser estratégicas, microfísicas y difusas, determinaron singularidades y subjetividades. Sossa Rojas (2011) acude a Castro, quien considera que los procesos y sistemas que dan forma al sujeto, empero, no devienen de la subjetividad, sino de condiciones históricas, políticas y sociales. Aunado a lo anterior,

Foucault explicita que para que los discursos y fuerzas operen, no sólo se necesita de instancias y sujetos que creen estas subjetividades, que disciplinen y normalicen, sino que también se debe vigilar que así sea. De esta manera, existe todo un saber, todo un sostén de antecedentes, toda una analítica respecto de las preferencias, gustos y tendencias de las personas. Un rasgo peculiar del modo de producción capitalista consiste, entonces, en que ésta no requiere una forma ascética del deseo; los placeres son de hecho manipulados y producidos por el proceso de mercantilización y elaborados por el circuito del consumo (Sossa Rojas 2011, 7).

De tal modo que el discurso presentado en la fuente primaria estaba legitimado por un saber/poder ligado a una red discursiva encaminada a producir sujetos sujetados. En otras palabras, Adrian fue expuesto como figura de poder por su conocimiento en la materia. Él, a su vez, a través de su discurso, impuso a las “mujeres promedio” estadounidenses, tácticas de disciplinas individualizantes y normas culturales que encajaran con la constitución de género de Los Felices Años Veinte en Estados Unidos. No obstante, no lo hizo de manera áspera, pues el poder, como relación y situación; al igual que el desenvolvimiento social del individuo, invisibilizaron el proceso a partir del cual se adquirieron –e impusieron– las disciplinas (Sossa Rojas 2011, 11).

Es decir, la charla con el experto en moda fue una estrategia retórica aliada del capitalismo y de la cultura de masas que prometía explorar la individualidad de los sujetos femeninos producidos desde la industria del cine estadounidense. A lo largo de las líneas, las menciones en torno a prendas y a las compras son constantes, pues la cultura de masas y el consumo, relacionados con la bonanza para las clases medias y altas, proyectaron el poder

adquisitivo como una de las características de la modernidad. Para Ole Reinsch (2013), “it is obvious at this point that fashion is one of numerous emblems for the mass culture and industrial mass production in the twenties. The access to fashion was not only permitted to the upper classes. The textile industry’s mass production grants lower prices for fashion”.

Así pues, las revistas de fanáticos “are (...) an important resource for understanding 1920s notions of female consumption-of images, of products, and of film” (Orgeron 2003, 77). Al analizarlas como dispositivos de poder que se articulan en el cuerpo, en los gustos y en las emociones; es posible visibilizar su instrumentalización en fenómenos como la estética, la publicidad o el cine. Entonces, las propuestas de Foucault resultan nuevamente útiles para abordar la cuestión de la performatividad y la corporeidad femeninas en la modernidad, pues “el cuerpo es un texto donde se escribe la realidad social”, que es vigilada y orientada por instituciones diversas que dotan “al individuo, de estrictas normas corporales; de una manera de actuar y de obedecer, que de ser exitosa, es un garante del orden social” (Rojas Sossa, 2011, 1-2).

En su discurso, Adrian también mencionó que si se tenía el dinero –la cuestión del poder adquisitivo es citada en múltiples ocasiones, aunque no siempre de manera explícita–, pero no conocimiento sobre moda y estilo, se debía acudir a las mejores tiendas. Los trabajadores encontrarían la forma de que cada mujer mostrara sus mejores atributos y supiera qué hacer con sus defectos con las prendas adecuadas. Lo anterior cobra sentido al considerar que la indumentaria, o de acuerdo con Petersson McIntyre (2018), los bienes materiales –y la clase–, no reflejan únicamente las concepciones culturales sobre el género, también crean nociones respecto a la feminidad, y en este caso, la expresión de la feminidad y de la individualidad, eran cuidadosamente relacionadas con el acceso a los bienes.

Las relaciones entre verdad, saber y poder están presentes en el consumo, que es, también, un ejercicio del poder. Foucault postula la existencia de grandes mecanismos secretos que transmiten saberes y lo perpetúan; el cine y las revistas de fanáticos podrían situarse en este grupo. Así pues, para entender el alcance del poder, se debe partir de las técnicas y prácticas de dominación. Para profundizar en ello, Rojas (2011) repara en las

relaciones de poder presentes en los discursos y las normas sobre las concepciones de la belleza física y el consumo.

En este mismo tenor del poder discursivo, es preciso señalar que Adrian reiteró, en más de una ocasión, que no todas las “mujeres promedio” podían lucir igual que las estrellas, pues debían saber qué prendas eran adecuadas para cada ocasión y aprender a lucir sus atributos propios. En otras palabras, quienes podían personificar a la mujer moderna estadounidense, tenían el poder de elegir cómo expresar su individualidad, misma que era moldeada en función de las normas socioculturales de la época. Respecto al poder de producir, legitimar y reproducir esta individualización, propia de la cultura de las masas y del culto a la personalidad, los editores de las revistas de moda informaban a sus lectores cómo debían tomar las decisiones, pues “fashion (or consumption more generally) has not only become a means to express female individuality but a means to construct female individuality by concrete individualizing techniques. (Delhaye 2006, 99, 89).

Para Delhaye (2006), “In this era of freedom and choice, confusion and chaos, the editors set themselves up as the arbiters of taste and consumption practices. In their editorial columns, the editors presented themselves explicitly as the guides and judges of female appearance”. Pese a que su trabajo no tomó como fuente primaria la *Motion Picture Magazine*, para este caso, también puede afirmarse que

we can see that the editors were presenting the magazine itself as a sort of ‘conduct manual’ to feminine appearance, and that they advised their readers to be ‘sensible’ in their use of ornament and fashion. In several instances they castigated extravagance and exaggeration. In these fashion magazines, which were advocating the importance of feminine outward appearance, the definition of female beauty was not monolithic (Delhaye 2006, 99).

Por último, por un lado,

women had to learn to develop their own personal style and good taste. Values such as originality, singularity and artistic taste were heralded as important characteristics of personal style. Finally, women had to learn to see themselves

as their own references. Fashion dictates could not be followed without respect for the individual. In contrast, women were taught to evaluate fashion rules critically and to adapt them to their own specific body potentialities and individual make-up. Personal harmony and authenticity are the main values (...) (Delhaye 2006, 100).

