

En definitiva, Roger Boase nos brinda una aportación solvente y poliédrica sobre una composición endiablidamente oscura —y, por ende, malinterpretada— que nos permite calibrar mucho mejor los saberes femeninos (y masculinos) en la esfera cortesana de los reinos hispánicos, los cuales acogen una dilatada tradición previa y que gozarán de clara pervivencia en la cultura literaria del Renacimiento castellano.

RAFAEL M. MÉRIDA JIMÉNEZ  
rmmerida@filcef.udl.es

D.O.I.: 10.1344/Lectora2019.25.29

Universitat de Lleida

### **“Se conoce que usted es ‘Moderna’”: Lecturas de la mujer moderna en la colonia hispana de Nueva York (1920-1940)**

María Teresa Vera-Rojas

Madrid y Frankfurt, Iberoamericana-Vervuert, 2018, 390 pp. ISBN: 978-84-9192-003-8

La monografía de Vera-Rojas sobre la mujer “moderna” en la colonia hispana de Nueva York a comienzos del XX combina estudios culturales con una marcada perspectiva de género, y posee una temática mucho más contemporánea de lo que por el periodo tratado podría parecer. El título ofrece la clave del contexto de las revistas y diarios (*Gráfico, La Prensa, Artes y Letras*) analizadas: “*Se conoce que usted es ‘Moderna’*” (es decir, por su aspecto es percibida como mujer moderna) presenta una aparente celebración de la modernidad como deseable para la mujer enmarcada en una economía de consumo. El libro gira así en torno a la formación colectiva a través de la prensa de la mujer hispana como sujeto moderno, objeto de las contradicciones que cohabitan en la modernidad que tradicionalmente se han percibido como representadas con mayor profundidad (utilizando formatos más cercanos a lo trágico) en el sujeto varón, sobre el que pivota la “alta cultura” y el ensayo “serio”.

Resulta asombrosa la actualidad en torno, por ejemplo, al concepto entonces naciente de “feminismo”, considerado por muchos ya entonces erróneamente como equivalente en negativo del “machismo”: muchos de los autores de artículos en estas publicaciones periódicas ven preferible que la mujer hispana sea *femenina*, no *feminista*, una dicotomía artificial que aún hoy se resiste a abandonar el debate público. En el libro se explica cómo el feminismo se consideraba una peligrosa influencia “extranjera” (léase norteamericana) que amenazaba valores tradicionales y roles de género profundamente arraigados en la comunidad hispana.

El volumen se articula en torno a las tensiones y contradicciones del constructo de la “mujer hispana moderna”, con textos sobre/por mujeres y representaciones fotográficas y publicitarias. No poco importante en la frase anterior es el adjetivo “hispana”, dada la importancia del tradicionalismo y nacionalismo hispano (y su insistencia en la “conservación” de “la raza”), añadidas a la de por sí problemática definición de la modernidad en el sujeto femenino.

El libro ofrece un cuidadoso análisis del aspecto subversivo de estas revistas, pese a las limitaciones por estar relegados ciertos artículos a secciones consideradas “páginas para mujeres”. Éstas se presentan como espacio de resistencia, debate, y creación comunitaria de conceptos de feminidad y modernidad. Se destacan estas “páginas femeninas” como un modo de traer el mundo exterior al ámbito doméstico, y de facilitar a algunas autoras el comenzar a escribir en revistas de gran tirada. También en esas “páginas femeninas”, supuestamente de temas ligeros de “interés humano”, con lenguaje más emotivo que otras secciones, se trataban temas de suma importancia para la definición de la identidad femenina, como la independencia económica o la conquista del espacio social.

Vera-Rojas destaca la caracterización ya en el siglo XIX de la lectura como actividad pasiva (identificada con las mujeres y lo doméstico, frente a otras activas, como la escritura), señalando la lectura colectiva como herramienta de desafío de categorías donde se resignifican y reapropian discursos escritos. Así algunas secciones como “De nuestros lectores”, en la revista *La Prensa*, permitían a las lectoras ser escritoras, constituyéndose en auténtica tribuna intelectual para mujeres que no tenían acceso a espacios controlados u ocupados exclusivamente por hombres.

