

INTRODUCCIÓN

PREMISAS: LECTURAS DE *BOUDOIR*

El 10 de abril de 1927, el semanario *Gráfico* (1927-1931) de Nueva York publicó en su portada una ilustración de una *flapper*¹ en ropa interior, con las piernas cruzadas y vistiendo una bata que cubría ligeramente su cuerpo (Imagen 1). Estos complementos la acompañaban en un escenario similar a un *boudoir* y en una situación de relajación que probablemente antecedió al acto de dormir: una escena doméstica, que, sin embargo, apuntaba más hacia la idea de una feminidad privatizada, hedonista, autocomplaciente, distanciada de las responsabilidades del hogar y, aparentemente, de las luchas sociales que lideraban

1. *Flapper* era el nombre que recibían las chicas modernas de la década de los veinte, las cuales se distinguían por su irreverencia respecto de las normas de feminidad precedentes, por fumar en público, beber con más libertad, acceder al mercado laboral y tener una mayor visibilidad en el espacio público. Las flappers no solo llevaban una moda un poco más andrógina en el vestir, con vestidos por encima de las rodillas y el pelo corto, sino que además participaban de nuevas formas de sociabilidad, mucho más distendidas, que giraban en torno a la cultura del ocio, el consumo y el culto al cuerpo. Aunque terminó siendo un fenómeno global de exportación, a partir de la influencia de la industria cinematográfica, la flapper fue uno de los paradigmas de la sociedad moderna norteamericana y uno de los símbolos de la prosperidad económica de este país durante la década de los veinte. A la flapper haré referencia a lo largo de este estudio, pero me dedicaré a su análisis con más detalle en el Capítulo VI. A pesar de ser un anglicismo, en este estudio adoptaré la grafía en redondas en lugar de cursivas para hablar de la flapper.



Imagen 1

entonces algunos colectivos de mujeres. Además de resaltar por los detalles de un decorado que respondía a la estética geométrica, propia del *art déco*, por su vestimenta chic y una pose que representaba las fantasías y deseos de su ilustrador (el cubano Alberto O'Farrill), podría afirmarse que esta imagen destaca porque ilustra una escena de lectura: en su habitación, tras un biombo y sentada cómodamente, esta flapper leía el semanario *Gráfico* — como lo enfatizaba la leyenda que acompañaba a la imagen: “Leyendo el *Gráfico*...” —. Sin embargo, esta escena no pretendía recoger el rigor vinculado a los modos de lectura

del pasado, sino que, por el contrario, registraba un cambio en los textos de lectura y, muy especialmente, en la manera de leer, esto es, una transformación que hacía de la lectura una forma de entretenimiento, evasión y autorreconocimiento.

Aunque dicha ilustración estuviera dirigida a un público lector masculino, no es descabellado pensar que también ejerciera influencia en las lectoras de este semanario. Pero ¿qué tipo de influencia? Porque, aun a pesar de que esta imagen fuera también una sátira del desenfreno y la sensualidad de la mujer moderna norteamericana y de que, junto a las crónicas que cuestionaban la imitación de sus prácticas y modas, advirtiera a las lectoras hispanas acerca de la pérdida de valores que traían consigo las nuevas formas de entretenimiento e individualidad asociadas a la vida moderna norteamericana, es casi imposible obviar que esta sátira convivía con los consejos de belleza, las crónicas de moda, los avisos publicitarios, las secciones de fotoreportaje, las noticias de farándula, las reseñas cinematográficas... espacios todos en los que la flapper americana, en sus muchas encarnaciones, era la estrella del momento. Estos textos, publicados en las

mismas páginas del semanario, buscaban atraer a un público femenino que, además de ser lector de esta publicación, era también espectador de cine y consumidor de los productos que se publicitaban en sus páginas.

Estas contradicciones no eran exclusivas de *Gráfico*, sino que caracterizaban también las líneas editoriales de otras publicaciones periódicas en español, como el diario *La Prensa* (1913-1963/*El Diario La Prensa*) y la revista cultural *Artes y Letras* (1933-1939), ambas publicadas igualmente en la ciudad de Nueva York. Ante este contexto de contradicciones —además de coincidencias— es casi inevitable preguntarse: ¿qué idea de feminidad promovían las publicaciones en español de la colonia hispana durante las décadas de los años veinte y treinta? Pero, sobre todo, ¿desde qué lugar se posicionaban las lectoras antes dichas representaciones de la feminidad? Y, si se considera que las flappers eran el paradigma de la feminidad moderna, ¿en qué medida las representaciones de la feminidad moderna influían en la identidad de las mujeres hispanas? O bien, ¿es posible concebir a estas mujeres y lectoras hispanas como sujetos modernos?

