

¿CAPITANAS O GUARDIANAS DEL HOGAR? DESEOS Y MANDATOS EN LA ARGENTINA PERONISTA

Marcela E. Franco

Nora Pulido

Universidad de Buenos Aires

Introducción

En la Argentina, durante los años cuarenta, se alzó el escenario propicio para uno de los fenómenos más notables de su historia: la irrupción masiva de las mujeres en el mundo público.

Esos años estuvieron caracterizados por la expansión del sector secundario y el aumento de la demanda laboral. Entre 1947 y 1970 se retrajo la participación en la actividad económica de los varones, aumentando la relación de femineidad. A su vez la prolongación de la escolaridad y las nuevas leyes jubilatorias hicieron que la PEA fuese más pequeña y más adulta. Del análisis de la composición y evolución del empleo industrial entre 1935 y 1960 surge que la participación femenina mantuvo un ritmo parejo, observándose un alza entre 1946 y 1954. Asimismo, en diversas ramas¹ la participación femenina en el empleo obrero sobrepasa a la del total de la industria.

Puesto que el movimiento obrero fue tomado como eje por diversos estudios en torno al peronismo, resulta sorprendente que en ninguna de estas obras las trabajadoras hayan constituido el eje del análisis, vista la alta participación que tuvieron en dicho movimiento.

1. Como se observa en las ramas Textil, Confecciones, Sustancias Químicas, Papel y Cartón, Radiotelefonía, Hojalata, Galletitas, Chocolates y Pescados. FRANCO, M Y PULIDO, N (1992) *Trabajo industrial: Género femenino*. XII Jornadas de Historia Económica. Septiembre de 1992. CRECIT. U.N. de Cuyo. (mimeo)

El presente trabajo se propone analizar el conjunto de alegorías, creencias y mandatos que se articulan con el discurso del orden establecido por la acción política y por el nuevo corpus jurídico, sancionado a partir de 1943. Con este objetivo se cotejan los mensajes emitidos hacia las mujeres a través de las revistas femeninas² con los principios impuestos por las políticas públicas de los dos primeros gobiernos peronistas.

Las revistas femeninas constituyen una fuente privilegiada puesto que son un producto único, expresan una cultura de masas orientada hacia las mujeres, realizando un enorme esfuerzo por escapar a la visión androcéntrica del resto de la prensa. Desde sus páginas se les habla a las mujeres, se les dan consejos e instrucciones en un lenguaje directo e intimista. *Vosotras* es una publicación que se destaca del resto, en su época, ya que se dirigía al colectivo femenino incluyendo a las mujeres que debían repartir su tiempo entre los trabajos intra y extradomésticos. Dicha inclusión es destacada puesto que la figura de la mujer trabajadora se constituyó en uno de los elementos que involucró cambios más profundos en los imaginarios de la época. Así, el mensaje de la revista *Vosotras* fue funcional al discurso emitido por el gobierno.

Este período, rico en transformaciones, fue el escenario adecuado para el cambio en los modelos de participación de varones y mujeres. Para los primeros estaba asignado el mundo público, la esfera de la producción; el trabajo remunerado, los partidos políticos y los sindicatos los tenían como protagonistas. A las mujeres, en cambio, esta división estereotipada las asignaba al mundo privado, a la esfera de la reproducción donde el trabajo no recibe remuneración.

Así, las mujeres fueron "invitadas" a participar del mundo público manteniendo las prácticas que les eran atribuidas en función de los roles domésticos. Por ello, el ámbito público, el que ha sido creado por la acción colectiva y su discurso como opuesto a lo privado y secreto se carga de un contenido nuevo, se deconstruye a través de la privatización del ámbito público³.

El fenómeno de la participación política ha sido profusamente estudiado. El apoyo del General Perón al voto femenino es un punto decisivo en esta cuestión, asimismo la figura y la obra de Eva Perón imprimieron un sello diferencial a la manera de hacer política. La irrupción masiva de las mujeres al mundo público, fenómeno revulsivo, no pareciera haber alterado en demasía los lazos que reconocen su origen en una sociedad tradicional y patriarcal. A la militante se le confirió un destino político e histórico de "guardiana del hogar y de la familia", subordinándose a las decisiones y mandatos masculinos.

2. Se trata de las revistas *Vosotras*, *Para Ti*, *Rosalinda*, *La mujer*, *Maribel*, *Femenil*, *Damas y Damitas* y *El Hogar*.

3. En esta geografía del poder en la que los sujetos quedan atrapados, se expresan constantes contradicciones. El tema de la natalidad pone en clara contradicción esa pretendida separación de esferas pública y privada.

