



Vol. 7, No. 2, Winter 2010, 344-348
www.ncsu.edu/project/acontracorriente

Review/Reseña

Joanne Hershfield, *Imagining “la chica moderna”: Women, Nation, and Visual Culture in Mexico, 1917-1936*. Durham: Duke University Press, 2008.

“La chica moderna”: imágenes de la feminidad en el México posrevolucionario

Sofía Ruiz-Alfaro

Franklin & Marshall College

En su libro *Imagining “la chica moderna”: Women, Nation, and Visual Culture in Mexico, 1917-1936*, Joanne Hershfield explica y analiza el protagonismo que las mujeres mexicanas tuvieron en la construcción de la idea de nación en el México posrevolucionario. El título del texto ya en sí revela la idea fundamental a través de la cual Hershfield desarrolla su ensayo, porque imaginar, es decir, “representar idealmente algo, inventar

algo, crearlo en su imaginación,”¹ es precisamente la tarea en la que fueron involucrados los hombres y las mujeres mexicanas después de la Revolución Mexicana de 1910. Las dos décadas posteriores al final del enfrentamiento armado, décadas en las que se enfoca la autora, fueron cruciales en la creación de la idea de nación y de quiénes y cómo debían ser sus ciudadanos y ciudadanas. Como destaca la autora en el primer capítulo, “Visualizing the New Nation,” en esa tarea de construcción del México posrevolucionario se privilegió la imagen como herramienta ideológica fundamental de los gobiernos.

Es precisamente por esta razón, argumenta Hershfield, que resulta indispensable estudiar lo visual como un producto complejo y multidimensional que refleja cómo la cultura popular (re)presenta la situación social, económica y política de la sociedad mexicana del momento. En este ensayo se analizan un gran número de imágenes cotidianas y de gran difusión que, aparte de las cinematográficas, han sido hasta ahora mayoritariamente olvidadas por los críticos culturales e historiadores de estas décadas. Estas imágenes aparecen en postales, periódicos, y revistas, cobrando especial atención aquellas que forman parte de los anuncios publicitarios de muy diverso tipo, aunque comparten todas ellas un rasgo en común: el foco y el protagonismo exclusivo de la imagen es la mujer.

El objetivo del texto de Hershfield es, por una parte, explicar cómo se construye en la época posrevolucionaria un concepto de mujer mexicana que sigue las pautas de un ideal alineado al *status quo* social y cultural del momento, y por otra, aún más reveladora, analizar cómo se imagina la mujer a sí misma a través de las imágenes que circulan en el ámbito social y cultural de las primeras décadas del siglo XX. Es este “imaginarse” lo que destaca la autora como un proceso de vital importancia para la mujer mexicana, ya que apunta al momento en que la mujer empieza a convertirse en agente activa, en sujeto y no sólo objeto de la representación que se hace de ella en los medios de comunicación en las dos décadas posteriores a la Revolución Mexicana.

¹ “Imaginar.” *Diccionario de la lengua española*. Edición vigésimo segunda. Madrid: Real Academia Española, 2001.

Esta mujer inmersa en la tarea de imaginarse es “la chica moderna,” el tipo de mujer que encarna la “modernidad,” y que como tal la autora entiende no sólo los grandes cambios que experimenta la sociedad mexicana en el ámbito político, económico, cultural y social, sino además, una nueva manera de conceptualizar la realidad y el mundo existente. Para Hershfield, “la chica moderna” representa todo un paradigma de la modernidad en México en esta coyuntura única de transformaciones que afectarán, de manera relevante, al ámbito de las relaciones de poder social y a las concepciones ya establecidas de género y sexualidad en el imaginario mexicano. Así que su ensayo, desde un enfoque feminista, tiene como objetivo “a clearer understanding of the forces that shaped ideologies of gender in postrevolutionary Mexico and of the ways in which Mexicans imagined modernity as a gendered practice” (13).