“*Se conoce que usted es ‘Moderna’*”. *Lecturas de la mujer moderna en la colonia hispana de Nueva York (1920-1940)* parte de estos interrogantes para preguntarse acerca de las formas de subjetivación que intervenían en las experiencias de feminidad de las mujeres hispanas, en el contexto de tres medios de comunicación impresos en español y dirigidos a la comunidad hispana de la ciudad de Nueva York, durante las décadas de 1920 y 1930: *Gráfico*, *La Prensa* y *Artes y Letras*. De manera particular, explora cómo, a través de diferentes estrategias y discursos reproducidos en estos medios, emerge la mujer moderna hispana como un sujeto cuya formación era el resultado de la intersección entre las prácticas y regulaciones que definían el modelo de la mujer moderna norteamericana y las restricciones que controlaban la identidad de las mujeres inmigrantes de la colonia hispana. Su subjetividad, afirmo, era producto de la conjunción, reapropiación y resignificación de las representaciones de la feminidad en ambos contextos, tradiciones y culturas, ante las cuales se posicionaban las lectoras de estas publicaciones.

A partir de la premisa de que la cultura popular es un escenario de luchas y negociaciones culturales (Hall, Hollows), sostengo que las prácticas culturales que definían la identidad y vida modernas durante

el periodo interbélico incidían, a través de los medios de comunicación en español, en la formación de las mujeres hispanas como sujetos modernos. Esto es que, aun a pesar de los esfuerzos por restringir la feminidad al ámbito de una domesticidad atemporal y alejada de las libertades y cambios de la vida moderna norteamericana, las mujeres hispanas devenían sujetos modernos en los intersticios entre los diferentes discursos hegemónicos que representaban la figura de la mujer moderna norteamericana y que circulaban en *Gráfico*, *La Prensa* y *Artes y Letras*; las posiciones de lectura que asignaban los discursos acerca de la feminidad, y las tradiciones de género y las limitaciones sociales, económicas y raciales que definían la vida en la colonia. En consecuencia, no solo exploro las representaciones de la feminidad, sino que, sobre todo, parto de dichas aproximaciones descriptivas para comprender las experiencias de modernidad y las prácticas de subjetivación —principalmente a través del estudio del consumo, la moda, la belleza, la higiene y la lectura— que influyeron en la formación de la mujer hispana como un sujeto moderno, el cual, desde un lugar culturalmente fronterizo y conflictivo, problematizaba tanto los límites de los discursos normativos acerca de la identidad femenina y los valores de la hispanidad en la colonia hispana en la metrópoli como los relatos hegemónicos acerca de la modernidad y la vida moderna en la ciudad de Nueva York.

En un sentido más amplio, abordo los procesos de negociación cultural que intervenían en la constitución de las identidades que daban forma a la colonia hispana, no solo en relación con las mujeres, sino, sobre todo, respecto del complejo e híbrido colectivo que integraba esta colonia. Consecuentemente, en este libro presto atención a otras formas de reconocimiento del pasado de la colonia hispana en Nueva York que también están definidas por el carácter político y estratégico de sus posicionamientos ante una idea preconcebida, unificada y estable de la feminidad y del sujeto mujer, todo ello considerando que el uso de discursos disponibles para el sujeto posibilita la reificación de identidades y condiciona su posicionamiento ante estas.

A pesar de su disposición marginal en las páginas de estos medios, los avisos publicitarios, los consejos de moda, belleza y salud, así como los ensayos y las cartas publicados en las páginas femeninas de *Gráfico*, *La Prensa* y *Artes y Letras* constituyen herramientas

que me permiten aproximarme tanto a las prácticas que configuraban la cultura de los lectores y las lectoras de estos medios como a los discursos que confluyeron en las experiencias de modernidad de la mujer hispana. A su vez, esta investigación parte de la pregunta por el sujeto del feminismo para cuestionar la manera de entender el sujeto femenino en representaciones que, aun cuando estuvieran reguladas por la diferencia sexual, desarticulaban la idea del sujeto universal “Mujer” y de una identidad femenina definida por una naturaleza común y ontológica compartida por todas las mujeres. Para ello, y tal como lo explico en el Capítulo I, “La mujer y los periódicos”, me apoyo en la interdisciplinariedad que permiten los estudios culturales y los estudios de género con el propósito de estudiar las formas de regulación que ejercía la industria cultural en la construcción de identidades y en los procesos de sujeción y autorrepresentación que moldeaban las experiencias de modernidad y subjetivación de las mujeres hispanas.