Sin embargo, la irrupción de las mujeres en la esfera pública, a través del mercado de trabajo y la acción política, fue un rasgo dominante de la época. Trabajadoras de fábrica y empleadas del sector terciario vieron legitimada su labor, cada vez que desde el discurso oficial se enaltecían las figuras de trabajadoras y trabajadores, cada vez que se sancionaba una ley que garantizaba sus derechos.

La sanción de la Ley 13.010, la creación de la Dirección de Trabajo y Asistencia de la Mujer y del Partido Peronista Femenino permitieron que se profundice la participación de las mujeres, en un sentido no unívoco, sino pleno de matices.

Los valores transmitidos por el discurso oficial, con sus contradicciones y sus múltiples posibilidades de interpretación, se observan también en la revista *Vosotras*. Desde sus páginas se refuerza el modelo de mujer-madre-ama de casa, sin que por ello desaparezca el de mujer trabajadora. En un intento de reducir el abismo entre el hogar, el mercado de trabajo y la vida política, entre lo privado y lo público se estaba perfilando un nuevo modelo. Registrar estos cambios permitirá abordar un conocimiento sobre los sujetos históricos en el que el género sea tomado en cuenta.

Los consumos culturales de las trabajadoras

Durante la gestión peronista los medios de difusión estuvieron fuertemente controlados desde el Estado. Así el poder tendía a garantizar su papel privilegiado en la emisión de discursos⁴.

Las revistas de espectáculos, los folletines, los diarios e incluso las revistas del hogar estaban escritos, de manera indistinta, tanto para varones como para mujeres. Dentro del conjunto de los medios de comunicación, las revistas femeninas constituyeron un producto original y único ya que tuvieron como destinatarias a las mujeres. Estas publicaciones, de amplia tirada, llegaban a los hogares modelando gustos, generando necesidades y tal vez amortiguando las tensiones propias de un período de grandes transformaciones.

Por lo antedicho, los circuitos de difusión y los consumos culturales de las

4. "El impacto de los imaginarios sociales sobre las mentalidades depende ampliamente de su difusión, de los circuitos y de los medios de que dispone. Para conseguir la dominación simbólica, es fundamental controlar esos medios que son otros tantos instrumentos de persuasión, de presión, de inculcación de valores y de creencias. Así, todo poder apunta a tener un papel privilegiado en la emisión de los discursos que conducen a los imaginarios sociales, del mismo modo que busca conservar cierto control sobre los circuitos de difusión. (...) los medios de comunicación de masas le aseguran a un sólo emisor la posibilidad de llegar hasta un público enorme simultáneamente." "En los sistemas sociales en los que el Estado se apoderó del monopolio de la emisión, le resulta particularmente fácil ejercer una rigurosa censura, suprimir toda información juzgada indeseable por él mismo, mientras continúa derramando chorros de palabras y de imágenes." BACZO, B. (1991) *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Bs.As. Nueva Visión. p. 30 y 31

mujeres en su conjunto fueron, en principio, nuestro objeto de atención. Esta tarea generó múltiples problemas para la definición del universo. Las fuentes resultaban ricas, valiosas y diversas. Los films, los noticieros de cine y de radio, los radioteatros, los folletines, las novelas, las biografías, los cancioneros, los periódicos y las revistas podrían brindar información sobre el mundo de las representaciones mentales de las mujeres. Sin embargo no eran todas las mujeres particular objeto de interés, por tanto se debía elegir una fuente que permitiera acercarse al universo simbólico de las trabajadoras.

La profusión de revistas femeninas que circulaban durante el período estudiado sugirió un rumbo a seguir. Se debían observar sus páginas para constatar si se intentaba inculcar un determinado sistema de creencias y valores, si se fomentaban determinadas prácticas y a su vez identificar los mensajes relacionados con estos objetivos.

Las revistas femeninas

Se considera que la cultura de masas femenina está representada en estas revistas de acuerdo con lo analizado por Naomi Wolf⁵. Así es que la relación que establece una mujer con su revista es diferente a la establecida entre un varón y la suya.

"A lo largo de la historia, es factible encontrar múltiples interpretantes del Objeto mujer, del cual la revista femenina es uno de ellos, por cuanto toma algunos aspectos de ese Objeto y construye a su vez un nuevo Objeto mujer."⁶

En un mundo hegemonizado por una mirada androcéntrica las revistas femeninas deben realizar el "esfuerzo" de dirigirse a las mujeres, referirse a sus problemas específicos, hablar de las cuestiones que a ellas les interesan. Se constituye entonces un producto único entre los consumos populares.