Así pues, en sintonía con las líneas anteriores, el “gusto personal” y la individualidad que parecía ser producida de manera personal, estaba mediada por los dispositivos, tecnologías y discursos que la industria del cine, Hollywood, el sistema de estrellato y las revistas de fanáticos, significaron. De este modo, el poder y alcance de estas “fuentes de mediación” eran significativos, puesto que sus narrativas estaban inscritas y eran leídas como parte de las representaciones culturales y discursivas que dotaban de sentido al mundo.

Debe también mencionarse que, respecto a la posibilidad de ejercer el poder y negociar, cuando Adrian consideró que ni lo dramático, ni lo exótico eran apropiados, y apostara por la simplicidad, también permite entender que había una relativa pluralidad de voces –quienes querían y podían encarnar a la *flapper* estadounidense, y quienes no; y cómo querían performar su feminidad⁴⁴–. Es decir, quizás, desde la perspectiva de la clase alta o de los expertos en moda que guiaban a las mujeres, el destinatario –sujeto femenino que personificaba el discurso hegemónico– tenía mucho que aprender en términos de lo que Delhaye, consideraría la individualización de la femineidad moderna, clave en la cultura de consumo.

En este escenario, es preciso señalar que las potenciales posibilidades con respecto al poder y la elección, estaban relacionadas con expresiones que, pese a representar libertad para las mujeres, eran ideotecnologías del género promovidas mediante los dispositivos culturales. En su investigación, y apoyándose en los planteamientos de Campbell, Delhaye (2006) ubica conceptos como “*originality*”, “*authenticity*” and “*personal harmony*” tanto en los discursos de la “*Parisian*” *fashion*, como en el propagado por *The Dress Reform*

⁴⁴ Para algunos autores, “the question of class is crucial in this context. Indeed, Gibson as well as Flapper Girls were the embodiment of the self-confident ‘modern’ woman. Yet, the Gibson Girl represented this with her elegance in the upper class, whereas the Flapper Girl’s image was white and middle class” (Reinsch 2013, 33-34).

Movements. Este tipo de nociones, que pueden traducirse como “*concrete techniques of individuality or techniques of the self*” dieron paso a un moderno y dinámico comportamiento de las consumidoras.

In particular, the Romantic conception of the individual played a key role in engendering a desire for ever-changing, new and different things. This conception emphasized the uniqueness of every individual and his/her duty to develop and express that uniqueness by means of consumer practice (Delhaye 2006, 108).

Puede afirmarse que, “On a large scale, women were ‘kindly requested’ to articulate their personal taste and to develop their own original style in the name of their utmost individuality. The technologies of individuality haunted the realm of mainstream consumption every bit [...]”. Asimismo, la misma autora señala “Butler’s notion of performativity stresses the process by which gender is the result of acquiring the correct dress styles, body posture and demeanor rather than gender being an essential quality of the body” (Delhaye 2006, 110, 97). En ese sentido, el sujeto femenino de la modernidad estadounidense se constituyó de tal modo que, al ser producto del discurso hegemónico a cargo de uno de los dispositivos ideotecnológicos de género, sus representaciones en la *Motion Picture Magazine*, estaban íntimamente ligadas al consumo y a intersección de categorías como género, clase y raza.

CONCLUSIONES

Al realizar un Análisis Crítico del Discurso sobre las representaciones ideotecnológicas de género en la *Motion Picture Magazine* en Los Felices Años Veinte, esta tesis mostró la fuente en cuestión como uno de los dispositivos productores, legitimadores y masificadores de la

narrativa dominante con respecto a la mujer moderna estadounidense. Dicha narrativa, provino de un discurso biopolítico y fue significada en un marco cultural que le definió y reprodujo los actos performativos hegemónicos y la constitución moderna de género en los Estados Unidos durante Los Felices Años Veinte.

Así pues, mediante la identificación de las transformaciones políticas, económicas y socioculturales del periodo en cuestión se reconstruyó el espacio y el momento histórico en el que estas representaciones fueron construidas e interpretadas desde el marco cultural y discursivo en el que se significaron. Es decir, al insertar a la mujer moderna dentro de su contexto histórico, pudo entenderse la relación que esta tenía con los valores de la modernidad y del liberalismo, tales como la individualidad, la igualdad y la libertad.

En otras palabras, al deconstruir las representaciones ideotecnológicas modernas, presentes en los discursos hegemónicos de la *Motion Picture Magazine*, se observaron las múltiples, pero sutiles, asociaciones de estas con el consumo, que fue mostrado como el camino a seguir para explorar y expresar la individualidad y la personalidad de las mujeres. Pero no de todas las mujeres, solo de aquellas que encarnaran la blanquitud, y que fueran de clase media (trabajadoras) o clase alta, para que así, a partir del poder adquisitivo, pudieran comprar los objetos y la indumentaria moderna. Esta posibilidad económica fue presentada como libertad de elección desde la prensa, por lo que, en términos subjetivos, era entendida como empoderamiento para las mujeres, ocultando su trasfondo biopolítico, en términos de disciplinamiento del cuerpo e ideotecnologías del género.

De la misma forma, la movilidad y la libertad que tuvieron lugar en la modernidad (Estand 2005, 296), al igual que el conocimiento y los discursos de la década, fueron legitimados por la ciencia, la razón y el progreso; y difundidos mediante la publicidad. Así, el *American way of life* parecía ser respaldado por la ciencia moderna, por los nuevos productos y por las tecnologías enfocados a reforzar la idea del individualismo y la personalidad, como rasgos a destacar.

Igualmente, este trabajo dio luz a la proyección de representaciones de la mujer moderna por la industria cinematográfica a través de las estrellas de Hollywood en Los Felices Años Veinte. La importancia y el impacto del sistema de estrellato radica en su

relación intertextual con el resto de la industria del cine en sus múltiples manifestaciones – como las películas y las revistas de fanáticos–, al igual que con el marco cultural y el discurso biopolítico nacional en el que se produjo.

Al ser las estrellas las representantes de los valores y de los signos culturales (Luzón-Aguado 2008, 5) estas personificaban las narrativas dominantes con respecto al género. En esta década, la feminidad parecía ser expresada a través de las características individuales; tanto las estrellas, como las mujeres potencialmente reproductoras de la representación de la mujer moderna, eran alentadas a destacar sus atributos personales, a ser “ellas mismas” y a proyectarse mediante la indumentaria que más les favoreciera, dentro de los parámetros de la moda moderna. Las estrellas, de hecho, eran fácilmente reconocidas no sólo por sus características físicas hegemónicamente deseables, sino también por su personalidad (Domínguez López 2005, 14).

