

CLASE Y GÉNERO ENTRE EL ESPACIO PÚBLICO Y PRIVADO. UN ANÁLISIS DE LA REVISTA *PARA TI* EN TIEMPOS DE CAMBIO SOCIOECONÓMICO (1995-2008)

CLASS AND GENDER IN BETWEEN PUBLIC AND PRIVATE SPACE. AN ANALYSIS OF *PARA TI* IN TIMES OF SOCIOECONOMIC CHANGE (1995-2008)

MÓNICA FARIÁS ·

Instituto de Geografía, Universidad de Buenos Aires/Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (IIGEO-CONICET) (Argentina).
e-mail: monicafarias@filo.uba.ar

Resumen

Se presenta un análisis de la producción de discursos y representaciones de las mujeres de clase media en los medios en tiempos de cambio estructural. El objetivo es contribuir a llenar el vacío que existe en los estudios sobre la crisis socioeconómica y política de 2001–2002 en Argentina con relación a las mujeres de clase media y los medios. Se lleva a cabo un análisis de contenido de la revista *Para Ti* durante el período 1995–2008 y se presta atención a cómo se representan el vínculo entre las mujeres, el espacio público y la política, y el consumo de alimentos. Se muestra cómo, a pesar de ciertas adaptaciones a los cambios socioeconómicos y políticos, las representaciones de las mujeres continuaron ancladas en modelos tradicionales de feminidad y domesticidad. Así, la revista contribuye a reforzar la «clase» como categoría fundamental de identidad.

Registro bibliográfico

FARIÁS, MONICA «Clase y género entre el espacio público y privado. Un análisis de la revista *Para Ti* en tiempos de cambio socioeconómico (1995–2008)», en: ESTUDIOS SOCIALES, revista universitaria semestral, año XXX, n° 59, Santa Fe, Argentina, Universidad Nacional del Litoral, julio–diciembre, 2020, pp. 209–232.

Abstract

This article presents an analysis of the production of mass media discourses and representations of middle-class women in times of structural change. Its goal is to fill the existing gap in the literature about the socioeconomic and political crisis of 2001–2002 in Argentina in relation to middle class media and the media. It conducts a content analysis of the magazine *Para Ti* between 1995 and 2008 and it pays attention to the magazine's representations of 1) the relation between women, public space and politics, and 2) food consumption. I show how, despite some adjustments to the socioeconomic and political changes, women's representations continued to be rooted in traditional models of femininity and domesticity. Thus, the magazine reinforced «class» as a fundamental category of identity.

Descriptorios · Describers

género / clase / revistas femeninas / crisis / Argentina
Gender / Class / Women's Magazines / Crisis / Argentina

Recibido: 15 / 05 / 2019 **Aprobado:** 15 / 01 / 2020

I. INTRODUCCIÓN¹

En diciembre de 2001 Argentina experimentó una crisis socioeconómica y política de enormes dimensiones². Los meses que siguieron a la renuncia del presidente Fernando de la Rúa se caracterizaron por la incertidumbre política evidenciada en la seguidilla de presidentes temporarios y en las vicisitudes de la economía, con índices de pobreza y desempleo sin precedente. Este período también sobresale por los altísimos niveles de movilización y participación política que hubo en todo el país. Gran cantidad de personas, algunas sin experiencia de militancia previa, se volcaron a actividades políticas y dedicaron tiempo, energía y esperanza para la construcción de alternativas políticas al proyecto hegemónico.

Los años 2002 y 2003 representaron un período en el cual personas de diferentes condiciones, ocupaciones e ideologías cruzaron bordes sociales —material y simbólicamente— para encontrarse en las plazas, las calles y en el espacio de emergentes organizaciones sociales y políticas (ADAMOVSKY, 2010; GRIMSON, 2008). Quizá uno de los casos más representativos sea el de las asambleas populares y barriales, espacios que buscaban romper con la lógica tradicional de hacer política por medio de la organización horizontal y autónoma (SITRIN, 2012). Clubes de trueque, comedores y ollas populares, fábricas y empresas recuperadas son otros de los ejemplos de nuevos actores sociales que se constituyeron —o que adquirieron mayor relevancia— durante ese período. De alguna manera, esto daba cuenta de una cierta reconfiguración de la política de clases como respuesta a la crisis; reconfiguración que daba lugar a nuevos «espacios de encuentro», es decir, sitios que posibilitaban oportunidades de conexión, de trabajo conjunto y de alianza política para gente de diversas extracciones sociales (FARÍAS, 2016; 2018). Efectivamente, durante esos años existió la sensación generalizada de estar viviendo el fin de un ciclo y el comienzo de otro con nuevas y mejores oportunidades.

Sin embargo, para fines de 2003 la movilización social había decaído y muchas de estas experiencias se habían disuelto frente a un escenario político «normalizado». Hay diversas explicaciones que buscan dar cuenta de esta «desactivación» de las solidaridades, a saber: la gradual estabilización de la economía, la alineación de la

1] El presente artículo representa una versión ampliada y corregida de la ponencia enviada al *IV Seminario Latinoamericano de Geografía, Género y Sexualidades* a realizarse en Tandil, Provincia de Buenos Aires, Argentina, del 13 al 15 de noviembre de 2019.

2] Nos referiremos a la misma simplemente como «la crisis» de acá en más.

estructura política alrededor de la figura de Néstor Kirchner (presidente durante el período 2003–2007), así como el deseo por parte de grandes sectores de dejar la crisis atrás y volver a un escenario sociopolítico «normal». Otras explicaciones refieren a la persistencia de ciertas diferencias dentro de la sociedad argentina que hacen de la alianza entre la clase media y los sectores populares algo siempre efímero. Así, Adamovsky (ADAMOVSKY, 2010) refiere al componente antipopular y racista de la clase media que hacia el 2003 volvería a adquirir relevancia para reinstalar los límites entre sectores diferentes, reproduciendo así viejas divisiones sociales.

Siguiendo este enfoque, mi trabajo —que forma parte de un trabajo más amplio sobre el vínculo entre la cultura de masas, las identidades de clase y las dinámicas de la movilización popular— busca ampliar el «terreno» de la crisis (GRAMSCI, HOARE Y NOWELL-SMITH, 1972) y prestar atención a sitios y actores no tradicionalmente asociados a «lo político». Mientras que las calles, los parques, las fábricas son espacios que suelen estar asociados a las disputas de poder —en el imaginario colectivo tanto como en ámbito académicos—, hay otros sitios en donde también se desarrollan luchas sociales y se construyen y moldean identidades que suelen estar ausentes de las investigaciones sobre «lo político». El objetivo de este artículo es contribuir a llenar el vacío que existe en los estudios sobre la crisis socioeconómica y política de 2001–2002 sobre las revistas de mujeres —tradicionalmente no asociadas a «lo político»— y sobre las mujeres de clase media. Para ello, indago sobre los cambios en las representaciones de las mujeres de clase media y los modelos de feminidad durante ese período mediante un análisis de contenido de la revista *Para Ti*. A través de este análisis los modos en que la revista produce y presenta discursos que articulan clase y género, construyendo una imagen particular de la mujer de clase media en un momento de grandes cambios sociales, políticos y económicos del país. Las revistas dirigidas a mujeres han sido ignoradas como eminentemente políticas pese a que, como el resto de los medios de comunicación masiva, producen y re–producen normas culturales hegemónicas creadoras de un «sentido común» que otorga significado a los acontecimientos cotidianos y que moldea formas de comportamiento (DITTMER, 2010; NETTLETON, 2011; SHARP, 1996).