Las revistas femeninas hacen recomendaciones a sus lectoras a través de un diálogo con ellas. Se les pide opinión, y sobre todo, a través del correo de lectoras, las revistas se van convirtiendo en guías espirituales, en las consejeras de experiencia, en las que se confía. El tono de marcada complicidad es denominador común en estas publicaciones.

La publicidad en estas revistas es siempre atractiva e invita a la imaginación. Las ilustraciones son muy cuidadas y los mensajes directos en el sentido de reforzar "el eterno femenino". "La publicidad que crea la cultura de masas femenina y la hace posible se basa en que las mujeres se sientan lo bastante mal frente a su cara y su cuerpo como para estar dispuestas a gastar mucho dinero en productos sin valor o que provocan sufrimientos, mucho más dinero del que gastarían si se sintiesen innatamente bellas."⁷

5. WOLF, Naomi (1991) *El mito de la belleza*. EMECE, Madrid. p. 90

6. ALONSO DE SOLIS E. (1993) *Recetas para ser y parecer mujer*, Ed. Universitaria, Posadas. pág. 22 y 23

7. WOLF, op. cit. p. 107

Las revistas femeninas proliferaron junto con el aumento del nivel educativo y adquisitivo de las mujeres de la clase media baja y de la clase obrera. En Argentina hay una larga tradición de prensa femenina, por ello no sorprende encontrar, hacia mediados de la década del '40, un considerable número de revistas dedicadas a las mujeres. Cada publicación perfilaba su forma y su contenido según sus destinatarias, cubriendo los diferentes sectores del mercado.

De acuerdo a las hemerotecas consultadas⁸ eran varias las revistas de circulación en la época: *La Mujer, Femenil, Rosalinda, Para Ti, Maribel, Vosotras, Damas y Damitas y El Hogar*.

El semanario *Vosotras* era de consumo masivo y llegó a tener 230.000 ejemplares de circulación; este dato ha sido proporcionado por la Sociedad de Distribuidores de Diarios y Revistas y afines, privilegiándose esta fuente, ya que el Instituto Verificador de Circulaciones suele abultar los datos por fines publicitarios de las editoriales.

Los mensajes de la revista *Vosotras*

Vosotras, a diferencia del resto de las revistas nombradas, se dirigía al colectivo femenino, con una inclusión explícita de las mujeres trabajadoras. En sus páginas no aparecen las frecuentes referencias elitistas, propias del resto de las publicaciones.

Para analizar cómo la revista refleja los postulados de las políticas públicas del peronismo y con el objeto de registrar las variaciones en los mensajes emitidos por la publicación, antes del ascenso del peronismo y durante sus diferentes etapas, se tomó el período 1940-1960.

Vosotras expresa hacia 1940 lo que podríamos llamar reivindicaciones feministas "Nosotras mismas debemos estudiar nuestros propios problemas y encontrarles la solución, para luego proponerla a quien corresponda. Si no nos empeñamos en esa tarea cada vez más lejanas se verán las aspiraciones de liberación."⁹ Este es también el discurso imperante en los países en guerra: se valora la participación de la mujer en el mercado de trabajo mostrándola como un modelo a seguir.

Durante la contienda bélica la revista se refiere a la actuación de las mujeres en la misma, cubriendo un variado arco que va desde el elogio a las señoras Roosevelt y Wilkie por el apoyo brindado a sus esposos¹⁰, hasta la mención de la participación de mujeres en las comisiones de ayuda para la escuela de pilotos¹¹.

Un tema frecuentemente analizado es el del trabajo para el mercado, tomán-

8. Se trata de la Hemeroteca de la Biblioteca Nacional y la Hemeroteca de la Biblioteca del Congreso de la Nación.

9. *Vosotras* No. 225. 19 de Enero de 1940. p. 74

10. *Vosotras* No. 269, 15 de noviembre de 1940 p. 24

11. *Vosotras* No. 270, 29 de noviembre de 1940 p. 74

dose como ejemplo la participación de mujeres en una fábrica de armamentos británica¹², se enuncia: "La emergencia corroboró lo que la mujer sabía por sí."¹³. Esta frase corola la referencia respecto a los cargos de mayor responsabilidad a los que las mujeres europeas habían accedido durante la guerra.

En la Argentina algo estaba cambiando...el 10% de las solicitudes para ingresar a la Junta Argentina de Aviación eran de mujeres¹⁴. Sin duda esto se debía al aliento brindado por la figura de Carola Lorenzini, de cuyas "proezas" la revista siempre se hace eco¹⁵.