Las reflexiones en torno a la lectura ocupan un lugar vertebral a lo largo de estas páginas porque su consideración como práctica subjetivadora me permite explorar, por una parte, cómo la lectura, junto con el consumo, constituyó una de las maneras de acceder y ejercer la ciudadanía para sujetos que en su condición periférica —como mujeres e inmigrantes— habitaban los márgenes de la modernidad y de la vida moderna norteamericana; y, por otra, cómo a través de la lectura, así como de la mirada, los sujetos resignifican las posiciones que les han sido asignadas en el discurso y devienen sujetos de la enunciación y, por lo tanto, productores de sentido. Estas consideraciones son abordadas a lo largo de esta investigación, pero es el Capítulo II, “‘No aceptemos demarcaciones’: lectoras, lecturas y publicaciones periódicas en la colonia hispana de Nueva York (1920-1940)”, y enmarcado en el contexto que dio lugar a la publicación de *Gráfico, Artes y Letras* y *La Prensa*, donde, por una parte, me detengo en los problemas culturales, raciales, políticos y económicos que enfrentaban los miembros de la colonia hispana en la metrópoli, especialmente, en relación con los significados de la modernidad y la vida moderna norteamericana; y, por otra, abordo diferentes propuestas teóricas para entender el carácter estratégico que tiene la lectura —y los modos de visibilidad modernos— para la comprensión de los procesos de resignificación y desidentificación con los que los sujetos periféricos desarticulan las regulaciones normativas

acerca de la identidad. Todo ello a fin de demostrar, de cara a las exclusiones con las cuales han sido comprendidos la vida moderna y los procesos hegemónicos de modernización, cómo el estudio de los avisos publicitarios, las cartas al editor, los ensayos y artículos de opinión escritos por lectoras y colaboradoras de estas publicaciones se convierten en instrumentos indispensables para, en primer lugar, reflexionar acerca de las experiencias modernas de sujetos minoritarios; en segundo lugar, cuestionar la idea de la colonia hispana neoyorquina como una comunidad identitariamente homogénea; y, finalmente, problematizar la idea de la modernidad como una fuerza foránea, externa, que amenaza a comunidades carentes de "poder" y "representación".

La lectura sobre las representaciones de la feminidad en la cultura popular que llevo a cabo en este libro se posiciona precisamente en este contexto de contradicciones discursivas y diferencias culturales, cuyas tensiones se tornan productivas en el contexto de una modernidad que se hace real no como una fuerza externa que ejerce su peso sobre sujetos periféricos, sino más bien en el conjunto de experiencia que se producen en los niveles más mundanos e íntimos de interacción, y cuyos trazos pueden encontrarse en "dreams and fantasies, ways of looking, modes of dress, ways of inhabiting one's body. The modern is felt in the very pores of the skin, the rhythm of the heartbeat, the intimate recesses of thought and feeling" (Felski, *Doing Time* 66). De acuerdo con esta formulación, la modernidad no se define exclusivamente a partir de la idea del progreso, sino que esta también responde a las interacciones que se producen en los niveles de la vida cotidiana y en la relación de estas experiencias con el consumo, la lectura, los deseos de confort y de ascenso social, las luchas feministas, así como también, entre otros, las prácticas y discursos que buscaban regular el cuerpo de la mujer y el significado de la feminidad.

CONTEXTOS: "BELLEZA DE ALMACÉN"

Como parte de su columna "Para las damas", Beatriz Sandoval explicaba a sus lectoras del diario *La Prensa*:

El permanecer todo el día *trabajando bajo la luz eléctrica, ya sea en una oficina o fábrica, es lo que envejece prematuramente a la mujer americana*, la cual aunque conserva la elasticidad de su cuerpo y la agilidad de

sus ademanes hasta una edad avanzada, gracias al ejercicio del deporte, en cambio, a los 30 a 35 años ya tiene la piel marchita, porosa, ajada como papel japonés [...], por lo cual se recurre a los afeites para encubrir los estragos del tiempo, con *una juventud comprada* en la botica o en las tiendas de cinco y diez centavos. (3, énfasis añadido)

De acuerdo con Sandoval, igual suerte corrían las mujeres que leían bajo una bombilla, por lo que aconsejaba “velar esta con telas de modo que la iluminación caiga sobre el libro, sin bañarles el rostro”, para finalizar concluyendo: “En lo que sea posible, debe aprovecharse la sana luz del día [...] y cuando sea inevitable el trabajar con la luz artificial, tomar precauciones para proteger la belleza” (3).