A continuación, encuadro teóricamente mi investigación y comento el contexto geohistórico en el cual se sitúa. En la sección III explico la metodología, y en la sección IV desarrollo el análisis de la revista a través de dos temas: la relación entre las mujeres, la política y el espacio público y el consumo de alimentos antes, durante y después de la crisis. Se identifican cambios y permanencias en cómo la revista aborda

estos temas y se presta atención a cómo su tratamiento se encuentra fuertemente vinculado a una concepción dicotómica del espacio entre público y doméstico. En la conclusión reflexiono sobre las implicancias de este caso en los debates sobre las crisis, medios de comunicación masiva e identidades de clase y género.

II. MARCO TEÓRICO Y CONTEXTO

1. Enfoques feministas sobre los espacios público y privado

La teoría feminista ha contribuido a ampliar el campo en el que se desarrollan las investigaciones sobre los procesos sociales, políticos y económicos al poner de manifiesto la naturaleza subjetiva de la producción de conocimiento y el impacto que esto tiene en la selección de la agenda de la investigación social (HARAWAY, 1988). Según las geógrafas Kofman y Peake (KOFMAN Y PEAKE, 1990), la razón por la cual el género ha permanecido ausente del mundo político y de la agenda de investigación política responde al hecho de que los hombres han tenido una presencia mayoritaria en la disciplina. Así mismo, desde la teoría feminista se ha señalado cómo los procesos socioeconómicos se han estudiado en base a una serie de exclusiones. Por ejemplo, la exclusión de ciertas esferas de la vida social, de ciertos espacios, escalas y lugares, así como la exclusión de sujetos a los que se les ha negado su existencia o su agencia como actores políticos (NAGAR *ET AL.*, 2002).

Lo que subyace a esto es la necesidad de explorar los vínculos entre lo que tradicionalmente se ha categorizado como «público» y «privado» en la medida en que ambas esferas cumplen un rol en los procesos socioeconómicos y políticos. Lo mismo sucede con la ficticia separación entre «hogar» y «trabajo». Surge entonces la necesidad de prestar atención a las consecuencias ideológicas que conlleva la identificación del hogar y el espacio de lo doméstico con la femineidad, el lugar de lo privado y lo esencialmente no-político (DOMOSH Y SEAGER, 2001). Sin embargo, no se trata solamente de bregar por incluir al espacio doméstico en los análisis políticos, sino de desestabilizar los supuestos que subyacen a la misma división público-privado. Lejos de desestimar los efectos reales y concretos que esta división genera en las experiencias cotidianas de las personas, se trata de identificar y destacar los límites que presenta para el análisis político el dejar fuera de consideración a un conjunto de espacios, procesos y actores. Desafiar esta división de raíz tiene el efecto de redefinir lo que cuenta como político. Al argumento de que

la ampliación de «lo político» podría resultar en una simplificación de los efectos de las relaciones desiguales de poder, los estudios feministas han contrapuesto las conexiones concretas entre la vida cotidiana por fuera de la agenda de investigación política y los cambios políticos a gran escala que dan forma y son a su vez formados por los hechos cotidianos (MARSTON, 2004; MARSTON Y MITCHELL, 2004; ARDITTI, 1999; BROWN, 2003).

Quizá el caso más emblemático de superposición, traspasamiento y fusión de lo público y lo privado en la Argentina sea el de las Madres y Abuelas de Plaza de Mayo. El movimiento de Madres y Abuelas surge durante la última dictadura cívico–eclesiástica–militar en Argentina en la década del setenta como un grupo de madres cuyas hijas e hijos habían sido detenidas/os y desaparecidas/os por el Estado terrorista. En la mayoría de los casos, estas mujeres eran amas de casa sin experiencia política militante. Así, utilizaron su rol de madres para demandarle al Estado la aparición con vida de sus hijas/os y nietas/os (muchas/os de estas/os últimas/os nacidas/os en cautiverio o detenidas/os junto a sus madres o padres). Sus rondas en la Plaza de Mayo buscaban atraer la mirada pública nacional e internacional. Cada vez que eran confrontadas por las fuerzas de seguridad, ellas apelaban a su preocupación como madres y visibilizaban desde el lugar de lo íntimo, desde un rol femenino tradicional —no político— y «natural» —la familia como lo sagrado y como la unidad básica de la sociedad—, algo que era eminentemente político (ZARCO, 2011; D'ANTONIO, 2007). Al salir del ámbito doméstico y adentrarse en el espacio público no sólo llamaban la atención sobre cómo sus vidas privadas —el espacio de sus hogares— habían sido afectadas por la política (inter)nacional, sino que también revelaban el vínculo estrecho entre distintos espacios y la producción de subjetividades políticas (ARDITTI, 1999).

A. Revistas de mujeres como sitios políticos

A pesar de que los medios de comunicación masiva tienen un rol importante en la (re)producción de las ideas sobre la clase y el género, se ha prestado escasa atención a los alcances que las revistas de mujeres tienen en la lectura de las experiencias cotidianas —el sentido común que las explica—, las conductas y los modos de vincularse que podrían desprenderse de ellas (CARTER Y STEINER, 2004). Por ejemplo, el trabajo de Betty Friedan (FRIEDAN, 1963), *The Feminine Mystique* fue pionero en el tema de mostrar el vínculo entre los medios y las vidas e identi-

dades de las mujeres. Al develar «el misterio femenino», eso que de alguna manera caracterizaba a las mujeres norteamericanas de la época —el sentido de realización y de identidad a través de las prácticas de consumo vinculadas al hogar— Friedan pudo conectar el contenido aparentemente inocente y anecdótico de las revistas de mujeres a la política económica de los años de posguerra. Esta domesticidad de clase media en los suburbios convertida en el *american way of life* representó el ideal contra el cual se leían, medían y juzgaban otras domesticidades y feminidades.

En el caso de Argentina, Isabella Cosse mediante el análisis de la revista Claudia muestra cómo los medios se nutren de las realidades en las que sus lectores viven y actúan, acompañando las transformaciones de sus valores, expectativas y normas (COSSE, 2011). Así, las revistas de mujeres cambian acorde se modifican las realidades materiales y en función de las preocupaciones de un momento dado (GILL, 2007). Inclusive, los casos en los que se presentan mensajes y sentidos aparentemente contrapuestos responden en realidad a posturas ideológicas y no necesariamente son reflejo de una supuesta vida contradictoria de las mujeres. Por ejemplo, Paula Bontempo estudió cómo la revista *Para Ti* en los años sesenta se presentó como un producto novedoso para las clases medias argentinas mediante la estructuración de su línea editorial alrededor del concepto de «mujer moderna» (BONTEMPO, 2011). La autora sostiene que, si bien la revista identificaba lo moderno con vivir acorde a los tiempos actuales aceptando las innovaciones, eso nunca representó un alejamiento radical de los estereotipos hegemónicos en donde el hogar era visto como el lugar por excelencia de la mujer. La modernización se limitaba entonces a la profesionalización y/o sofisticación del espacio doméstico y de las tareas de cuidado asociadas al mismo. Así mismo, Paola Margulis, a través del estudio de las publicidades en la misma revista durante la siguiente década, muestra como las contradicciones y tensiones entre sentidos en la revista se manifiestan y resuelven en la corporalidad femenina (MARGULIS, 2007). Así, los cuerpos en las publicidades, por sus referencias a la sexualidad, a las sensaciones, a lo placentero, se alejan de los cuerpos retratados en las notas presentados de modo más acorde con el tono conservador de la línea editorial.