Sin embargo, la identidad –y el género– al ser producida dentro de un discurso social y culturalmente construido, no es innata, por lo que su constitución está ligada a circunstancias históricas particulares, como el consumismo del contexto en cuestión. Entonces, desde la *Motion Picture Magazine*, la *new woman* o *modern woman*, definió y/o representó a la *flapper* y, además, estableció un marco cultural de comunicación en términos discursivos y visuales. Este modelo encarnó a la mujer blanca, joven, de clase media o alta y heterosexual de Los Felices Años Veinte.

“Precisamente porque las identidades se construyen dentro del discurso y no fuera de él, debemos considerarlas producidas en ámbitos históricos e institucionales específicos en el interior de formaciones y prácticas discursivas específicas, mediante estrategias enunciativas específicas” (Hall 2003, 18).

En sintonía con lo anterior, al concebir a las estrellas como representaciones de la mujer moderna estadounidense, es imprescindible reconocer que su constitución, al igual que la urgencia a la que respondieron, tenía un trasfondo económico, pero de acuerdo con Padilla Castillo (2018), primordialmente cultural. El alcance de los mensajes transmitidos mediante el *star system* se debió a que, según Pearsons (1997), el cine de Hollywood se convirtió en el primer medio de comunicación masivo.

Así pues, otro de los aportes de esta tesis fue el Análisis Crítico sobre la construcción, reproducción y legitimación de las representaciones ideotecnológicas de género en los discursos de *la Motion Picture Magazine* en Los Felices Años Veinte. Los medios de comunicación y su publicidad fueron claves para entender la cultura popular estadounidense, pues, siguiendo a Studlar (1996), revistas como la fuente primaria de esta investigación reafirmaron ideas raciales, nacionales y heterosexuales con respecto a las mujeres, público al que estaban primordialmente dirigidas.

De acuerdo con el análisis a la *Motion Picture Magazine* puede confirmarse lo anterior pues, en la presente investigación, la constitución, los actos performativos, las tecnologías y los dispositivos del género en el contexto de Los Felices Años Veinte estadounidenses, contribuyeron a representar los discursos que relacionaron el género, la raza, la nación y la cultura popular a través de la industria cinematográfica. Así pues, los medios de comunicación, orientaron a quienes se identificaban como mujeres modernas a sujetarse a normas que les permitían experiencias de individualidad, relacionadas con el consumo.

En este sentido, las representaciones ideotecnológicas de género proyectadas en el dispositivo (la *Motion Picture Magazine*) no pueden ser analizadas sino dentro de un contexto de transformaciones políticas, económicas y socioculturales encaminadas a conciliar las ideas victorianas y modernas, generalmente sostenidas por grupos generacionales distintos. El interés de Los Estados Unidos en posicionarse como una nación blanca, poderosa, liberal y progresista, trajo consigo la necesidad de definir quiénes podrían representar y encarnar a la mujer moderna que, una vez disfrutada su soltería y juventud, se encargaría de parir y educar a los hijos de la nación, bajo los valores estadounidenses.

De esta manera, las representaciones de la mujer moderna en *la Motion Picture Magazine*, parafraseando a Martín-Barbero (1987), responden a varios requerimientos, aquellos centrados en la industria y el comercio, pero también a la trama cultural y los modos de ver; es así que se legitiman y resignifican demandas en función del discurso social hegemónico. Es decir, las lógicas de lo masivo que pueden apreciarse en los discursos de la *Motion Picture Magazine* sobre la mujer moderna estadounidense, eran resultado de los

requerimientos del mercado, pero también de una matriz cultural. En este sentido, medios como la revista en cuestión, deben entenderse como “fuentes de mediación” (Martín-Barbero 1987, 5).

Guillermo Orozco (1998) retoma a Martín-Barbero para reiterar que los medios responden a usos sociales de la comunicación, al ser “dispositivos que revitalizan la comunicación, la cultura y los conocimientos”. Del mismo modo, rescata su afirmación sobre la permanente negociación que da paso a una resignificación “compleja a distintos niveles, desde el más específico del contenido y de las audiencias, hasta el más general de las instituciones, la cultura, la política y la economía en contextos históricos particulares” (Guillermo Orozco 1998, 4).

El enfoque discursivo de las representaciones utilizado en esta investigación, da paso a leerlas como ideotecnologías de género, mismas que privilegiaban a los sujetos cuyas categorías sociales asignadas encarnaban los modelos hegemónicos producidos, legitimados y masificados en dispositivos como la *Motion Picture Magazine*. A lo largo del texto se mostró que el dispositivo citado fue elaborado desde una perspectiva blanca y coincidía con la “ideología oficial” gubernamental. Entonces, las narrativas que sostuvo y le sostuvieron, dotaron de poder a los grupos privilegiados para justificar su posición que coincidía con una bio-lógica occidental, misma que, al responder a biopolíticas concretas, invisibilizó la desigualdad.

Así, el poder discursivo de la industria cinematográfica liderada por Hollywood, cuyos principales vehículos de ideas eran el sistema de estrellato y la publicidad, controló la narrativa con respecto a la cultura estadounidense y a los sujetos/ciudadanos. Consecuentemente, las estrellas encarnaron las representaciones ideotecnológicas de género que se reprodujeron a gran escala a través de la revista en cuestión, excluyendo a quienes no personificaban los atributos y categorías de raza y clase considerados deseables.

Por consiguiente, no cabían todas las jóvenes estadounidenses, ni las afrodescendientes, ni las latinoamericanas, ni las asiáticas, pues ellas no personificaban la blanquitud, ni el modelo femenino imperante en la prensa cinematográfica. Las representaciones ideotecnológicas de género en la revista reflejaban los privilegios de

aquellas que se adaptaban y encarnaban las narrativas de saber/poder. De esta manera, se afirma que las representaciones de la mujer moderna fueron proyecciones sobre un modelo femenino deseado para el contexto estadounidense, además de dispositivos y tecnologías hegemónicas que devinieron de una bio-lógica occidental, y que estaban orientados al disciplinamiento para ser (como) la mujer moderna.

El Análisis Crítico del Discurso a la *Motion Picture Magazine*, con respecto a las representaciones ideotecnológicas de género que fueron producidas en la industria cinematográfica y masificadas a través de Hollywood y su sistema de estrellato, estaban directamente asociadas al discurso patriarcal y blanco. Así, institucionalizadas a través de figuras del cine, literatura y modas, quienes personificaban estas representaciones promovían, a veces de manera implícita, una nueva forma de feminidad, asociada a la modernidad y al contexto cultural propio de Los Felices Años Veinte estadounidenses.