Las secciones “Imaginarios de mujer moderna” y “Tecnologías del cuerpo moderno” presentan ejemplos de publicidad dirigida a mujeres inscrita dentro de la corriente de diseminación del “American Way of Life”: se analiza la tensión entre la publicidad de productos seña de clase social (coche, vivienda suburbana, electrodomésticos, radio), y artículos que ilustran la capacidad de la mujer hispana de llevar una vida “moderna” pero familiar en pequeños apartamentos en Nueva York, con las limitaciones económicas de no pertenecer a la clase media o alta.

El libro también explica procesos de regulación de la belleza en relación con convenciones establecidas por la publicidad, y valores asociados con la belleza femenina como la higiene o la práctica del deporte, con las contradicciones de que gran parte de las lectoras de estas publicaciones tenían que utilizar agresivos productos químicos para adecuarse a modelos de belleza blanca, y de que muchas no pudieran realizar deporte, un lujo de clase media o alta. Se estudian también modelos alejados de la frivolidad de los concursos de belleza hispana, como la mujer con estudios superiores o con carrera profesional. Se observa también en la descripción y representación fotográfica de la mujer hispana como “moderna” la tensión entre la conservación de valores “raciales” promovidos por estas revistas, e

ideales de belleza (de estética europea) con los que esta comunidad convivía a diario. Resulta especialmente interesante y muestra de la productiva contradicción de estas publicaciones el estudio de Eusebia Cosme, una de las pocas imágenes de una mujer negra de éxito alejada de la estética dominante.

La última sección presenta la figura de la “flapper” como ejemplo de las contradicciones entre imagen y mensaje en estas revistas: una mujer nueva, ni tradicional ni sumisa, independiente del hogar, pero mostrada también como peligrosamente andrógina y asociada con los riesgos del espacio público. Sin embargo, en estas mismas publicaciones, la figura de la “flapper latina” sirve como ejemplo de la reapropiación y resignificación de esta figura en mano de mujeres hispanas.

En conclusión, “*Se conoce que usted es ‘Moderna’*”: *Lecturas de la mujer moderna en la colonia hispana de Nueva York (1920-1940)* es un libro altamente recomendable que cubre un vacío en los estudios de formación de la feminidad hispana en los Estados Unidos a principios del pasado siglo. Su lectura enfatiza dos aspectos olvidados a menudo en el actual reensamblaje individualista de nuestra fragmentada personalidad posmoderna, y en las cámaras de eco en las que hemos convertido nuestras redes sociales. En primer lugar, que las identidades, más aún aquellas de sujetos situados en el margen, no deben construirse individualmente (so peligro de ser dictadas por el sujeto dominante): han de ser resultado de un proceso de renegociación colectiva de significados aparentemente contradictorios; y en segundo lugar, que los espacios de subversión pueden hallarse en el lugar más inesperado: así, entre frívolas “páginas femeninas” que, aparentando prescribir la mujer moderna, enfatizaban precisamente su variedad, constante tensión, y permanente evolución.

CARMEN M. MÉNDEZ GARCÍA  
cmmendez@ucm.es

D.O.I.: 10.1344/Lectora2019.25.30

Universidad Complutense de Madrid

## **Translation and Gender: Discourse Strategies to Shape Gender**

Julia T. Williams Camus, Cristina Gómez Castro, Alexandra Assis Rosa y Carmen Camus Camus (eds.)

Santander, Editorial de la Universidad de Cantabria, 2018, 160 pp. ISBN: 978-84-8102-871-3

Desde la aparición del término *Translation Studies* de la mano de Holmes en 1972 hasta el “cultural turn” en *Translation, History and Culture* (Bassnett & Lefevere, 1990), los estudios de la traducción se desplazaron desde su vertiente lingüística y más tarde formalista hasta considerar “broader issues of context, history and