2. El consumo y legitimación de las diferencias

La comida y el consumo de alimentos son tópicos relevantes y frecuentes en la revista a través de los cuales también se puede indagar acerca de las identidades

de clase, el género y el espacio. Según Bourdieu la clase es definida tanto por su posición en las relaciones de producción como por «el *habitus* de clase que «normalmente» (es decir, con una fuerte probabilidad estadística) se encuentra asociado a esa posición» (BOURDIEU, 1979: 379). El consumo es una de las formas en que las personas recrean sus representaciones de clase, de modo que los tiempos de crisis económica son particularmente interesantes para estudiar las estrategias mediante las cuales se busca —o no— mantener el estatus de clase, cómo se resignifican ciertas categorías e identidades y cómo se reconfiguran las relaciones sociales.

El espacio doméstico es un sitio importante de consumo y de producción de valores —como el de «civilización», «modernidad», etc.— así como de ideas sobre «otras/os» (DOMOSH 2004). Los consumos de ciertos productos en determinados lugares hablan de jerarquías, relaciones de poder, identidad y significados dentro de una sociedad (LAW, 2005). Jackson y Penrose señalan que el consumo excede el momento de la compra o del uso de algo, el gesto puntual de comprar, para incluir la participación de las/os consumidoras/os mediante la puesta en juego de ciertos estereotipos, supuestos e ideologías. De modo que las preguntas acerca del gusto, el estilo y la cultura deben ser contestadas en relación a la política económica y las relaciones de poder dentro de una sociedad (JACKSON Y PENROSE, 1993).

En esta línea, Aguirre afirma que los ingresos no sólo no determinan qué tipo de alimentos se come sino que además, no alcanzan a explicar la elección concreta del tipo de productos que constituyen una comida. Así mismo, el consumo de alimentos conlleva el proceso de preparación y la elección del lugar en donde se la consume. Estas elecciones —qué, cómo y dónde— están fuertemente vinculadas a representaciones y a estilos de vida particulares que definen los gustos y lo que es apropiado para cada edad (AGUIRRE, 2005). De este modo los alimentos consumidos y los modos en que la comida se prepara y se consume (re-crean) ordenes sociales y bordes de clase que determinan quién queda incluida/o y quién no (VALENTINE, 1999).

Al mismo tiempo también estas representaciones definen distintos tipos de cuerpos en donde se observa una inversión de los modelos establecidos antaño para las diferentes clases. Ahora las/os ricas/os son flacas/os y las/os pobres son gordas/os (AGUIRRE, 2005). Aguirre establece tres categorías de cuerpos y alimentos: cuerpos fuertes (robustos)/alimentos rendidores, cuerpos lindos/alimentos ricos y cuerpos sanos/alimentos bajas calorías y magros según se trate de sectores populares, clases medias y clases altas respectivamente. Esta autora sostiene que

una vez que las necesidades nutricionales básicas son satisfechas, las personas tienden a ocuparse de las necesidades simbólicas representadas en los alimentos y en ciertas formas de consumo (AGUIRRE, 2005). Así, la comida representa no sólo algo necesario para mantener las funciones del cuerpo sino también un goce. Esto conlleva la innovación, la incorporación de alimentos exóticos y la búsqueda de formas originales de cocinar con la incorporación de nuevas tecnologías en su preparación. La dieta se transforma en un estilo de vida, en una marca de distinción que da cuenta del capital cultural y económico de quien ejerce dichas prácticas de consumo (BOURDIEU, 1984). El estilo de vida supone, también, una estrecha relación entre lo que se consume —y cómo se lo hace— en el espacio doméstico y en otros espacios (VALENTINE, 1999).

3. Contexto

Para entender la crisis socioeconómica de 2001–2002 hay que remontarse a la década del setenta cuando las juntas militares ilegalmente en el poder impusieron una política de represión, apertura financiera y reestructuración económica que buscó alterar el balance de poder entre los distintos actores económicos, rompiendo con el acuerdo establecido durante los años del Estado de bienestar entre los sectores del capital y los del trabajo. La redistribución regresiva del ingreso se consolidó en los dos mandatos sucesivos de Carlos Menem —1989–1999—, período durante el cual se extremó la implementación de un modelo económico neoliberal ortodoxo que dio lugar al incremento de la exclusión social y a niveles de desempleo cercanos al 20 %.

Sectores ya pobres cruzaron la barrera de la indigencia, mientras que el empeoramiento de las condiciones de vida de algunos sectores más bajos de la clase media dio lugar a lo que estudiosas/os del tema llamaron «los nuevos pobres» (MINUJÍN Y KESSLER, 1995). Paradójicamente, al mismo tiempo la economía experimentaba altos niveles de crecimiento y dinamismo beneficiando a lo que otras/os llamaron «los nuevos ricos», «los ganadores» (SVAMPA, 2001). Estos sectores modificaron sus patrones de residencia —pasando a vivir en comunidades cerradas fuera de los centros urbanos— y se embarcaron en prácticas de consumo excesivas y espectacularizadas (GUANO, 2002). La frase «pizza con champagne», popularizada durante los años de «la fiesta menemista», daba cuenta de la apariencia de prosperidad propiciada por el auge consumista de la convertibilidad cuya contracara era el desempleo y la precarización del trabajo.

Hacia 1999, cuando Fernando De la Rúa inicia su mandato, la economía se encontraba inmersa en una espiral constante de recesión y endeudamiento con niveles de desigualdad inéditos en el país. En diciembre de 2001 el descrédito hacia la clase política y hacia la política partidaria, así como las manifestaciones de protesta, llegaron a su pico cuando el gobierno decretó el congelamiento de las cuentas bancarias limitando la extracción de dinero a un monto fijo por mes —lo que se conoció popularmente como «corralito»—. Esta medida pretendía detener la corrida bancaria que resultó de la propuesta de reestructuración de la deuda impulsada por el entonces ministro de economía Domingo Cavallo. El clima de catástrofe se vio exacerbado por la transmisión constante y sesgada en la televisión de noticias vinculadas a saqueos y revueltas en el conurbano bonaerense. En tal clima de tensión, en la noche del 19 de diciembre un nuevo decreto presidencial estableció el estado de sitio, medida que fue ignorada por gran parte de la población que salió a las calles en señal de repudio. Las protestas se acentuaron durante el día 20, así como también lo hizo la represión policial. Al finalizar el segundo día de protestas, De la Rúa renunciaba dejando un saldo de casi cuarenta muertos.

Una serie de presidentes provisionales e interinos se sucedieron en las semanas subsiguientes, al tiempo que el gobierno anunciaba la devaluación de la moneda nacional, pegada al dólar desde 1991. Para octubre de 2002, la población urbana bajo la línea de pobreza ascendía al 57 % (INDEC, s/f). En tal contexto, amplios sectores de la sociedad se volcaron hacia el espacio público y hacia nuevas formas de sociabilidad. Surgieron nuevos espacios que congregaban gente de diferentes extracciones sociales y trayectorias, como por ejemplo las asambleas barriales y populares, las ollas populares y las empresas recuperadas. Estos espacios de acción colectiva representaron «espacios de encuentro» (FARIAS, 2016), experiencias novedosas que proveyeron de oportunidades reales de intercambio de valores, experiencias y proyectos políticos.