Estas fuerzas a las que se refiere Hershfield y que actuaron sobre la sociedad y sobre la mujer fueron, por un lado, la ideología patriarcal y paternalista de los gobiernos mexicanos posrevolucionarios que, si bien concedieron ciertas libertades y posibilidades en el terreno político y social hasta entonces negadas a la mujer, al mismo tiempo recolocaron a la misma en el ámbito doméstico y familiar tradicional como responsable de la casa y la familia. Por otro lado, una incipiente cultura de consumo y la publicidad se establecieron conjuntamente como discursos responsables de “manufacturar deseo,” resultando decisivas en la construcción y distribución de modelos de mujer y de feminidad de la época. En relación al consumo masivo de bienes y a la publicidad, Hershfield hace hincapié en su ensayo en la importancia del carácter global, transnacional, del proyecto de “modernidad” posrevolucionario, cuya causa principal se debe a que México en estas décadas participa activamente en una red de relaciones económicas internacionales especialmente intensas con los Estados Unidos y con Europa.

Uno de los terrenos donde particularmente se hace presente esta influencia internacional es el mundo de la moda, al que Hershfield dedica gran parte de su análisis en diversas partes de su monografía. No sólo señala que la manera de vestir, de presentarse y comportarse son señas de identidad “visibles” de “la chica moderna,” sino además analiza y

demuestra que aunque con influencias extranjeras, las mexicanas se apropiaron de esos modelos de fuera para hacerlos suyos. Desde versiones más transgresoras, como en el caso de la “flaperista” o “flaperesca” (que analiza a fondo en el segundo capítulo titulado “*En México como en París: Fashioning la Chica Moderna*”) hasta versiones más tradicionales y nacionales, como en el caso de aquellas de “lo doméstico exótico” en las que se encuentra “la china poblana” y “la Tehuana” (figuras que explora en el quinto capítulo, “*La Moda Mexicana: Exotic Women*”), todas estas imágenes son una muestra de la multiplicidad de modelos y “tipos” existentes que fueron adoptados por las mujeres mexicanas. Es esta pluralidad y disponibilidad de “modelos de mujer” que la autora destaca como la faceta más “democratizadora” de esta nueva cultura de consumo.

Otro de los aspectos más interesantes del ensayo de Hershfield y que forma su núcleo central, es el estudio de las imágenes e ideas que se proyectan una vez que el cuerpo de la mujer entra en la esfera pública y privada, es decir, tanto en el mundo laboral y social como en el doméstico y familiar, donde esta aparente libertad de la mujer para “elegirse” se ve coartada. Los capítulos tercero y cuarto—“*Domesticating la Chica Moderna*” y “*Picturing Working Women*”—analizan cómo la cultura visual del momento representa el espacio y el trabajo considerado “de la mujer” en la casa y en el lugar de trabajo fuera del hogar. En este sentido se resalta cómo en el terreno doméstico la cultura de consumo y la publicidad actuaron mano a mano con el “machismo revolucionario”—máximo exponente de la ideología patriarcal posrevolucionaria—para reafirmar el papel tradicional de la mujer como madre y como responsable fundamental del buen funcionamiento de la familia. A través de la imposición del culto a lo doméstico (y por ende a la limpieza y a la higiene), se hace a la mujer responsable directa de un “bienestar” no sólo físico sino también “moral” familiar que era, por extensión, el de la nación entera.

Hershfield, por lo tanto, nos ofrece un análisis del momento crítico y crucial que para la mujer mexicana supuso la época posrevolucionaria. O mejor, nos demuestra lo contrario: que la mujer, tal y como se presenta en este ensayo, es clave para entender las distintas fuerzas y discursos ideológicos que formaron parte de la sociedad mexicana del momento. “La

chica moderna” encarna las propias contradicciones de los ideales de modernidad y progreso dentro del proyecto posrevolucionario, contradicciones que se hacen patentes en la cultura popular y visual del momento a través de imágenes como las que se incluyen en este libro. Finalmente, y más importante aún, Hershfield nos muestra a la mujer en un momento histórico donde todavía prevalecían los héroes revolucionarios y se privilegiaban modelos de hipermasculinidad en el terreno social y cultural de la época. “La chica moderna” reclama su espacio como sucesora legítima de otra figura mexicana marginal—la soldadera—y a través de este texto la mujer posrevolucionaria se hace más que nunca presente y, nunca mejor dicho, mucho más visible.