Asimismo, la presente tesis corroboró la hipótesis inicial que propuso interpretar a la *Motion Picture Magazine*, como uno de los dispositivos productores, legitimadores y masificadores de representaciones ideotecnológicas de género. De la misma forma, se pudo hacer explícita la manera en la que estas representaciones, devinieron de un discurso biopolítico que definió y reprodujo los actos performativos hegemónicos y la constitución moderna de género en los Estados Unidos durante Los Felices Años Veinte.

Sin embargo, como fue anticipado de manera inicial, no fue posible abordar la apropiación de los significados del dispositivo tecnológico por parte de las mujeres que se asumían modernas, para así conocer la recepción, la diversidad de experiencias y las resistencias que tuvieron lugar, así como la materialización del proceso histórico. Esta perspectiva será recuperada en un estudio futuro.

FUENTES PRIMARIAS

«A dream of natural loveliness». *Motion Picture Magazine*, octubre de 1928. Acceso el 30 de julio del 2020. <https://archive.org/stream/motionpicturemag36moti#page/n95/mode/2up>

BOLL, Cerline «Morning, Afternoon and Evening à la Mode». *Motion Picture Magazine*, septiembre de 1926. Acceso el 30 de julio del 2020.

<https://archive.org/stream/motionpicturemag32brew#page/n181/mode/2up>

BOW, Clara «Hollywood has accepted the occasional Straw hat». *Motion Picture Magazine*, Junio de 1927. Acceso el 5 de agosto del 2018.

<https://archive.org/details/motionpicturemag33brew/page/n626/mode/1up>

CARLISLE, Helen. «Tag, Clara . . . You're IT». *Motion Picture Magazine*, febrero de 1927. Acceso el 31 de julio del 2020.

<https://archive.org/stream/motionpicturemag33brew#page/n47/mode/2up>

<https://archive.org/stream/motionpicturemag33brew#page/n121/mode/2up>

«Clothes That Fit the Summer Scene». *Motion Picture Magazine*, julio de 1927. Acceso el 30 de julio del 2020.

<https://archive.org/stream/motionpicturemag33brew#page/62/mode/2up>

CORSON, Grace. «Fashion's Trend for Autum». *Motion Picture Magazine XXXII*, Octubre de 1926. Acceso el 1 de agosto del 2020.

<https://archive.org/stream/motionpicturemag32brew#page/n295/mode/2up>

FLETCHER, Adele Whitely. «A Flapper With Philosophy». *Motion Picture Magazine*, diciembre de 1922. Acceso el 1 de agosto del 2020.

<https://archive.org/stream/motionpicturemag24brew#page/n497/mode/2up/>

<https://archive.org/stream/motionpicturemag24brew#page/n549/mode/2up/>

«Enter the movies». *Motion Picture Magazine*, junio de 1927. Acceso el 16 de noviembre del 2018. <https://archive.org/details/motionpicturemag33brew/page/n127/mode/1up>

«Here's Where Their Money GOES». *Motion Picture Magazine*, julio de 1926. Acceso el 31 de julio del 2020. <https://archive.org/stream/motionpicturemag31brew#page/26/mode/2up>

«Louise Brooks». *Motion Picture Magazine*, mayo de 1927. Acceso el 6 de agosto del 2018. <https://archive.org/details/motionpicturemag33brew/page/n388/mode/1up>

«One Dollar Offer. 24 New Pictures and Next Six Issues of Motion Picture Magazine». *Motion Picture Magazine*, agosto de 1928. Acceso el 6 de agosto del 2018. <https://archive.org/details/motionpicturemag36moti/page/n18/mode/1up>

REID, Margaret. «Has the flapper changed». *Motion Picture Magazine*, Julio de 1927. Acceso el 31 de julio del 2020.

<https://archive.org/stream/motionpicturemag33brew#page/28/mode/2up>

<https://archive.org/stream/motionpicturemag33brew#page/104/mode/2up>

«Smooth the skin the greatest charm». *Motion Picture Magazine*, Octubre de 1928 Acceso el 31 de julio del 2020.

<https://archive.org/stream/motionpicturemag36moti#page/n329/mode/2up>

TILDESLEY, Alice. «If You Cant Be Pretty, Be Interesting». *Motion Picture Magazine*, mayo de 1926. Acceso el 1 de agosto del 2020.

<https://archive.org/stream/motionpicturemag31brew#page/n415/mode/2up>

<https://ar2chive.org/stream/motionpicturemag31brew#page/n495/mode/2up>

<https://archive.org/stream/motionpicturemag31brew#page/n498/mode/1up>

VAN VRANKEN, Frederick. «Women's Work in Motion Pictures». *Motion Picture Magazine*, agosto de 1923. Acceso el 1 de agosto del 2020

<https://archive.org/stream/motionpicturemag26brew#page/n31/mode/1up>

«You, Too, May Instantly Beautify Your Eyes With Maybelline». *Motion Picture Magazine*, febrero de 1924. Acceso el 1 de agosto del 2020.

<https://archive.org/stream/motionpicturemag27brew#page/n116/mode/1up>

FUENTES SECUNDARIAS

ABBOTT, Traci B. «The Fictive Flapper: A Way Of Reading Race and Female Desire In The Novels of Larsen, Hurst, Hurston, And Cather». Tesis doctoral. University of Maryland, 2004.

<https://drum.lib.umd.edu/bitstream/handle/1903/2032/umi-umd-1990.pdf?sequence=1>

AGAMBEN, Giorgio. «¿Qué es un dispositivo?». *Sociológica (México)*, n.º 73 (2011): 249-264.

<http://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v26n73/v26n73a10.pdf>

AINO, Paavola. «The Value of a Woman: Representations of Femininity in the Advertisements of *Vogue Magazine*». Tesis de maestría. University of Tampere, 2015.

<https://core.ac.uk/download/pdf/250137883.pdf>

BÁEZ-VILLASEÑOR, M. E. «Un largo camino: la lucha por el sufragio femenino en Estados Unidos». *Signos Históricos*, n.º 24 (2010): 88-119.

<https://www.redalyc.org/pdf/344/34420610004.pdf>

BENSON, S.P. «Consumer Cultures». En *A Companion to American Women's History*, editado por A. Hewitt, 274-294. N.p: Blackwell Publishing, 2005.

BOURDIEU, Pierre. «La opinión pública no existe». *Debates en Sociología*, n.º 17 (1992): 301-311.