En estos espacios los bordes de clase parecieron borrarse modificando la tradicional política de clases y produciendo «procesos de declasificación» (ADAMOVSKY, 2010). El conocido «piquete y cacerola la lucha es una sola» fue un ejemplo de la voluntad de trabajar en solidaridad con otras/os con quienes un encuentro político no parecería en principio «natural» o dado. Como ya se mencionó en la Introducción, a pesar de la potencia con la que estos espacios de encuentro proliferaron durante el primer año, al terminar el 2003 muchos se habían disuelto, mientras que los que permanecieron se hallaban fragmentados y carentes de su

fuerza inicial. Este artículo busca entonces aportar a los estudios sobre la crisis y sobre las configuraciones políticas a las que la misma dio lugar mediante el análisis de *Para Ti* y de las formas en las que la revista articula género y clase, desdibujando o fortaleciendo los bordes sociales.

III. METODOLOGÍA

Para la investigación que dio lugar a este artículo se recurrió a un análisis de contenido de la revista *Para Ti*. Como técnica de interpretación de textos el análisis de contenido se basa en la lectura «sistemática, objetiva, replicable, y válida» de la fuente que permite no sólo interpretar el texto de modo directo, sino también percibir aquello que «se sirve del texto manifiesto como de un instrumento, para expresar el sentido oculto que el autor pretende transmitir» (ABELA [2003], 2008: 2). Así el análisis de contenido busca describir, pero también interpretar «con la finalidad de efectuar deducciones lógicas y justificables concernientes a la fuente (el emisor y su contexto), o, eventualmente, a los efectos de los mensajes tomados en consideración» (LÓPEZ NOGUERO, 2002: 175). Así, como afirma López Noguero (LÓPEZ NOGUERO, 2002) siguiendo a Bardin, lo que interesa en el análisis de contenidos no son los contenidos del texto *per se*, sino lo que podemos conocer de otras cosas a través de ellos (BARDIN, 1986). Para ello es necesario disponer del «contexto», «el marco de referencias» (ABELA [2003], 2008: 2) de donde el/la lector/a obtiene la información que le permite identificar el contenido y comprender su significado.

El modo en el que se organizó el contenido en este trabajo fue mediante la selección de dos tópicos que de modo más o menos literal, de modo más o menos explícito, se encontraban muy presentes en la revista: la relación entre las mujeres, la política y el espacio público y el consumo de alimentos. Considero que estos son tópicos relevantes a través de los cuales se puede indagar sobre las identidades de clase, el género y el espacio, antes, durante y después de la crisis. Así, se buscó determinar los supuestos subyacentes al texto y las imágenes utilizadas para darle forma a la relación de su audiencia con el mundo real (TONKISS, 1998).

Elegí trabajar con la revista *Para Ti* por diversas razones: primero por su continuidad en el tiempo. *Para Ti* se ha publicado de modo ininterrumpido desde 1922 hasta febrero de 2019 una vez por semana. En segundo lugar, la elegí por su popularidad dado que históricamente ha estado entre las más vendidas de su tipo

con un total de ventas superior a los dos millones durante parte del período bajo estudio, 1995–2008 (Instituto Verificador de Circulaciones). Por último, elegí *Para Ti* por estar dirigida a mujeres de clase media, un sector de la población que, como indiqué previamente, ha permanecido al margen de estudios sobre la crisis. La preferencia por las mujeres de clase media se evidencia en el precio (sólo accesible para mujeres con cierta capacidad adquisitiva) y en el hecho de que 40 % de sus páginas corresponden a propagandas de productos y servicios identificados con consumos de clase media (ROCA, 2003)³.

El período analizado comprende de 1995 a 2008, de modo que se puedan identificar cambios y permanencias en el modo en que la revista aborda los temas seleccionados. En ambos casos se intentó identificar (dis)continuidades en las concepciones hegemónicas de la clase y el género al tiempo que la crisis se desarrollaba y retrocedía. En los casos en que surgieron nuevos estereotipos se buscó ver si los mismos respondían a formas radicalmente diferentes de entender dichas categorías sociales. Específicamente en el caso del primer tema, presté atención a las descripciones que se hacían de las mujeres en la política y las mujeres con trabajos pagos fuera del hogar. En el segundo caso me detuve en los artículos sobre sitios de consumo como restaurantes, aquellos que promocionaban alimentos o proponían recetas, así como también los vinculados a la dieta en el sentido amplio del término. Así mismo se prestó atención a cómo el tratamiento de estos temas se vincula a una concepción dicotómica del espacio. Las referencias explícitas e implícitas al espacio doméstico y al espacio público como opuestos atraviesan la revista y suponen ámbitos de acción distintos y desiguales para las mujeres. Así, se intenta identificar hasta dónde sirven para reforzar un tipo particular de feminidad y domesticidad.

Revisé un total de 36 números en un lapso de 13 años divididos en tres períodos. Cada uno de ellos comprendía tres años: 1995–1998, 2001–2003 y 2005–2008, es decir, antes, durante y después de la crisis de 2001–2002. Cada uno de estos períodos representa un momento distintivo de la política económica reciente de la

3] Si bien el presente trabajo no puede dar cuenta de quiénes efectivamente leen las revistas, se supone que estos materiales circulan y se hacen accesibles a través de préstamos y de su presencia en salas de espera de médicos, peluquerías, cafés, etc., de modo que el número de ejemplares vendidos no necesariamente da cuenta del número real de lectoras. Así mismo, estas prácticas abren la posibilidad de que el público lector abarque a un sector socioeconómico más amplio y diverso que aquel al que originalmente está dirigido, en este caso, mujeres de clase media en zonas urbanas.

Argentina en donde poder identificar continuidades y rupturas en la representación de las mujeres. El primer período representa los años finales del gobierno de Carlos Menem, momento en el que se acentúan las medidas de reforma estructural propias del neoliberalismo. El segundo momento incluye los meses previos a la crisis, el momento de la rebelión popular —el Argentinazo— y la emergencia de diversos espacios de alianza de clases. El último momento se desarrolla en los años en los que el escenario político y económico se había estabilizado y en donde algunos de estos espacios de alianza se habían desactivado.

La muestra que sería objeto de análisis se definió siguiendo un criterio estacional. Ello llevó a que se trabajaran con 4 números por año. De este modo, revisé el primer número de enero, abril, julio y noviembre, excepto en el año 2005 dado que todo el período de marzo a septiembre faltaba del archivo consultado, la Benson Collection Latin American Collection de la Universidad de Texas. En ese caso, consulté el primer número de enero, febrero, octubre y diciembre. Teniendo en consideración los temas elegidos, tomé extensos apuntes de cada sección de la revista, particularmente de las entrevistas⁴ y de las notas en donde se desarrollaba en profundidad un tópico en particular⁵. Las secciones dedicadas a la moda o a la decoración estaban constituidas mayoritariamente por fotografías; en esos casos presté atención a los comentarios introductorios que, aun siendo breves, proveen importante información sobre los valores y las ideas que la revista moviliza.