Titulada “La electricidad contra la belleza” (Imagen 2) y publicada el 21 de noviembre de 1927, esta crónica entendía la belleza en términos de una idealizada y “natural” feminidad que contrastaba con su vertiente artificiosa y apegada al consumo, producto de las tecnologías y vida modernas norteamericanas. Según Sandoval, estas últimas producían una belleza “comprada” no solo a través de cremas milagrosas, sino también mediante avances científicos que permeaban la manera de comprender la salud, el hogar, la belleza y el cuerpo, y en los que se enmarcaban los anuncios de centros estéticos que realizaban cirugías plásticas, así como los de diferentes afeites y artefactos que prometían perfilar la nariz, hacer *lifting* facial y eliminar manchas y cicatrices, los cuales fueron recurrentemente publicitados, por lo menos desde 1923, en las páginas de *La Prensa*.

La influencia de la ciencia en la representación, prácticas y transformaciones relacionadas con la belleza femenina era el objetivo hacia el cual Sandoval dirigía su diana: de acuerdo con esta escritora, la belleza —entendida también en términos de juventud— se veía amenazada por los estragos que producía la electricidad en el cuerpo, y con ello no se refería solo al cutis, sino también a la medida en que esta —la electricidad— simbolizaba las transformaciones que tenían lugar en la sociedad y en la identidad de



Imagen 2

las mujeres (modernas) — particularmente en lo referente al acceso de las mujeres al mundo laboral, a una mayor popularidad de la práctica de lectura entre estas y a una nueva forma de concebir la belleza y el cuerpo—. Dicho enfrentamiento se hacía todavía más evidente porque, al recurrir al ejemplo de la mujer norteamericana como modelo del cuerpo que envejecía prematuramente debido a los trajines de la vida laboral fuera del hogar, se construía una diferencia entre ellas/las otras y nosotras/las lectoras hispanas que permitía hacer de la hegemonía de la sociedad y modo de vida norteamericanos una expresión de minusvalía y deterioro, especialmente a través de la reificación y desnaturalización de lo que para entonces era considerado el paradigma de feminidad, esto es, la figura de la mujer moderna norteamericana. Sin embargo, en esta práctica de cosificación residía un gesto de desarticulación y descodificación que, aunque desde una posición crítica, acercaba todavía más a las lectoras hacia las ideas y aspiraciones de libertad, glamour, diversión y cambio encarnadas en la representación del modelo de mujer moderna.

Como el de Sandoval, muchos ensayos publicados en *La Prensa* durante la década de los veinte expusieron, entre otros aspectos, posiciones que reflejaban los desasosiegos que producían los avances en materia de ciencia y moda, ante los que se temía la uniformidad y la pérdida de originalidad de las mujeres — como, por ejemplo, “Belleza de almacén”, publicado el 5 de marzo de 1925— o el temor ante el desuso de prácticas y accesorios asociados a la belleza y coquetería femeninas — como “El abanico ha muerto”, escrito por Sebastián Vargas Lucero y publicado el 9 de agosto de 1926, en cuyo relato se culpabiliza a la electricidad por la impopularidad del abanico—. Pero esta posición crítica no tenía el consenso de escritores y escritoras, científicos internacionales y voceros de la comunidad: además de compartir espacio con anuncios publicitarios que vendían los beneficios de la ciencia, la tecnología y la vida modernas, estos textos también convivían con otros artículos que celebraban los beneficios que había aportado la ciencia para el cuidado del cuerpo, la apariencia de longevidad, la perfección de la piel y la belleza en general — entre otros, “La ciencia y la belleza”, del 19 de abril de 1926—.

A pesar de sus contrastes, estas posiciones eran características de las diferentes crónicas de moda y belleza que integraban las páginas femeninas, principalmente de *Gráfico* y *La Prensa*. Bien desde la posición

idealizada con la que Sandoval concebía la belleza, o bien desde la “normalidad” a partir de la que se celebraba el matrimonio entre la ciencia y la juventud, la feminidad era formulada, regulada y también transgredida a partir de distintos discursos que respondían a las transformaciones históricas, políticas, sociales y económicas que tenían lugar durante las primeras décadas del siglo xx, de los cuales los medios de comunicación de masas de la colonia eran no solo portadores, sino también traductores culturales. En este sentido, nos enfrentamos a las posiciones en contra y a favor de las modas culturales en relación con la identidad de la mujer, pero además nos encontramos en un espacio fronterizo en el que culturas, tradiciones, clases sociales, razas e identidades de género se posicionan de manera diferente ante representaciones similares.