- BRIONES, Claudia. «Madejas de alteridad, entramados de Estados-nación: diseños y telares de ayer y hoy en América Latina». En *Nación y alteridad*, editado por Paula López Caballero y Daniela Gleizer, 17-65. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Cuajimalpa, Educación y Cultura, 2015.
- BUTLER, Jeremy G. «College course file: Star Images, Star Performances». *Journal of film and video*, n.º 4 (1990): 49-66.
- BUTLER, Judith. «Actos performativos y constitución del género: un ensayo sobre fenomenología y teoría feminista». En *Performing Feminisms: Feminist Critical Theory and Theatre*, Sue-Ellen Case, 270-282. N.p: Johns Hopkins University Press, 1990.
- CAMERON, A. «Women on the Move: Migration and Immigration». En *A Companion to American Women's History*, editado por A. Hewitt, 312-327. N.p: Blackwell Publishing, 2005.
- CARASTATHIS, A «The Concept of Intersectionality in Feminist Theory». *Philosophy Compass*, n.º 5 (2014): 304–314.
- CARTER, P. *The Twenties America*. New York: Thomas Y. Crowell Company, 1968.
- CARRERO, Tracy. «Flapperism: A National Phenomenon Comes to New Orleans». Tesis de maestría. University of New Orleans. 2017 <https://scholarworks.uno.edu/td/2375/>
- CASHMANN, S. D. *America in the Twenties and Thirties*. New York: New York University Press, 1989.
- CHERCHI, Paolo. «Origins and survival». En *The Oxford History of World Cinema*, editado por Geoffrey Nowell-Smith, 6-12. New York: Oxford University Press, 1997.
- COTT, Nancy F. «Mujer moderna, estilo norteamericano: los años veinte». En *Historia de las -mujeres*, editado por Georges Duby y Michelle Perrot, 107-126. Madrid: Grupo Santillana de Ediciones, S. A.: 2000.

- DECORDOVA, Richard. «The system. The Emergence of the Star system in America». En *Stardom Industry of Desire*, editado por Christine Gledhill, 7-29. Londres: Routledge, 1991.
- DE GREGORIO-GODEO, Eduardo. «Sobre la instrumentalidad del Análisis Crítico del Discurso para los Estudios Culturales: la construcción discursiva de la “neomasculinidad». *Discurso & Sociedad*, n.º 1 (2008): 39-85.
[http://www.dissoc.org/ediciones/v02n01/DS2\(1\)De%20Gregorio.pdf](http://www.dissoc.org/ediciones/v02n01/DS2(1)De%20Gregorio.pdf)
- DE LA MAYA, Rocío. «Hollywood y el Estado. El apoyo del gobierno americano a su industria». *Historia y comunicación social*, n.º Esp (2013): 327-339.
- DE LAURETIS, T. «La tecnología del género». En *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film and Fiction*, editado por Teresa de Lauretis, 7-34. Londres: Macmillan Press, 1989.
- DELEGARD, K. Women's Movements, 1980's-1920s. En *A Companion to American Women's History*, editado por A. Hewitt, 328-347. N.p: Blackwell Publishing, 2005.
- DELHAYE, Christine. «The Development of Consumption Culture and the Individualization of Female Identity: Fashion discourse in the Netherlands 1880-1920». *Journal of Consumer Culture*, no.º 1 (2006): 87-115.
- DOMÍNGUEZ López, Gloria. «El star system: la construcción de mitos en el Hollywood clásico». Tesis de grado. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2005.
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/29327/TFG%20STAR%20SYSTEM%20GLORIA%20DOM%20c3%8dNGUEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- DUQUE, Carlos. «Judith Butler y la performatividad del género». *Revista Educación y Pensamiento*, n.º 17 (2010): 58-95.
- DYRESON, M. «The Emergence of Consumer Culture and the Transformation of Physical Culture: American Sport in the 1920s». *Journal of Sport History*, n.º 3 (1989): 261-281.

Eline SEVERS; Karen CELIS; Silvia ERZEE. «Poder, privilegio y desventaja: teoría interseccional y representación política». *Investigaciones Feministas*, n.º 1 (2017): 41-51.

<https://core.ac.uk/download/pdf/84820814.pdf>

ESTAND, N. «Urban Spaces and Popular Cultures, 1890-1930». En *A Companion to American Women's History*, editado por A. Hewitt, 295-311. N.p: Blackwell Publishing, 2005.

FREEDMAN, Estelle B. «The New Woman: Changing Views of Women in the 1920s». *The Journal of American History*, n.º 2 (1974): 372-393.

GAMA Leyva, Michelle. «En busca del otro: aproximaciones a la identidad desde la subversión en la representación identitaria». Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona, 2016.

https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2016/hdl_10803_384850/mg11de1t.pdf

GARCÍA Condesa Isabel María y Antonio Daniel Juan RUBIO, «La mujer estadounidense y el ocio en los años veinte», *Feminismo*, n.º 21 (2013): 157- 171.

GARCÍA Fanlo, Luis. «¿Qué es un dispositivo? Foucault, Deleuze, Agamben». *A Parte Rei*, no. 74 (2011): 1-8. <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/fanlo74.pdf>

GARCÍA Sotelo, David Alejandro. «La construcción de la otredad como práctica discursiva de una comunidad ideológica institucionalizada. La experiencia rural de la prepa Ibero Puebla». Tesis de maestría. Benemérita Universidad de Puebla, 2014.

<https://repositorioinstitucional.buap.mx/bitstream/handle/20.500.12371/5765/823614T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

GENDZEL, Glen. «1914-1929». En *A companion to 20th Century America*, editado por Stephen J. Whitefield, 19-35. Malden: Blackwell Publishing Ltd, 2004.

Gil, Karla. «¿Qué es el sistema moderno/colonial de género? María Lugones». Video de Youtube, 10:41. Publicado el 26 de febrero del 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=eduPoz0hHoo>

GÓMEZ Alonso, J. C. «Intertextualidad, interdiscursividad y retórica cultural». *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, n. ° 1 (2017): 107-115.

GUBRIUM, Jaber F. «Urban Ethnography of the 1920s Working Girl». *Gender, Work and Organization*, n. ° 3 (2007): 232-258.

HALL, Stuart. «El trabajo de la representación». In *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Traducido por Elías Sevilla Casas, 13-74. London. Sage Publications: 1997.

http://metamentaldoc.com/14_El_trabajo_de_la_representacion_Stuart_Hall.pdf

— «Introducción a *Cuestiones de identidad cultural*, coordinado por Stuart Hall y Paul du Gay, 13-39. Buenos Aires: Amorrortu editores, 2003.