IV. PARA TI: TODO LO QUE LE INTERESA A LA MUJER

1. Los noventa, la excepcionalidad de las mujeres en la política y la importancia del consumo

En relación con el vínculo entre mujeres, política y espacio público, en el primer período analizado (1996–1997) los artículos tratan más que nada sobre esposas de políticos o mujeres con algún puesto importante en el mundo de los negocios o en instituciones de caridad. En su mayoría, los artículos sitúan a las

4] A actrices y actoras, escritoras/es, personalidades del mundo de la moda, funcionarias/os públicas/os, etc.

5] Por ejemplo, las diferencias entre hombres y mujeres al momento de ir de compras, la nueva cocina rosarina, la convivencia en pareja en tiempos de crisis, la hija ilegítima del príncipe de Mónaco, el incremento de la inseguridad, etc.

mujeres en el hogar, llevando a cabo tareas de cuidado de la familia. Cuando nos en el ámbito doméstico, los espacios asociados a las actividades de las mujeres son los *shopping-centers*, los restaurantes y los cafés. El único número que refiere a las mujeres en la política formal es de noviembre de 1997 en el contexto de las elecciones legislativas de octubre de ese año. El editorial de ese número explícitamente manifestaba sorpresa por el hecho de que dos mujeres fueran cabeza de lista de los partidos con más votos —Hilda «Chiche» Duhalde y Graciela Fernández Meijide— lo cual muestra cuán excepcional —por inusual— era encontrar a las mujeres en el espacio «masculino» de la arena política. Quizá lo más destacable de esta nota es que este salir al espacio público dejando el ámbito del hogar —de hecho, las candidatas eran descritas en otra nota como «dos mujeres de su casa»— estaba muy vinculado con la contribución de las mujeres a la política en virtud de ciertas supuestas características naturales, como lo expresa la siguiente cita: «Más allá de los resultados, ojalá que las características que siempre nos diferenciaron de los hombres: sensibilidad, honestidad, fortaleza y generosidad, lleguen de una vez por todas a la política y la conviertan en algo más humanitario»⁶.

En relación con la alimentación y comida en general, la totalidad de los artículos reflejan la importancia del consumo tal cual lo define Aguirre para los sectores medios y altos: la mayoría refieren a la incorporación de productos «exóticos» y nuevas tecnologías de preparación, resaltando la simplicidad del proceso, así como la conveniencia de los ingredientes utilizados (AGUIRRE, 2005). Casi en cada uno de los números hay notas sobre cómo bajar de peso. Aparece aquí una clara distinción entre el vínculo con la comida en el espacio doméstico y otro en el público. Por ejemplo, uno de los artículos afirma:

«Parece imposible divertirse, recibir a los amigos, salir y además querer estar flaca... Lo mejor es pensar fríamente un plan y llevarlo adelante sin abandonar los buenos momentos que siempre nos esperan en diciembre. El objetivo es bajar de peso sin darnos cuenta que estamos haciendo una dieta, la mejor manera de lograrlo es comiendo poco de día para tener más libertad a la hora de las reuniones y poder comer casi con libertad y permiso»⁷.

6] *Para Ti*, n° 3930, 03/11/1997.

7] *Para Ti*, n° 3830, 04/12/1995.

En este caso, la restricción en la ingesta de comida no tiene que ver con la carencia debido a la falta de recursos económicos. Como afirma Aguirre (AGUIRRE, 2005) en los casos en que lo económico no es un factor limitante, la restricción es la contracara del comer de más que no pasa por la necesidad —como podría suponerse sucede ante la incertidumbre de cuándo se volverá a acceder al alimento—. Comer de más, en este caso, responde a la gula y también, podría afirmarse, a la imposibilidad de adherir a una dieta frugal en instancias de socialización en restaurantes. Por lo tanto, la gula, o simplemente el comer «de más» requieren de la dieta, del control en la intimidad necesario para alcanzar una silueta delgada acorde con los estereotipos de belleza femenina dominantes. Este contrapunto entre el espacio doméstico y el público en donde el primero, desde la intimidad y lo privado, permite llevar a cabo las prácticas de consumo vinculadas a representaciones y a estilos de vida «propios» de la clase media en el segundo, (re)produce también los cuerpos «apropiados» a esta clase: esbeltos, delgados y «bellos».

Es necesario destacar que la «belleza» se encuadra dentro de los estereotipos dominantes que remiten a una fisonomía y a un color de piel asociados con el continente europeo. Las mujeres que aparecen en las fotos de la revista, ya sea en las publicidades o aquellas a las que se les realiza una nota o de las cuales se habla, son por lo general —además de delgadas— de ojos claros y tez blanca, como se observa en las imágenes en el apéndice de este artículo. Esta elección de cuerpos se sostiene durante todo el período analizado dejando en evidencia el estrecho vínculo entre raza y clase en la conformación de identidades. A lo largo del siglo veinte, la idea de la Argentina como país de clase media se expande al tiempo que lo hace la certeza en el sentido común de la población, de que la mayoría de las/os argentinas/os descendía de inmigrantes europeos (ADAMOVSKY, 2013).

2. La crisis, protagonismo de las mujeres en la política y la necesidad de regular el consumo

En el segundo período (2001–2003) las mujeres adquieren algo más de visibilidad al tiempo que la situación económica y política se deteriora. Los números del año 2001 se sitúan más que los del período anterior en la agenda social del momento. Pareciera como si durante la crisis económica —hecho amenazante para el bienestar de los hogares— las mujeres adquieren relevancia en la arena pública gracias a esos valores que supuestamente encarnan. Estos valores, el sentido de justicia, la

honestidad y la entereza moral, vendrían de alguna forma a contrarrestar la crisis. Pero, además, las mujeres ganan protagonismo —o al menos visibilidad en la esfera pública— en función de los cambios impuestos a las unidades domésticas por las características del mercado laboral. También es interesante destacar que se observa un reconocimiento a la participación de la mujer en el cambio social y en la política de base por fuera de los espacios y actores tradicionalmente entendidos como «políticos». Pese a ello, su participación suele estar vinculada al hecho de que los espacios que se suponen ámbito propio de las mujeres, es decir, los hogares y las familias, son amenazados por la crisis.

Un ejemplo interesante es el de la entrevista a Elisa Carrió, entonces diputada nacional por la provincia de Chaco. En la nota, gráficamente titulada «Las mujeres estamos pariendo una nueva Argentina», Elisa Carrió es consultada acerca del protagonismo de las mujeres en las protestas del verano de 2001–2002, con relación a lo cual comenta: «creo que las mujeres tienen mucho que ver con este cambio porque saben parir y, en consecuencia, saben cuándo tiene que pujar para conseguir algo (...). Es que la Argentina no se va a reconstruir con esos mismos políticos. Viene un proceso de recambio de identidad»⁸. En otro artículo se describe cómo un grupo de «esposas de obreros» cuya fábrica había cerrado por la crisis se organizaron para recuperarla y citan a una de ellas diciendo que, «el mundo de los negocios te obliga a salir a luchar, pero esto no nos tomó por sorpresa... ¿qué mamá no fue empresaria en su casa?»⁹. Estas notas dan cuenta de que la participación de las mujeres en el espacio público ya sea en la política formal o en casos puntuales como el de la recuperación de la fuente de trabajo de sus maridos, se configura en función de los roles tradicionales asignados a las mujeres. El sentido de la participación, lejos de responder al derecho propio de las mujeres a acceder a ciertos espacios y de llevar adelante determinadas acciones, se halla en la necesidad de cuidar de sus propias familias ante una situación crítica mediante la mejora de toda la sociedad. En última instancia, significa extender las prácticas de cuidado propias del ámbito de lo doméstico y familiar a la sociedad entera, lo cual contribuye a anclar la participación de las mujeres en lo público en modelos de feminidad tradicionales.