La incursión de la ciencia en los discursos acerca de la feminidad, especialmente en relación con la apariencia y la domesticidad, respondía, entre otras razones, a los cambios que durante las décadas de 1920 y 1930 había producido la racionalización de la vida doméstica, los cuales ponían en entredicho los valores heredados de la cultura doméstica de la clase media del siglo xix:

The wish to “rationalize” manifested itself in the expansion of “experts” and professionals whose task it was to organise and order aspects of the modern world. In the name of “efficiency” members of the medical profession, educators, nutritionists, and child psychologists attempted to extend these scientific and rational principles to the sphere of personal relationships and domestic organization. (Giles 21)

Como veremos en el Capítulo III, “Imaginaris de mujer moderna”, en su propósito de modernizar el hogar y la vida doméstica, la ciencia, la tecnología y el mundo empresarial llegaron a “intervenir” en el hogar con el fin de transformarlo haciendo uso de las mismas ideas “modernas” que impulsaban la modernización del espacio público, pero conservando la artificial distinción ante el espacio privado. Esta distinción, como señala Joanne Hollows, ignoraba la domesticidad como fuerza de producción de la modernidad, así como los diversos significados que tiene la domesticidad entre las clases obreras (*Domestic Cultures* 27-31). Sin embargo, estos medios reproducían en muchos de los avisos publicitarios y en gran parte de las columnas dedicadas a la mujer esta artificial distinción, lo cual es especialmente significativo si recordamos que el grueso de las lectoras de estas publicaciones eran

mujeres inmigrantes, pertenecientes al sector obrero, quienes, además de encargarse de la familia, eran empleadas en fábricas o eran parte del servicio doméstico, pero al mismo tiempo, y de manera muy generalizada, trabajaban como costureras en el hogar: “Needleworkers worked both at home and in the factories. The homeworkers earned their living by picking up bundles of unfinished garments —dresses, blouses, skirts, undergarments, handkerchiefs— at an agent’s warehouse or local factory, and sometimes with the aid of young daughters, sisters or other adult females, completing these garments at home” (Ortiz, “Historical Vignettes” 225-226). Quiero enfatizar este aspecto porque el concepto de domesticidad tenía otros significados para gran parte de este colectivo; por una parte: “Some of these women dedicated themselves exclusively to homework because they believed that a woman’s most important role was to take care of her family personally —a concept that was not unusual for the women of the times. Puerto Rican mothers, therefore, found the making of garments at home somewhat advantageous” (225-226); pero, por otra parte, el hecho de conjugar ambas actividades en el espacio doméstico muchas veces solo conseguía prolongar la larga cadena de explotaciones a las que estaban expuestas: “Homework had other advantages for *puertorriqueñas*: it did not require fluency in the English language, travel to far away places, or expensive machinery or tools [...]. But, these presumed ‘advantages’ made it that much easier for these workers to be exploited in New York City, for this industry was notorious for its extremely low wages and long hours” (225-226). Con todo, aun cuando la vida doméstica deba considerarse como una fuerza de trabajo, no puede ignorarse el hecho de que, en el marco de los cambios que suponía la vida en la metrópoli para las mujeres de la colonia, el trabajo en el hogar también era una manera de ingresar y formar parte del mundo moderno.

En este contexto, las reseñas de moda, los consejos de salud e higiene femenina y las reflexiones en torno al deporte, el baile o la lectura adquieren una gran relevancia de cara a las prácticas que configuraron los relatos identitarios y la fisonomía de esta colonia. Aun en su carácter marginal y heterogéneo, estos textos y debates me permiten comprender cómo en las figuraciones que adquiría la modernidad a través del cuerpo femenino se debatían, por una parte, las restricciones conservadoras de los editores y de muchos colaboradores y colaboradoras de dichas publicaciones respecto del rol tradicional de la