Haraway, Donna. *Ciencia, cyborgs y mujeres. La invención de la naturaleza*. Madrid: Cátedra, 1995.

HARNETT, Kerry A. «Appearing Modern: Women's bodies, Beauty, and Power in the 1920s America». Tesis de Licenciatura. Boston College, 2009.

<https://dlib.bc.edu/islandora/object/bc-ir:102409/datastream/PDF/view>

HARRISON, Jean Elizabeth. «Flappers and their Flawless Legs: An Analysis of Advertisements for Women's Hosiery in *Vogue Magazine* from 1920 to 1929». Tesis de maestría. University of Georgia, 2018.

https://getd.libs.uga.edu/pdfs/harrison_jean_e_200805_ms.pdf

HERNÁNDEZ Ayala, Roberto. «La personalización del consumo». Tesis de grado. Universidad Alberto Hurtado, 2005.

HENDERSON, Amy. «From Barnum to "Bling Bling". The Changing face of celebrity Culture». En *Celebrity culture in the United States*, editado por Terence J. Fitzgerald, 5- 11 Nueva York: Wilson Company, 2005.

HIRSHBEIN, Laura. «The Flapper and the Foggy: Representations of gender and age in the 1920s». *Journal of Family History*, n.º 1 (2001): 112-137

HOLCOMBE, Randall G. «The Growth of the Federal Government in the 1920s». *Cato Journal*, n.º 2 (1996): 175-199.

JÄGER, Siegfried . «Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y análisis de los dispositivos». En *Métodos de análisis crítico del discurso*, coordinado por Ruth Wodak y Michael Meyer, 61-100. Barcelona: gedisa editorial, 2001.

JERSLEV, Anne. «American Fan Magazines in the 30s and the Glamorous Construction of Femininity». *The Nordicom Review*, n.º 1 (1996): 1-16.

https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/41_ANNEJER.pdf

Katherine FRITH, Ping SHAW and Hong CHENG. «The Construction of Beauty: A Cross-Cultural Analysis of Women's Magazine Advertising». *Journal of Communication*, n.º 55 (2015): 56-70.

KARAM, Tanius. «Intertextualidad y discurso informativo de prensa». *Otras Voces*, no.18 (2006): 177-197.

KAZIN, Alfred. «Why Modernism?». En *Dancing Fools and Weary Blues: The Great Escape of the Twenties*, editado por Lawrence R. Broer and John Daniel Walther, 45-51. Bowling Green: Bowling Green State University Popular Press, 1990.

FAULSTICH, WERNER y HELMUT KORTE. Cien años de cine: una historia del cine en cien películas. Madrid: Siglo Veintiuno Editores, 1997.

LAHCENE Batoul, Sofya. «The Great Depression of the 1929 in the United States of America». Doctoral thesis. University of Oran, 2010.
<https://theses.univ-oran1.dz/document/TH3641.pdf>

LATHAM, Angela. *Posing a Threat: Flappers, Chorus Girls, and Other Brazen Performers of the American 1920s*. Hanover & London: Wesleyan University Press, 2000.

Leache AMIGOT P. y Margot PUJAL I LLOMBART. «Una lectura al género como dispositivo de poder». *Sociológica*, n.º 70 (2009): 115-152.
<https://www.redalyc.org/pdf/3050/305024677005.pdf>

LEAL Reyes, Carlos Alberto. «El género como representación: una lectura desde la biopolítica». Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, n.º 135 (2017): 159-177.

LIDIA, Elena. «The appearance and development of the star system in the American society and its subsequent image in the Romanian society». *Bulletin of the Transylvania University of Brasou*, 2012: 55-62.

LURIE, Alison. *El lenguaje de la moda*. Barcelona: Paidós, 1994.

LUZÓN-AGUADO, Virginia. «Star Studies Today: From the Picture Personality to the Media Celebrity». *Bells: Barcelona English language and literature studies*, 2008: 1-20.

LUZÓN Marco, María José. «Intertextualidad e interpretación del discurso». *EPOS*, no.º 13 (1997): 135-149.

MANWHOOD, Rhonda. «Images of Feminine Beauty in Advertisement for Beauty Products, English Canada, 1901-1914». Tesis de maestría. Université de Montréal, 1991.
<https://www.collectionscanada.gc.ca/obj/thesescanada/vol2/QMM/TC-QMM-60562.pdf>

- MARINKOVICH, Juana. «El análisis del discurso y la intertextualidad». *Boletín de Filología*, n.º 2 (1998): 729-742. <https://boletinfilologia.uchile.cl/index.php/BDF/article/view/21478/22776>
- MARTÍNEZ Prado, Natalia. «Significantes performativos: Una aproximación a la perspectiva de Judith Butler». En *Discurso y Poder*, editado por Esteban Torres y Carlos del Valle, 53-69. Temuco: Ediciones Universidad de la Frontera, 2014.
- MERRITT, Russell. «Los teatros nickelodeon 1905-1914.» *Revista electrónica de estudios folológicos*, 2011: s/e. <https://www.um.es/tonosdigital/znum21/secciones/estudios-20-nickleodeon.htm>
- MORENO Esparza, H. M., y C. TORRES Cruz. «La noción de performatividad de género para el análisis del discurso fílmico». *Cadernos Pagu*, n.º 56 (2019): 1-36. <https://www.scielo.br/pdf/cpa/n56/1809-4449-cpa-56-e195610.pdf>
- MORENO, Hortensia. «La noción de “tecnologías de género” como herramienta conceptual en el estudio del deporte». *Revista Punto Género*, n.º 1 (2011): 41-62. <https://core.ac.uk/download/pdf/46552249.pdf>
- MORENO, Rafael, y María del Mar MARTÍNEZ. «Estereotipos de género presentes en el cine y en la literatura. Análisis de los personajes masculinos y femeninos de la Saga de Crepúsculo.» *Dossiers Feministes*, n.º 20 (2015): 189-195. http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/166349/Moreno_Martinez.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- MOYANO, Angela. «Algunas consideraciones acerca de Los Estados Unidos en la etapa de los años veinte, 1919-1929». *Secuencia*, n.º 9 (1987): 147-153
- MOWRY, George Edwin. *The Twenties: Fords, Flappers and Fanatics*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1963.

MURILLO Medrano, Jorge, y Adrián Vergara Heidke. «Una propuesta textual a partir del Análisis Textual a partir de los postulados del Análisis Crítico del Discurso». *Revista Filología y Lingüística*, n.º 1 (2004): 205-218.