8] *Para Ti*, n° 4147, 04/01/2002.

9] *Para Ti*, n° 4122, 06/07/2001.

En el período que incluye a la crisis presenciamos dos narrativas divergentes en relación con el consumo de alimentos. Por un lado, hay referencias a la limitación del consumo debido a la desfavorable situación económica. Por ejemplo, una nueva sección llamada «Menú Semanal» aconseja y provee sugerencias sobre cómo comprar comida para una familia de cuatro personas para una semana. No hay mención específica acerca de las crecientes dificultades que algunas familias de clase media encuentran para llegar a fin de mes, sin embargo, este tipo de artículos en donde se habla de ofertas y de los lugares indicados para comprar para poder estrategizar el gasto no estaban presentes en el período anterior. Por otro lado, encontramos un incentivo muy fuerte a socializar en nuevos restaurantes, muchos de ellos situados en el recientemente gentrificado barrio de Palermo Viejo. A pesar de que en algunos casos los artículos sobre ciertos restaurantes destacan la oferta de un menú «anti-crisis», la revista continúa alentando un tipo de consumo y de socialización que ya muchos en la clase media no podían permitirse.

Entre otras cosas estos dos discursos sugieren que hay un reconocimiento —no explícito— de la pérdida de poder adquisitivo de las lectoras a quienes les cuesta sostener el consumo ostentoso que se instaló durante los noventa. Al mismo tiempo, dichos discursos parecieran indicar un horizonte aspiracional, es decir que alientan un estilo de vida cada vez más difícil de alcanzar por parte de las lectoras, lo que operaría como un elemento de cohesión de clase. Aún más, se observa que la separación entre el espacio doméstico y el público resulta funcional al mantenimiento de un cierto estilo de vida al menos en apariencia. Así, el consumo frugal, o más bien restringido, en el espacio doméstico —contrariamente al período anterior esta vez sí por razones económicas— actúa como contrapeso de lo que podría terminar siendo un gasto excesivo en las instancias de socialización, permitiéndole a las lectoras sostener una imagen de clase asociada al consumo banal.

3. La salida individual a la crisis, retorno al ámbito doméstico y nuevo auge del consumo

En el período 2006–2008 observamos un silencioso retroceso de las mujeres del rol protagónico que habían adquirido en el período anterior al tiempo que se pone el foco en temas vinculados a la inseguridad y al miedo. Pareciera como si la participación de las mujeres en el modelo político que emerge de la crisis no hubiera bastado para dar respuesta a los problemas más preocupantes de la sociedad

argentina. Por ejemplo, hay una nota en la que la autora de alguna forma reniega de su pasado que se asemejaba a un estado constante de «asamblea estudiantil», se posiciona como una mujer de mediana edad que no tolera la violencia y manifiesta preferir los programas de cocina antes que los de actualidad con políticos que enuncian «discursos vacíos de contenido todo el tiempo»¹⁰. De alguna manera este artículo establece que no hay lugar para las mujeres en la política formal, o que la política no es cosa de mujeres. Esto se refuerza en una nota titulada «Vestidas para votar» sobre la campaña presidencial de 2007 en donde el hecho político trascendente de que tres de las/os candidatas/os fueran mujeres se minimiza al ocuparse solamente de cómo ellas iban vestidas:

«El pasado domingo Cristina Fernández de Kirchner se consagró presidenta de la Nación con el 44 % de los votos, convirtiéndose en la primera mujer que llega a la Casa Rosada a través de las urnas. En un escenario inédito, otras dos candidatas disputaron el mismo cargo: Elisa Carrió y Vilma Ripoll. *Para Ti* acompañó la jornada de votación de las tres candidatas para reflejar el look «políticamente correcto» en una elección en que ellas fueron la tendencia»¹¹.

Al mismo tiempo se suceden las notas sobre crímenes y violencia y los reportajes a víctimas de hechos delictivos. La ciudad se presenta como un paisaje peligroso e inseguro, aún en aquellos barrios tradicionalmente asociados a un estándar de vida elevado y a un espacio ordenado y vigilado como se desprende de la nota titulada «Acorralados por la inseguridad» en donde se afirma que «[e]n la Argentina nadie vive tranquilo. ¿Hacia dónde vamos? ¿En Buenos Aires ya igualamos el nivel delictivo de ciudades como San Pablo o Río? La involución de una sociedad cada vez más sangrienta y anárquica»¹². Las acciones vinculadas a dar respuesta a la inseguridad, lejos de pasar por los canales de la política y la gestión en dónde las mujeres finalmente se habían instalado con la finalidad de mejorarlas, se organizan en torno a opciones meramente defensivas —mudarse a un barrio cerrado— e individuales —contratar un detective privado para esclarecer el crimen de un familiar—. Las pocas veces que se menciona la responsabilidad del

10] *Para Ti*, n° 4380, 30/06/2006.

11] *Para Ti*, n° 4450, 02/11/2007.

12] *Para Ti*, n° 4420, 06/04/2007.

Estado en la materia, las soluciones que se presentan se encuentran encuadradas en concepciones estereotipadas de la pobreza asociadas a la delincuencia.

El efecto combinado de «retirar» a las mujeres del espacio público a través de la ausencia de notas en donde las mujeres ocupen como actores políticos con legítimo derecho el espacio público y de presentar a la ciudad como un sitio peligroso resulta en la (re)ubicación de la mujer en el espacio doméstico. La redefinición de la esfera pública y privada planteada a través de los espacios habitables para las mujeres y la asociación de pobreza con delincuencia, remiten a un fortalecimiento de los bordes de clase y a la reducción de la posibilidad de los encuentros que se dieron en el punto álgido de la crisis entre diferentes sectores.

En este período encontramos un renovado énfasis en el consumo. Habiéndose estabilizado la economía e incrementado el poder adquisitivo, se torna innecesaria para la línea editorial de la revista la separación entre el consumo frugal y económico de alimentos en la casa y las cenas y almuerzos en lugares públicos como sí lo fue en el período anterior. Paralela, y probablemente como consecuencia de la mejorada situación económica, los valores cosmopolitas vuelven a ser reivindicados: se promueven platos de la comida mediterránea, o el sushi; se copian tendencias, como los mercados de productos frescos de París y Nueva York; y se auspician formas de consumo novedosas como el movimiento de *slow food*. Sin embargo, esta ampliación de las fronteras de los gustos y los estilos viene de la mano de un cierto sentido nacional y de un cierto tinte telúrico. Las recetas exhiben platos tradicionales como el guiso de lentejas, la humita y las empanadas, pero con un toque de excentricidad que refleja las tendencias internacionales. La «cocina neo-criolla» se acompaña de vinos argentinos —hay numerosas notas sobre bodegas— para resaltar el «inocultable saber local»¹³.