mujer hispana; y, por otra, la atracción que producían la tecnología y el estilo de vida moderno de clase media que publicitaban los anuncios, fotorreportajes, las reseñas de moda y figuras de la cultura de masas. En este sentido, el objetivo del Capítulo IV, “Tecnologías del cuerpo moderno”, es demostrar las intersecciones que confluían en la construcción del cuerpo y la identidad de la mujer moderna hispana representada en estos medios durante las décadas de 1920 y 1930. En el marco de estas consideraciones, en este capítulo abordo los discursos y debates acerca de la feminidad y la identidad de la mujer moderna publicados en *Gráfico*, *La Prensa* y *Artes y Letras*, para dar cuenta de las formas de regulación del cuerpo e identidad de la mujer hispana que operaban en el imaginario de esta colonia y cuyas representaciones en estas publicaciones periódicas se producían a través de prácticas como los concursos de belleza y textos como las reseñas de moda, las cartas de las lectoras, los consejos de belleza, los fotorreportajes y los avisos publicitarios, entre otros. En primer lugar, abordo las tensiones que emergían de las formas de regulación con las que los concursos de belleza patrocinados y difundidos por *La Prensa* buscaban hacer inteligible los rasgos, las tradiciones y los valores de la cultura hispana en el cuerpo de las mujeres de la colonia. Asimismo, además de analizar algunas de las opiniones de científicos, especialistas y periodistas publicados en las secciones femeninas del semanario *Gráfico* y, mayoritariamente, el diario *La Prensa*, especialmente durante la década de los veinte, en este capítulo reflexiono sobre la historicidad y las tensiones que producían otras formas de control del cuerpo e identidad de las mujeres hispanas. En este sentido, exploro las regulaciones que imponían los consejos de belleza y moda femeninas, así como la incitación al consumo que promovían los avisos publicitarios publicados en las mismas páginas femeninas. Como parte de los discursos que contribuían a la “verdad” acerca de la feminidad moderna, indago otra cara de estas representaciones por medio del análisis de algunas cartas escritas por mujeres y enviadas a los editores de estas publicaciones y a las encargadas de los asuntos considerados de índole femenina.

Estos ejemplos abordan, finalmente, los posibles diálogos y las negociaciones culturales que existían entre los registros de la feminidad asociados al consumo y las prácticas de la vida moderna y la cotidianidad laboral, económica, racial y comunitaria de las mujeres de la colonia; pero, sobre todo, reflexionan sobre cómo las formas de

reapropiación de estos discursos problematizaban y desestabilizaban, muchas veces de manera simbólica, las jerarquías que limitaban el ascenso social de las mujeres y naturalizaban las regulaciones de género para las jóvenes y las mujeres tanto en la cotidianidad de la colonia como también de cara a la sociedad norteamericana.

LECTURAS, RETRATOS, ACTRICES: LAURA LA PLANTE Y MARION DAVIES, LECTORAS DE LA PRENSA HISPANA

En correspondencia con el carácter polisémico de su título, el semanario *Gráfico* se caracterizó por su voluntad de ser un medio transparente, directo e imparcial, así como también por su intención ilustrativa y su vocación hacia la imagen. Como antesala al mundo que representaban sus páginas, sus portadas se distinguieron, desde sus primeros años, por proyectar una contradictoria relación de deseo y censura ante las figuras, personajes y espectáculos de la vida moderna norteamericana, los cuales se incorporaban al imaginario de las clases trabajadoras de la colonia hispana de Nueva York por vía de los placeres de la novedosa cultura del ocio —cultura en la que se inscribía también la lectura de la prensa escrita—. Por estas razones es significativo que, en la edición del 6 de mayo de 1928, fuera publicada otra portada que también representaba una escena de lectura: sosteniendo un ejemplar de *Gráfico* en sus manos —el correspondiente al 4 de marzo de 1928—, esta portada recogía la fotografía —que no la ilustración— de la actriz norteamericana Laura La Plante (Imagen 3). En esta escena de lectura, La Plante, quien era uno de los paradigmas de la flapper norteamericana, miraba de manera directa, y, hasta podría decirse, relajada y divertida, la lente de una cámara que construía una relación espectacular entre su imagen y la de cientos de lectoras que consumían todos los pormenores de su vida, sus películas, sus romances y, sobre todo, su apariencia. No era casual que esta fotografía recogiera todos los detalles que hacían de ella uno de los personajes de moda: su apariencia era la de una mujer pícaro y atrevida, preocupada por la moda no solo del vestir, sino también del peinar, e interesada por los acontecimientos de la farándula y los sucesos históricos y cotidianos que recogían los medios. Y es que La Plante encarnaba el ideal de mujer moderna que vendían las páginas de esta publicación, pero a la vez era la representación