<http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/14247/4462-6758-1PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

MUTEBA Rahier, Jean. «Representaciones de la gente negra en la revista Vistazo, 1957-1971». *Revista Flacso-Ecuador*, n.º 7 (1999): 96-105.

<https://revistas.flacsoandes.edu.ec/iconos/article/view/684/665>

NIGRA, Fabio. *Historias de cine: Hollywood y Estados Unidos*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València, 2013.

NGAI, Mae M. «Nationalism, Immigration Control, and the Ethnoracial Remapping of America in the 1920s». *OAH Magazine of History*, no. 3 (2007): 11-15.

OLIVARES, Valeria. «Mujeres y nación, Discursos sobre identidades de género e identidades nacionales en la prensa femenina chilena de comienzos del siglo XX». Tesis de maestría. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 2016.

http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/283/FH-M-2016-0343.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ORGERON Marsha. «Making "It" in Hollywood: Clara Bow, Fandom, and Consumer Culture». In *Cinema Journal*, n.º 4 (2003): 76-97.

OROZCO Gómez, Guillermo. «De las mediaciones a los medios. Contribuciones de la obra de Martín-Barbero al estudio de los medios y sus procesos de recepción». En *Mapas Nocturnos. Diálogos con la obra de Martín Barbero*, editado por María Cristina Laverde y Rossana Reguillo, 91-101. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, Universidad Central – DIUC, 1998.

- OSTRANDER, Gilman M. «The Revolution in Morals». En *Change and Continuity in Twentieth-Century America: The 1920's*, editado por John Braeman, Robert H. Bremner and David Brody, 323-349. Athens: Ohio State University Press, 1968.
- PADILLA Castillo, Graciela. «Un ejemplo de corporativismo estadounidense: La creación de Hollywood». En *Revista de Comunicación Vivat Academia*, n.º 101 (2008): 24-57.
<https://www.redalyc.org/pdf/5257/525753061002.pdf>
- PALSO, Raina-Roy Jenifer. «Faces Of Feminism: The Gibson Girl and the Held Flapper in Early Twentieth-Century Mass Culture». Tesis de maestría. University of Michigan-Flint, 2001.
<https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/117731/Palso.pdf>
- PALOMAR, Cristina. «El espectáculo de la belleza y del nacionalismo», reseña de *The Most Beautiful Girl in the World. Beauty Pageants and National Identity*, de Sarah Banet-Wiser, *la ventana*, n.º 13 (2001): 241-256.
<http://revistalaventana.cucsh.udg.mx/index.php/LV/article/view/561/584>
- PARK, Soo Hyun. «Flapper Fashion In the Context of Cultural Changes of America in the 1920s». Tesis de maestría. City University of New York, 2014.
https://academicworks.cuny.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1262&context=gc_etds
- PATÁN, Federico. *El cine norteamericano*. México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, 1994.
- PLATERO Raquel (Lucas.) «¿Es el análisis interseccional una metodología feminista y queer?». En *Otras formas de (re) conocer. Reflexiones, herramientas y aplicaciones desde la investigación feminista*, editado por Irantzu Mendia Azkue et al., 79-95. Bilbao: Universidad del país Vasco, 2014.

PEARSONS, Roberta. «Early cinema». En *The Oxford History of World Cinema*, editado por Geoffrey Nowell-Smith, 13-42. New York: Oxford University Press, 1997.

PENNING, Timothy. «First impressions: US media portrayals of public relations in the 1920s». *Journal of Communication Management*, n.º 4 (2006): 344-358.

PETERSSON McIntyre, Magdalena. «Gender by Design: Performativity and Consumer Packaging». *Design and Culture*, n.º 3 (2018): 337-358.

https://www.academia.edu/38580270/Design_and_Culture_Gender_by_Design_Performativity_and_Consumer_Packaging

PUMPHREY, Martin. «The Flapper, the housewife and the making of modernity», *Cultural Studies*, n.º 1 (1987): 179-194.

RASKIN, Marcus G. *Liberalism: The Genius of American Ideals*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc, 2004.

REINSCH, Ole. «Flapper Girls: Feminism and Consumer Society in the 1920s». *Gender Forum*, n.º 40. (2013): 31-40.

<http://genderforum.org/wp-content/uploads/2017/01/2013-40-Consumerism-Complete.pdf>

SAXE, Facundo. «La noción de performatividad en el pensamiento de Judith Butler: queerness, precariedad y sus proyecciones». *Estudios avanzados*, n.º 24 (2015) 1-14.

https://memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.10265/pr.10265.pdf

SCHMIDT, Christopher W. «American Legal History 1920-1970». En *A companion to American Legal History*, editado por Sally E. Hadden and Alfred L. Brophy, 105-124. Chichester: Blackwell Publishing, 2013.

SECCIA Oriana. «Entre los afectos y los discursos: la producción identitaria en Judith Butler». *Revista de la Carrera de Sociología*, n.º 5 (2015): 153-177.

<https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/entramadosyperspectivas/article/view/1489/1362>

SELIG, Diana. «Celebrating Cultural Diversity». *OAH Magazine of History*, n.º 3 (2007): 41-46.

SEVERS, Eline; Celis Karen y Erzeel Silvia; Vrige Universiteit Brusell (2017): “Poder, privilegio y desventaja: teoría interseccional y representación política”, en *Revista de Investigaciones Feministas* n.º 1 (2017) 41-51. <http://dx.doi.org/10.5209/INFE.56400>

SHAIL, Andrew. «The Motion Picture Story Magazine and the Origins of Popular British Film Culture», *Moving Picture Fiction*, n.º 2 (2008): 181-197.

SHAROT, Stephen. «The "New Woman", star personas, and cross-class romance films in the 1920s America». *Journal of Gender Studies*, n.º 9 (2010): 73-89.

SILVER, Jonathan Derek. «Hollywood's dominance of the movie industry: How did it arise and how has it been maintained?». Tesis doctoral. Queensland University of Technology, 2007.
https://eprints.qut.edu.au/16687/1/Jonathan_Derek_Silver_Thesis.pdf

SLIDE, Anthony. «The Birth of the Fan Magazine». En *Inside the Hollywood Fan Magazine: A History of Star Makers, Fabricators, and Gossip Mongers* editado por Anthony Slide, 11-33. Jackson: University Press of Mississippi, 2010.