Estos discursos sobre la comida regional acompañan el tono nacionalista generalizado en el discurso político y, aunque menos frívolo que en los noventa, el consumo de alimentos se encuentra atravesado por distinciones de clase encarnados en ciertos estilos de vida. En este período las referencias a las tendencias internacionales son constantes, lo que otorga a las lectoras una sensación de cosmopolitanismo que, si bien estaba presente anteriormente, en este momento va de la mano con la cultura local y los valores que reconectan a las/os consumidoras/os con la nación. El consumo que sigue siendo banal y ostentoso se justifica de alguna manera en

13] *Para Ti*, n° 4485, 04/07/2008.

términos de su autenticidad y de su asociación a un cierto orgullo nacional que permea todos los ámbitos, público y privado. Sin embargo —y a pesar de la crítica implícita a las tendencias ostentosas de los noventa— el consumo de alimentos continúa representando una marca de distinción y por lo tanto un elemento que contribuye a reforzar los bordes de clase (BOURDIEU, 1984).

V. CONCLUSIÓN

En este artículo me propuse indagar sobre las representaciones circulantes en los medios sobre las mujeres de clase media y los modelos de feminidad en un período de cambios sociales, económicos y políticos cuyo epicentro fue la crisis de 2001–2002 a partir del análisis de la revista femenina *Para Ti*, revista dirigida a un público de clase media. Sostengo que a lo largo del período analizado *Para Ti* no ha presentado cambios notables en las ideas y creencias tradicionales sobre la clase y el género y sobre los estereotipos femeninos y los modelos de domesticidad. El formato, el contenido de las notas, las imágenes y los tópicos en general siempre supusieron una audiencia de mujeres con cierto poder adquisitivo; que si no estaban casadas iban en camino a estarlo; madres; mujeres con cuerpos acordes a los estereotipos de belleza dominantes; con tiempo y dinero para ir de compras, para hacer ejercicio y para comer afuera en restaurantes de moda.

Cuando se registran cambios en los estereotipos de las mujeres, como por ejemplo en los casos en que la mujer sale del hogar para entrar en el mercado laboral remunerado o en aquellos en que las mujeres participan en la política partidaria o en espacios más de base y comunitarios, los valores y los roles tradicionales no varían. Si bien se admite el rol importante y protagónico de las mujeres, su participación en espacios públicos se halla directamente vinculada al rol que supuestamente le es propio en el espacio doméstico. Así, las representaciones aparentemente progresistas de las mujeres resultaron en *aggiornamentos* de viejas representaciones enraizadas en modelos tradicionales de feminidad y domesticidad de clase media.

En el caso del consumo de alimentos, lo privado y lo público se funden en lo que podríamos llamar una suerte de «domesticidad cosmopolita» (DOMOSH, 2004) en donde el vínculo de las mujeres con otros espacios está siempre mediado por el espacio del hogar. En todos los períodos —cada uno con su particularidad— se busca fomentar el consumo como una marca de distinción propia de la clase

media. Así, en los noventa, en sintonía con una situación económica dispar en donde algunos sectores de esta clase disponían de ciertos ingresos para solventar bienes y servicios que no eran de primera necesidad, la revista promueve el consumo suntuoso y exagerado, algo que es reemplazado por un tinte menos foráneo y más vinculado a las «raíces nacionales» en el último período —lo que podría denominarse como «cosmopolitanismo doméstico»—. Llamativamente, en el período que comprende la crisis (2001–2003), los gustos y las disposiciones estéticas se reconfiguran en la ausencia de cualquier reconocimiento explícito de los cambios en las condiciones materiales de las lectoras. Así, el reconocimiento de la fragmentación de la clase media ejemplificada en la disociación entre el consumo afuera y dentro del hogar durante la crisis no supuso el reconocimiento de una situación estructural crítica que pusiera en riesgo todo el andamiaje de clase, sino que buscó estrategias de consolidación de ésta.

Según el análisis de *Para Ti* presentado aquí, la «clase» como categoría social persiste como un referente poderoso de inclusión y de identidad que se construye juntamente con el género y a través de relaciones socioespaciales, en y entre distintos ámbitos. A lo largo del análisis de la revista vemos como los bordes de clase fueron modificados y adaptados, pero con la intención de reforzar categorías —y exclusiones— existentes. Así, el discurso de *Para Ti* pudo haber funcionado como un mecanismo de “reclasificación” que vuelve a articular alianzas de clase en detrimento de los momentos y espacios en los que gente de diferentes clases y procedencias aunaron esfuerzos en pos de buscar salidas políticas originales a la crisis.

Esto último es algo que el presente trabajo no puede más que suponer y dejar planteado como interrogante para futuras investigaciones que ahonden en las conexiones existentes entre la clase, el género, la cultura de masas y la política en momentos de crisis socioeconómicas y políticas. Considero que las limitaciones del presente trabajo para conocer cómo las lectoras interpretan y reciben los discursos naturalizados sobre clase, género y domesticidad presentes en la revista se podrían salvar mediante la utilización de otros métodos. Entrevistas en profundidad, historias de vida y grupos focales podrían echar luz sobre el impacto de la circulación de *Para Ti* en las identidades y subjetividades políticas de sus lectoras, y en cómo esto efectivamente pudo haber reconsolidando los bordes de clase provocando el alejamiento o el abandono de los nuevos espacios de encuentro.