Eva Perón es otro personaje mencionado frecuentemente, "la mejor amiga de la mujer argentina"¹⁶. Se la relacionaba en general con temas referidos al trabajo: la inauguración del Hogar de la Empleada¹⁷ o la coronación de la Reina Nacional de Trabajo¹⁸. Eva aparece realizando labores sociales y políticas, acompañada por Perón u otros funcionarios. Una demostración más de la importancia que Eva tenía para la revista se expresa en los días posteriores al 26 de julio de 1952. Durante cuatro números la revista apareció con la franja de luto y dedicó sentidas notas necrológicas con excelente material fotográfico que ilustran los momentos del sepelio y rememoran la vida y la lucha de la Primera Dama argentina¹⁹.

Además de hacerse eco de los temas políticos *Vosotras* abordó la cuestión social, particularmente la función del trabajo asalariado. La acción de las Asociaciones de Empleadas siempre fue elogiada²⁰. Se destacó también la acción de Monseñor de Andrea a favor de las "obreras de la aguja"²¹ y comparando a la Argentina con los Estados Unidos se hacía referencia al avance de las mujeres en el empleo industrial²².

La problemática de la mujer trabajadora era analizada también en función de la doble jornada que ella debía realizar, destacándose el peso que esta situación implicaba²³. Se valoraban el trabajo doméstico y las múltiples estrategias que las mujeres debían llevar adelante para cumplir con sus funciones en el hogar y además trabajar para el mercado.

La sección titulada "Semanario Femenino" imitaba a las revistas femeninas estadounidenses de la época y en su contenido expresaba los valores del feminismo maternalista imperante en Europa en el período entreguerras. Dicha

12. *Vosotras* No. 258,6 de septiembre de 1940 p.77

13. *Vosotras* No. 235 29 de marzo de 1940, p. 75

14. *Vosotras* No. 267 8 de noviembre de 1940, p. 4

15. Por ejemplo el No. 229 en el que se menciona su vuelo por las catorce provincias.p. 74

16. *Vosotras* No. 756 21 de abril de 1950, p. 16

17. *Vosotras* No. 742 13 de enero de 1950, p. 63

18. *Vosotras* No. 759 12 de mayo de 1950, p. 63-64

19. *Vosotras* Nros. 875 a 878, 1 al 22 de agosto de 1952.

20. *Vosotras* No. 290 18 de abril de 1941, p. 74

21. *Vosotras* No. 274 27 de noviembre de 1940, p. 72

22. *Vosotras* No. 291 25 de abril de 1941 p. 74

23. *Vosotras* No. 286 21 de marzo de 1941 p. 70-71.

corriente reclamaba a la vez que derechos sociales y políticos para las mujeres, el reconocimiento social a la maternidad²⁴. " La mujer Argentina debe apretar sus filas para consensuar la aprobación definitiva de su plan, que comprende el otorgamiento de los derechos políticos, la sanción de legislaciones especiales para la protección de la mujer que trabaja, la atención de los hijos y muchos otros puntos por demás importantes"²⁵. En ese mismo año se hicieron reiterados llamados a formar asociaciones femeninas a favor de los derechos civiles, recordando el caso de la Provincia de San Juan donde ya estaba establecido el voto femenino y llamando a estrechar vínculos con las mujeres del interior del país²⁶. En marzo de 1946 una extensa nota plantea que "Todo hace creer que el voto para la mujer será una de las primeras leyes que sancione el nuevo congreso. Voto que cuenta, además, con el auspicio de los dos nombres postulados para la Presidencia de la República", se explica que éste es un derecho legítimamente ganado. "Y entonces, madres e hijas, hermanas y esposas, maestras, mujeres de hogar, profesionales, artistas, las mujeres de todo el país, irán a los comicios, con la misma decisión, con idéntico fervor con que han ido, a lo largo de estos años difíciles, a los puestos más destacados del movimiento que quería recuperar por nosotros el goce de todas nuestras libertades."²⁷

A menudo se promovió la unión para "obtener la liberación de la mujer por medio de la igualdad de derechos"²⁸. La revista difundía, a través de sus notas, información acerca de la legislación para trabajadoras con hijos lactantes y realizaba críticas a los establecimientos en donde no se respetaban los derechos de las obreras. Bregó por el aumento de la natalidad a la par que anunciaba con júbilo el inicio del pago de una asignación a las familias numerosas pobres. Se exhortaba a crear institutos para albergar y cuidar a los hijos de las mujeres pobres que debían trabajar²⁹. Reclamaba por el principio de la igualdad del salario para los mismos trabajos.