SMUTNÝ, Pavel. «Color line and jazz». Bachelor's thesis Univerzita Pardubice, 2006.
<https://dk.upce.cz/bitstream/handle/10195/21229/D16169.pdf;jsessionid=7C2FB1A4E2E9F54C5B78EDCE76ECE00?sequence=1>

SNOWMAN, Daniel. *America Since 1920*. New York: Harper & Row, Publishers, 1968.

SOUCE, Camila. «El Star System y la Moda: la influencia de los ídolos y de las estrellas de cine en la vida». Tesis de grado, Universidad de Palermo, 2010.

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/314.pdf

SOSSA Rojas, Alexis. «Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo». *Polis*, n.º 28 (2011): 1-16 <https://journals.openedition.org/polis/1417>

SPERA, Ailén. «El cine mainstream hollywoodense en las pantallas grandes argentinas (2010-2015)». Ponencia presentada en el V Congreso ASAECA, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, del 9 al 11 de marzo del 2016.

STAMANT, James. «Narrative Authority and Competing Representations: The Pat Hobby Stories and F. Scott Fitzgerald's Hollywood». *The F. Scott Fitzgerald Review*, n.º1: (2015) 202-2018.

<https://www.jstor.org/stable/10.5325/fscotfitzrevi.13.1.0202>

STAPLETON, Karyn , and John Wilson. «Gender, Nationality and Identity». *European Journal of Women's Studies*, n.º 1 (2004): 45-60.

<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.4308&rep=rep1&type=pdf>

STEAD, Lisa. «*Off to the Pictures: Cinemagoing, Women's Writing and Movie Culture in Interwar Britain*». Edinburgh: Edinburgh University Press, 2016.

ST. GERMAIN, Amos. «The Flowering of Mass Society: A Historical Overview of the 1920s». In *Dancing Fools and Weary Blues: The Great Escape of the Twenties*, by John D Walther and Lawrence R Broer, 13-44. Bowling Green: Bowling Green State Popular University Press, 1990.

STUDLAR, Gaylyn. «The Perils of Pleasure? Fan Magazine Discourse as Women's commodified culture in the 1920». In *Silent Film*, de Richard Abel, 263-297. New Brunswick: Rutgers University Press, 1996.

STREISSGUTH, Tom. *The Roaring Twenties*. New York: Infobase publishing, 2007.

Susana DE ANDRÉS y Rosa L. MAESTRO. «Análisis crítico del discurso publicitario institucional/comercial sobre las personas mayores en España». *Comunicación*, n.º 4 (2014): 189-197.

TAYLOR, Timothy D. «Music and the Rise of Radio in 1920s America: technological imperialism, socialization, and the transformation of intimacy». *Historical Journal of Film, Radio and Television*, n.º 4(2002): 425-443.

TORRAS, Meri. «El delito del cuerpo». En *Cuerpo e identidad*, by Meri Torres, 11-36. Barcelona: Edicions UAB, 2007.

—. «Representaciones desde la cultura (Parte I)». Rodado en 2016. Video en Coursera, 19:41. Acceso el 6 de agosto de 2019.
<https://coursera.org/share/627a3d8c33f58b5f80dfd5a472c6d731>

TWIGG, Julia. «How Does Vogue Negotiate Age?: Fashion, the Body, and the Older Woman». *Fashion Theory*, n.º 4 (2010): 471-490. <https://research.kent.ac.uk/caa/wp-content/uploads/sites/2290/2017/12/How-Does-Vogue-Negotiate-Age.pdf>

VAN DIJK, Teun. «Análisi Crítico del Discurso». *Revista Austral de Ciencias Sociales*, n.º 30 (2016): 30: 203-222. <http://revistas.uach.cl/pdf/racs/n30/art10.pdf>

—«El análisis crítico del discurso». *Anthropos*, n.º 186 (1999): 23-36.
<http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%20lisis%20cr%20del%20discurso.pdf>

VÁSQUEZ Rocca Adolfo. «Derrida: deconstrucción, différance y diseminación. una historia de parásitos, huellas y espectros». *Nómadas*, n.º48 (2016). DOI: <https://doi.org/10.5209/NOMA.53302>

VILLALOBOS Alpízar, I. «La noción de intertextualidad de Kristeva y Barthes». *Revista de Filosofía de la Universidad de Costa Rica*, n.º 103 (2003): 137-146.
<http://www.inif.ucr.ac.cr/recursos/docs/Revista%20de%20Filosof%C3%ADa%20UCR/Vol.%20XLI/No.%20103/La%20noci%C3%B3n%20de%20intertextualidad%20en%20Kristeva%20y%20Barthes.pdf>

VILLELA Cortés, Fabiola y Jorge E. LINARES Salgado. «Eugenesia. Un análisis histórico y una posible propuesta». *Acta Bioethica*, n.º 17 (2011): 189-197. DOI:10.4067/S1726-569X2011000200005

VIVEROS Vigoya, M. «La interseccionalidad: una aproximación situada a la dominación». *Debate feminista*, n.º 52 (2016): 1-17. <https://doi.org/10.1016/j.df.2016.09.005>

VOYAME, Anton. «El dispositivo y el sujeto». *Astrolabio* n.º 14 (2015): 7-27.
<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/astrolabio/article/view/10754/12031>

WHELEER, Ann Leight y Jean G. Quataert. «Modern Womanhood: Unusual Sites of Twentieth-Century Women's Empowement in Europe and the United Stated». *Journal of Women's History* n.º27 (2015): 7-13. DOI: <https://doi.org/10.1353/jowh.2015.0022>

WODAK, Ruth. «De qué trata el análisis crítico del discurso (ACD). Resumen de su historia, sus conceptos fundamentales y sus desarrollos». En *Métodos de análisis crítico del discurso*, coordinado por Ruth Wodak y Michael Meyer, 17-34. Barcelona: gedisa editorial, 2001.

Y. FUJIOKA & K. A. NEUENDORF. «Media, Racial Identity, and Mainstream American Values». *Howard Journal of Communications*, n.º 4 (2015): 352-380.

Zauddin, SARDAR y Boris VAN LOON. *Estudios culturales para todos*. Barcelona: Paidós, 2005.

ZHANG, Qian. «From Hollywood to Shanghai: American Silent Films in China». Tesis doctoral. University of Pittsburgh, 2009.

ZHANG , Yuxian. "The Embodiment of Individualistic Values in American Nationality." *Studies in Sociology of Science*, n. ° 3 (2013): 36-42.

<http://www.cscanada.net/index.php/sss/article/view/j.sss.1923018420130403.2669/5173>