IMAGEN 1

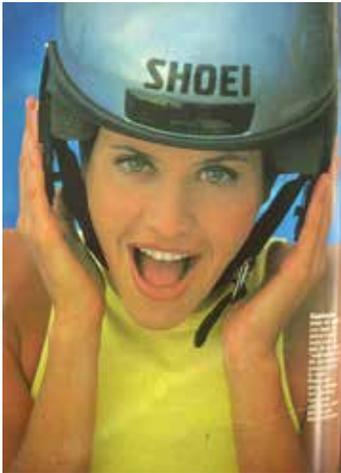


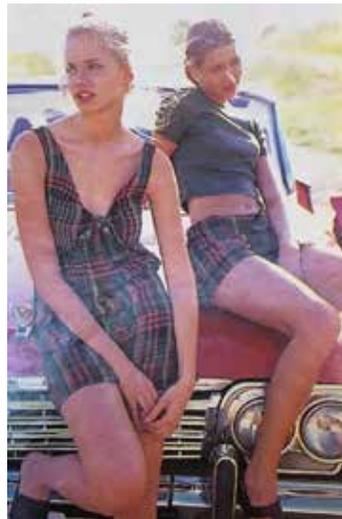
IMAGEN 2



IMAGEN 3



IMAGEN 4



FUENTE: *Para Ti, todo lo que le interesa a la mujer.*

Referencias bibliográficas

- ABELA, ANDRÉU ([2003] 2008): «Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada», en: *Fundación Centro de Estudios Andaluces*, vol. 10, nº 2, pp. 1–34.
- ADAMOVSKY, EZEQUIEL (2010): *Historia de la clase media argentina. Apogeo y decadencia de una ilusión, 1919–2003*, Buenos Aires, Planeta.
- ADAMOVSKY, EZEQUIEL (2012): «Cipriano Reyes and the Paradox of a Non–Diasporic ‹Negro› identity in Argentina», en: Celleri, Daniela, Schwarz, Tobías y Wittger, Bea (comps.), *Interdependences of Social Categorisations*, Frankfurt, Iberoamericana–Vervuert, pp. 91–114.
- AGUIRRE, PATRICIA (2005): *Estrategias de consumo: qué comen los argentinos que comen*, Buenos Aires, Miño y Dávila.
- ARDITTI, RITA (1999): *Searching for Life: The Grandmothers of the Plaza de Mayo and the Disappeared Children of Argentina*, Berkeley, University of California Press.
- BARDIN, LAURENCE (1986): *El análisis de contenido*, Madrid, Akal.
- BONTEMPO, PAULA (2011): «Para Ti: una revista moderna para una mujer moderna, 1922–1935», en: *Estudios Sociales*, nº 41, pp. 127–156.
- BOURDIEU, PIERRE (1979): *La distinción. criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.
- BROWN, MICHAEL (2003): «Hospice and the Spatial Paradoxes of Terminal Care», en: *Environment and Planning A: Economy and Space*, nº 35, vol. 5, pp. 833–851.
- CARTER, CYNTHIA Y STEINER, LINDA (2004): «Introduction to Critical Readings: Media and Gender», en: Carter, Cynthia y Steiner, Lisa (comps.), *Critical Readings: Media and Gender*, Maidenhead, Open University Press, pp. 1–35.
- COSSE, ISABELLA (2011): «*Claudia*: La Revista de la mujer moderna en la Argentina de los años Sesenta (1957–1973)», en: *Mora*, nº 17, vol. 1, pp. 1–15.
- D'ANTONIO, DÉBORA (2007): «Las Madres de Plaza de Mayo y la maternidad como Potencialidad para el ejercicio de la democracia política», en: Bravo, María Celia, Gil Lozano, Fernanda y Pita, Valeria Silvina (comps.), *Historias de luchas, Resistencias y representaciones. Mujeres en la Argentina, siglos XIX y XX*, Tucumán, Edunt, pp. 283–303.
- DITTMER, JASON (2010): *Popular Culture, Geopolitics, and Identity*, Lanham, Rowman & Littlefield Publishers.
- DOMOSH, MONA (2004): «Selling Civilization: Toward a Cultural Analysis of America's Economic Empire in the Late Nineteenth and Early Twentieth Centuries», en: *Transactions of the Institute of British Geographers*, nº 29, (4), pp. 453–467.
- DOMOSH, MONA Y SEAGER, JONI (2001): *Putting Women in Place: Feminist Geographers Make Sense of the World*, Nueva York, Guilford Press.
- FARIAS, MÓNICA (2016): «Working across Class Difference in Popular Assemblies in Buenos Aires», en: Darling, Jonathan y Wilson, Helen (comps.), *Encountering the City: Urban Encounters from Accra to New York*, Londres/Nueva York, Routledge, pp. 169–186.
- FARIAS, MÓNICA (2018): «Contesting Exclusion: Solidarity Spaces and Changing Political Subjectivities in Buenos Aires», en: *Geoforum*, s/n, s/p.
- FRIEDAN, BETTY (1963): *The Feminine Mystique*, Nueva York, W.W. Norton.
- GILL, ROSALIND (2007): *Gender and the Media*, Cambridge, Polity.
- GRAMSCI, ANTONIO, HORAE, QUINTIN Y NOWELL–SMITH, GEOFFREY (1972): *Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*, Nueva York, International Publishers.
- GRIMSON, ALEJANDRO (2008): «The Making of New

- Urban Borders: Neoliberalism and Protest in Buenos Aires», en: *Antipode*, n° 40 (4), pp. 504–512.
- GUANO, EMANUELA (2002): «Spectacles of Modernity: Transnational Imagination and Local Hegemonies in Neoliberal Buenos Aires», en: *Cultural Anthropology*, n° 17 (2), pp. 181–209.
- HARAWAY, DONNA (1988): «Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective», en: *Feminist Studies*, n° 14, (3), 575–599.
- INDEC (s/f): Series de la EPH puntual de porcentaje de. Hogares y personas bajo las líneas de pobreza e indigenia en los aglomerados y regiones estdísticas mayo 2001–mayo 2003. Disponible en: <https://www.indec.gob.ar/informacion-de-archivo.asp?solapa=2> (último ingreso: 02/03/2020).
- JACKSON, PETER Y PENROSE, JAN (1993): *Constructions of Race, Place, and Nation*, Mineápolis, University of Minnesota Press.
- KOFMAN, ELEONORE Y PEAKE, LINDA (1990): «Into the 1990s: A Gendered Agenda for Political Geography», en: *Political Geography Quarterly*, n° 9 (4), pp. 313–336.
- LAW, LISA (2005): «Home Cooking: Filipino Women and Geographies of the Senses in Hong Kong», en: Howes, David (comp.), *Empire of the Senses. The Sensual Culture Reader*, Oxford/Nueva York, Berg Publishers, pp. 224–241.
- LOPEZ NOGUERO, FERNANDO (2002): «El análisis de contenido como método de investigación», en: *XXI Revista de Educación*, n° 4, pp. 167–179.
- MARGULIS, PAOLA (2007): «El Terreno de la Transgresión. Un recorrido por las publicidades de la revista *Para Ti* durante la década del 70'», en: *Question*, n° 1 (14), pp. 1–8.
- MARSTON, SALLIE (2004): «A Long Way from Home: Domesticating the Social Production of Scale», en: Sheppard, Eric y McMaster, Robert (comps.), *Scale and Geographic Inquiry: Nature, Society, and Method*, Malden, Blackwell, pp. 170–191.
- MARSTON, SALLIE, Y MITCHELL, KATHARYNE (2004): «Citizens and the State: Citizenship Formations in Space and Time», en: Barnett, Clive y Low, Murray (comps.), *Spaces of Democracy. Geographical Perspectives on Citizenship, Participation and Representation*, Londres, Sage, pp. 93–112.
- MINUJIN, ALBERTO Y KESSLER, GABRIEL (1995): *La nueva pobreza en la Argentina*, Buenos Aires, Planeta.
- NAGAR, RICHA, LAWSON, VICTORIA, MCDOWELL, LINDA Y HANSON, SUSAN (2002): «Locating Globalization: Feminist (Re)Readings of the Subjects and Spaces of Globalization», en: *Economic Geography*, n° 78 (3), pp. 257–284
- NETTLETON, PAMELA HILL (2011): «Domestic Violence in Men's and Women's Magazines: Women Are Guilty of Choosing the Wrong Men, Men Are Not Guilty of Hitting Women», en: *Women's Studies in Communication*, n° 34 (2). pp. 139–60.
- ROCA, ALEJANDRA (2003): «Cuerpo y medios de comunicación. Viejas obsesiones y nuevas tecnologías: el cuerpo en revistas femeninas argentinas», en: *Cuadernos de Antropología Social*, n° 17, pp. 139–159.
- SAYAGO, SEBASTIÁN (2014): «El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales», en: *Cinta Moebio*, n° 49, pp. 1–10.
- SHARP, JOANNE (1996): «Hegemony, Popular Culture and Geopolitics: The Reader's Digest and the Construction of Danger», en: *Political Geography*, n° 15 (6/7), pp. 557–570.
- STRIN, MARINA (2012): *Everyday Revolutions: Horizontalism and Autonomy in Argentina*, Londres/ Nueva York, Zed Books.

- SVAMPA, MARISTELLA (2001): *Los que ganaron: la vida en los countries y barrios privados*, Buenos Aires, Biblos.
- TONKISS, FRAN (1998): «Analysing Discourse», en: *Researching Society and Culture*, Londres/ Thousand Oaks, Sage, pp. 245–260.
- VALENTINE, GILL (1999): «Eating in: Home, Consumption and Identity», en: *The Sociological Review*, nº 47 (3), pp. 491–524.
- ZARCO, ABRIL (2011): «Maternalismo, Identidad Colectiva y Participación Política: Las Madres de Plaza de Mayo», en: *Revista Punto Género*, nº 1, pp. 229–247.