Se exaltó el valor de la educación profesional como el medio para dignificar el trabajo femenino, al tiempo que se mencionaba que La Unión Argentina de Mujeres había organizado una exposición acerca de la mujer en la vida nacional, con el objetivo de "mostrar la obra silenciosa y constante realizada por la mujer en pro del mejoramiento social y material, su participación en la educación, en todas las artes, en la industria, en las investigaciones científicas, en las actividades de asistencia social, en los deportes y en fin , en toda otra manifestación en la cual se haya revelado con netos caracteres el temperamento y la capacidad femeninos."³⁰

24. BOCK, G. (1993) "Pobreza femenina, derechos de las madres..." en *Historia de las mujeres* bajo la dirección de G. Duby y M. Perrot. Tomo 5. Taurus. Madrid. págs 415 a 433

25. *Vosotras* N 240 8 de mayo de 1940. p. 74

26. *Vosotras* No. 227 2 de febrero de 1940, p.74

27. *Vosotras* No. 545 8 de marzo de 1946, págs 4 y 5.

28. *Vosotras* No.276 10 de enero de 1941 p. 74

29. *Vosotras* No.539 25 de enero de 1946, p.67.

30. *Vosotras* No. 294 15 de mayo de 1941 p. 74

Una nota de 1946 explica que en los laboratorios científicos hay tantas investigadoras como investigadores³¹. Asimismo se promovió el concurso literario de Consejo Nacional de la Mujer y se llevaba adelante una campaña para que se acrecienten los espacios verdes metropolitanos para el esparcimiento de los niños y las niñas³².

En 1947 el Semanario Femenino pasó a llamarse Tribuna Femenina. Una de sus preocupaciones centrales de principios de 1948 la constituyó el tema del voto, y se anunciaba que dicho tema se transformaría en la pregunta de convocatoria en el mes de diciembre de ese año. La Tribuna Femenina desapareció como sección en el mes de abril y la anunciada convocatoria quedó trunca.

La desaparición de la mencionada sección coincidió con la aparición de otra sección llamada "Memorias de un peluquero". El contenido de la misma está en las antípodas de su antecesora. Consta de relatos frívolos, sobre moda y convenciones sociales, siendo la única sección en la que un varón da consejos íntimos y ejemplares a las mujeres.

El conjunto de las publicidades era básicamente institutos de enseñanza, de productos de maquillaje y tocador, siguiendo en importancia los alimentos, la vestimenta y calzado y por último los artefactos domésticos. Estos anuncios fueron creciendo en número e importancia a lo largo del período, incitando al consumo de productos de la creciente industria argentina, acompañando las políticas del Estado que fomentaban la "vuelta al hogar"³³ y mostrando que estos productos facilitaban la tarea doméstica .

La extensión de los planes de vivienda para sectores populares hizo que numerosas familias accedieran a su casa propia en este período, cambiando así hábitos y costumbres, en especial en relación con la higiene, el uso del espacio y en las relaciones en la vida privada.

Si bien la revista acompañó a principios de los años 40 la participación de la mujer en el mercado de trabajo ya hacia 1948 el modelo femenino que presenta se ajusta más al ama de casa pequeño burguesa propietaria o quizás inquilina. Dicha mujer debía poseer una casa con instalaciones sanitarias, sala y dormitorios para los diferentes miembros de la familia. Lo novedoso del semanario es la valorización del trabajo doméstico ayudando a racionalizar los esfuerzos, a organizar horarios, en un verdadero intento de aplicar la forma de organización científica del trabajo al interior del hogar³⁴. " La magnífica obra de estas heroínas anónimas, las amas de casa que trabajan constantemente y duramente para que todo marche sobre rieles ¡A valorar, entonces, su labor!"³⁵.

Estas tendencias a racionalizar el trabajo del hogar es lo que se denomina

31. *Vosotras* No. 536 4 de enero de 1946, p. 67

32. *Vosotras* No.537 11 de enero de 1946 págs. 66 y 67

33. BIANCHI,S (1993) "Las mujeres en el peronismo".... en *Historia de las mujeres* bajo la dirección de G. Duby y M. Perrot. Tomo 5. Taurus. Madrid. pág 703

34. RYBCZYNSKI, W. (1990) *La casa*. Sudamericana. Buenos Aires

35. *Vosotras* N° 592. p. 61

ingeniería doméstica. Hacia principios y mediados de este siglo las obras de Catherine Beecher, Lillian Gilbreth y Christine Frederick analizaron y difundieron la idea de otro tipo de confort, el que estaba en función de la practicidad y de la eficiencia en el trabajo. El objetivo era el ahorro de tiempo y de esfuerzo. En esta racionalización el uso del espacio cumple un rol central. Se estudiaron científicamente los movimientos que se debían efectuar para la realización de las diferentes tareas domésticas. Así se "enseñó" a generaciones y generaciones de amas de casa cómo hacer más eficiente su labor.

Al igual que las teóricas estadounidenses que hemos nombrado, las redactoras de *Vosotras* no ponían en cuestión el hecho de que sea la mujer quien debiera realizar las tareas domésticas. "La cocina es algo así como el baluarte de la mujer. Estudie los movimientos que usted hace día a día..."³⁶ y de esta forma se explicaba como racionalizar los esfuerzos. Grandes empresas como Philips y Molinos Río de la Plata incorporan estos elementos a sus publicidades. Para Longvie la imagen de una feliz mujer diciendo "En la cocina mando yo" era un buen recurso publicitario.

El ama de casa comenzó a ver facilitadas sus tareas domésticas con algunos productos que se fabricaban en esos años: cocinas a gas de kerosene, a gas natural o envasado, enceradoras, lavarropas con rodillos automáticos, heladeras a hielo y eléctricas, planchas eléctricas, licuadoras y batidoras. Estos artefactos servían para simplificar y facilitar las penosas tareas del hogar: cocinar con carbón, limpiar el fogón, lavar la ropa en piletones, comprar diariamente los alimentos, etc. La revista *Vosotras* enseñó a sus lectoras a incorporar exitosamente, planificando las tareas, los nuevos artefactos que sus páginas ofrecen y publicitan.

Frecuentemente se mencionaba el día de la limpieza, llegando a sugerir, como en las edades Media y Moderna, que se realice una "Gran limpieza general de primavera"³⁷. Esta tradición tenía sentido cuando esta gran limpieza se realizaba después de que las casas habían permanecido cerradas y sin limpiar durante todo el invierno. Se unían así viejas tradiciones con nuevos ordenamientos como la instauración del día semanal de planchado, día de encerado, día de lavado. Así nos enteramos de que "El lavado de la ropa es una ciencia que todas conocen, pero que no todas conocen bien"³⁸ y entonces se explicaba dicha ciencia paso a paso apoyándose en la experiencia de las lavanderas profesionales e incluyendo el uso de los nuevos productos de limpieza (jabones, desinfectantes, blanqueadores) y familiarizando también a las amas de casa con las nuevas máquinas de lavado.

Estos cambios registrados en el discurso tenían una fuerte apoyatura en las imágenes. A principios del período se observan fotografías, dibujos y pinturas

36. *Vosotras* No. 990 15 de octubre de 1954, p.54.

37. *Vosotras* No. 989 8 de setiembre de 1954, p.53.

38. *Vosotras* No.733 11 de noviembre de 1949, p. 74.

que mostraban mujeres activas. En el caso de tratarse de actividades laborales, ellas se situaban en talleres u oficinas. Hacia el fin del período las imágenes se mostraban más estáticas, y se reflejaban mayoritariamente mujeres realizando actividades domésticas. Las fotografías de Eva Perón también registran este cambio. Hacia 1950 las fotografías que aparecían son del tipo protocolar, reemplazando a las informales.

Al principio del período la maternidad aparecía sólo como un valor social, sin tener en cuenta los aspectos médicos de la misma. Hacia fines de los años 40 esto se revirtió y son frecuentes las notas del Doctor Ulises aconsejando cuidados especiales para la embarazada. Entre las publicidades, distinguiéndose de los ya tradicionales avisos de parteras, aparecieron anuncios de clínicas integrales de ginecología, obstetricia, neonatología y pediatría. Esto ilustra el pasaje a una maternidad mostrada como "natural" pero medicalizada en los hechos, tal como lo demuestran los manuales de obstetricia y ginecología de la época³⁹.

En este período se implementaron numerosos planes materno infantiles. La salud de las mujeres y de los niños pasó a ser una responsabilidad del Estado, protegida por la Constitución de 1949⁴⁰ y los Planes de Gobierno. La función social y política de la maternidad es manifestada expresamente por la revista. En ese año *Vosotras* proponía que en lugar del día de la madre se celebrase el día de la solidaridad maternal⁴¹. La nupcialidad fue favorecida por subsidios, préstamos por casamiento, incremento del salario familiar y por la adjudicación de viviendas. Asimismo se buscó incrementar la natalidad mediante campañas nacionales de fomento, protección de la embarazada, a través de los citados planes materno-infantiles, represión del aborto y el estímulo económico mediante subsidios, también se facilitaron las exenciones impositivas en concepto de carga de familia.

El aparato legal argentino se actualizó en este sentido. La legislación sigue el rumbo marcado por el proceso socio político. La Ley 14.367, promulgada el 11 de octubre de 1954, tiende a la no discriminación de los hijos nacidos fuera del matrimonio. La Ley 14.394 sancionada el 30 de Diciembre de 1954 completa la legislación anterior: se elevó la edad mínima para el casamiento, se protegió al la madre trabajadora y se creó la figura del bien de familia.

Al respecto, *Vosotras* abunda en consejos para llegar a ser lo que en la

39. GIBERTI, E. (1992) Parto sin temor: el poder que perdemos. En A.M. Fernández " Las mujeres en la imaginación colectiva". Paidós. Buenos Aires.p. 277-280.

40. La Constitución de la Nación Argentina sancionada en 1949 establece como aporte dogmático que "se incorporaron los derechos sociales, denominados "especiales" y que son los siguientes: del trabajador, de la familia, de la ancianidad y de la educación y de la cultura." El apartado II del capítulo II establece art. 1 "El Estado protege el matrimonio, garantiza la igualdad de los cónyuges y la patria potestad."art. 2 "El Estado formará la unidad económica familiar, de conformidad con lo que una ley especial establezca." art. 3 "El Estado garantiza el bien de familia conforme con lo que una ley especial determine." art 4 "La atención y asistencia de la madre y del niño gozarán de la especial y privilegiada consideración del Estado."

41. *Vosotras* No. 729 14 de octubre de 1949, p. 3

época se consideraba una buena mujer. Un listado muy didáctico enumeraba las quejas que los varones tienen para formularles a las mujeres: Tener demasiada independencia, exceso de diversiones, gestos varoniles y ser exigentes y despreciativas, amantes de las diversiones, poco previsoras, poco maternales, frívolas, muy ambiciosas y gastadoras⁴². Se enumeraban también los defectos que los varones no perdonan a las mujeres: ser mandonas, rezongonas, maledicentes y la tendencia a mostrarse como incomprendidas⁴³. Ser mujer se relaciona claramente con ser madre. Con una lectura atenta, cualquier mujer podría alejarse de estos "defectos" y esforzarse en parecerse más al ideal femenino soñado por los varones.

"Todo un destino de la compañera del hombre tiene el mismo fin: hacer, crear, dar vida, confort y belleza. (...) Eso que están aprendiendo tus hijas, a través de esa primera receta de cocina. Eso, que es mucho más que cocinar, como creen los que no saben ver un poco más lejos."⁴⁴

Así el varón, dueño del ámbito público, se sentía al regresar a su hogar sin lugares propios para hacer o estar, volcándose a los espacios de socialización masculina (bares, clubes, etc.). La revista aconsejaba, resolviendo el latente conflicto por los espacios en el hogar. "Los hombres son cómodos, no por naturaleza, sino porque así los han acostumbrado. Comience por darles la comodidad que esperan y desean. (...) De sobra sabemos que las "débiles mujeres" tienen en la vida la carga más pesada. Pero si alguien tiene la culpa son las costumbres...y contra ellas nada puede hacerse. ¡ A luchar pues, por la felicidad, aunque la felicidad dependa de un buen zurcido o un asado a punto!"⁴⁵.

Este es el marco en el que *Vosotras* refuerza el modelo de mujer madre ama de casa, sin desaparecer por ello el modelo de la mujer trabajadora. Es ella la exitosa trabajadora de cuello blanco, que alcanzó el ascenso social merced a la capacitación. Hemos mencionado la profusión de avisos y de notas respecto a las posibilidades de formación en escuelas y cursos. El trabajo en las actividades terciarias se hizo deseable para las jóvenes de la pequeña burguesía y de la clase obrera. Se inculcaron en las niñas profesiones y oficios "femeninos", de servicio a los demás: maestra, enfermera, asistente social, secretaria, etc. Este proceso se verifica al estudiar las estadísticas, observándose un crecimiento del empleo femenino en el sector terciario.

Observamos entonces que para las mujeres se privilegia la pertenencia al espacio privado. Asimismo la actuación en los ámbitos públicos (Mercado de trabajo, Partido Peronista Femenino y Fundación Eva Perón) responde claramente a lo que conocemos como la privatización de los ámbitos públicos.

42. *Vosotras* No.693 7 de enero de 1949, págs.14 y 15

43. *Vosotras* No.695 21 de enero de 1949, p. 14 y 15

44. *Vosotras* No.883 26 de setiembre de 1952 p. 2

45. *Vosotras* No.598 14 de mayo de 1947 p.59.

Consideraciones finales

Durante los primeros gobiernos peronistas se observa un fenómeno de características originales para la historia argentina: trabajadoras y trabajadores articularon su identidad a través de la ciudadanía. Ambos conceptos estuvieron, a su vez, impregnados de nuevas características.

Un elemento a destacar es la incorporación masiva de mujeres al mercado de trabajo, tanto en el sector secundario como en el terciario, con la consiguiente formación de un mercado de trabajo más femenino. En una sociedad en la que el trabajo era un valor que dignificaba, aglutinaba y otorgaba identidad, las mujeres activaron su participación.

Íntimamente relacionado con este fenómeno, ubicamos la obtención del sufragio femenino. Este antiguo reclamo encontró eco en una coyuntura en la que la mujer, a través de su integración a los diferentes espacios de la esfera pública, resignificaba su protagonismo.

Se logró entonces el reconocimiento de un umbral mínimo de derechos, a través de los cuales se indicaba la pertenencia al sistema social. Se amplió así la ciudadanía al tiempo que se lograban reivindicaciones específicas de las mujeres, actuando en la lucha política, social y cultural.

Esta irrupción masiva en el mundo público provocó cambios en el colectivo femenino, poniendo en peligro el delicado equilibrio que existe entre las obligaciones que los ámbitos privado y público demandan a las mujeres.

El peronismo supo, desde su discurso y desde sus políticas públicas, garantizar que estos cambios fundamentales no lleguen a alterar el orden patriarcal.

Habiendo “escuchado” atentamente a *Vosotras*, se puede decir que la publicación se ajusta al modelo paradigmático de revistas femeninas estudiadas para el período. Respetando la moral establecida, ofrecía un respaldo a sus lectoras, casi todas ellas de sectores populares, las que habiendo accedido masivamente a la lectoescritura la practicaban en mayor número que los varones, en especial a través de la lectura de folletines y revistas femeninas de las que disfrutaban en la medida en que no les implicase una violenta ruptura con sus pautas morales.

A partir de estas consideraciones generales, se pueden diferenciar dos vertientes en el mensaje de *Vosotras* que corresponden a dos momentos diferentes. Durante los años de la Segunda Guerra Mundial el discurso se adaptó a la necesidad de la incorporación de la mujer al mercado de trabajo sin descuidar sus roles tradicionales, siendo una expresión del feminismo maternalista. En este sentido la revista evidenciaba la influencia de medios gráficos estadounidenses, a la par que registraba la realidad de las trabajadoras argentinas. Dicha realidad fue analizada en artículos y notas que promocionaban las demandas de los derechos laborales, políticos y sociales. El protagonismo de las trabajadoras de las distintas ramas de la actividad, junto con el frecuente registro de las apariciones de Eva Perón en sus funciones sociales y oficiales es muestra de ello. En esta etapa la publicación adoptó un discurso pro-mujer que cambió notablemente hacia 1947.

En el segundo período la revista privilegió claramente al ama de casa como modelo femenino para sus lectoras, adhiriendo a las políticas de "regreso al hogar" impulsadas desde el gobierno.

El ama de casa pasó a servir al sistema político y social a través de su nuevo rol de "guardiana del hogar". A su vez, las tareas domésticas fueron revalorizadas, se las consideraba un verdadero trabajo y como tal se sugerían formas de sistematización y organización de las mismas.

Sin embargo es posible vislumbrar en algunos artículos y publicidades la existencia de otro modelo femenino: un nuevo ideal de mujer. Se trata de la empleada de oficina quien podría conciliar armoniosamente el trabajo extradoméstico con el doméstico.

Se puede decir entonces que la fuerza y el alcance de los mensajes emitidos por estas publicaciones estaban íntimamente ligados tanto a la demanda del mercado de trabajo, como a las múltiples vías de difusión del discurso oficial.

Un nuevo modelo de mujer se estaba perfilando, entre la casa y el trabajo, entre el prejuicio y la liberación, entre el espacio público y el privado. El estudio de la historia y de la antropología del género llevará a la profundización de estas cuestiones, tomando rumbos aún no indagados y reinterpretando aquellos que siguen siendo las bases de nuestras actuales discusiones.