

“Primer Congreso de estudios sobre el peronismo: la primera década”

“Espacios sociales y visibilidad de las mujeres. Los casos de *El Hogar y Mundo Argentino* (1946-1955)”

Alejandra de Arce  
Universidad Nacional de Quilmes  
[adearce@alu.unq.edu.ar](mailto:adearce@alu.unq.edu.ar)

## Resumen

El presente trabajo pretende incluirse en el estudio de la sociedad y la cultura durante la primera década peronista. Desde los discursos de J. Perón y de M. Eva Duarte de Perón se interpela a las mujeres acerca del cumplimiento de sus roles de ama de casa, esposa y madre, se las representa como “reinas” del espacio doméstico. La alternativa de independencia económica que se les ofrece es la costura a domicilio, los trabajos sociales o educativos, sin descuidar “sus responsabilidades de género”.

La ciudadanía femenina (ley 13010/47) y la igualdad de derechos, deberes y garantías de la libertad personal que se incluye en la Constitución en 1949 marcan un cambio; sin embargo, este “status político participativo” no significa una modificación inmediata de las ideas y mandatos culturales subyacentes a las relaciones de género tradicionales.

Este estudio se propone contribuir a la comprensión de las construcciones simbólicas en torno al género, fundamentales para interpretar la circulación de significados y valoraciones acerca de la presencia de las mujeres en los espacios públicos y privados, que se (re) producen discursivamente en la prensa argentina; en este caso a través de las revistas *El Hogar y Mundo Argentino*, entre 1946 y 1955.

## **Introducción**

El presente estudio pretende contribuir al conocimiento del lugar que ocupan las mujeres en la vida social argentina durante la primera década peronista, atendiendo a los significados que adquieren sus actividades en las interacciones sociales concretas. El objetivo principal es describir, analizar e interpretar los significados y valoraciones sociales de la presencia de las mujeres en los espacios públicos y privados que se (re) producen discursivamente en la prensa argentina. En este caso a través de las revistas *El Hogar* y *Mundo Argentino*, entre 1946 y 1955 desde una perspectiva que entienda el género como valor cultural.

Si “la historia es ordenada por la cultura, de diferentes maneras en diferentes sociedades, de acuerdo con esquemas significativos de las cosas...”[es porque también] “...los esquemas culturales son ordenados por la historia, puesto que en mayor o menor grado los significados se revalorizan a medida que van realizándose en la práctica.” (Sahlins, 1997:9). En este sentido, el género se entiende como un elemento central de la dimensión simbólica de las prácticas sociales y las expectativas de rol como resultados de la interacción entre construcciones simbólicas legitimadas por el discurso dominante y las prácticas sociales concretas. El análisis procurará relacionar los contextos históricos con los discursos que se reconstruyen en las fuentes.

Comprender que el género “alude a las formas históricas y socioculturales en que varones y mujeres interactúan y dividen sus funciones”, es entender que “...varían de una cultura a otra y se transforman a través del tiempo”(Aguirre 1998 en Batthyány, 2004 –online-). Esta concepción nos permitirá interpretar desde una mirada histórica aquellas representaciones culturales que circulan en los discursos sociales. Joan Scott (2003) sostiene que las representaciones en relación al género se pueden relevar en: símbolos y mitos –que evocan representaciones múltiples-; conceptos normativos –doctrinas religiosas, educativas, científicas, legales y políticas-; instituciones sociales –parentesco, familia, mercado de trabajo, instituciones educativas y políticas- e identidades subjetivas. El análisis de las fuentes revela significados asociados al género, en relación a la construcción de la diferencia entre los sexos y a las significaciones ligadas al poder.

## **Tareas y espacios “femeninos” y “masculinos” ¿Hombre público, mujer doméstica?**

Las estructuras de prestigio están en la base de las asignaciones simbólicas en relación a las tareas y los espacios legitimados para cada género (Fernández 1994; Ortner y

Whitehead, en Lamas, 1996). En este sentido, ya que los sistemas de prestigio son determinados histórica y culturalmente, los espacios sociales delimitados *para lo femenino y lo masculino* son variables.

Por espacio privado se entiende “la esfera de la vida doméstica, el mundo del hogar y la familia, es decir, aquello que la modernidad significó como la privacía (y consideraremos espacio público al)... espacio del Estado y sus instituciones, de lo político, del mercado, como también agentes y organizaciones involucradas en los intercambios de estas áreas” (Fernández 1994: 133).

En el contexto del Estado moderno, se ha asociado el ámbito público a los saberes racionalizados y especialistas, al ejercicio efectivo del poder, y el ámbito privado a los saberes prácticos y los sentimientos. Y en la medida que los saberes racionalizados y especializados han cobrado mayor prestigio social, el espacio público también lo ha hecho, en detrimento del privado. La creencia compartida de que las mujeres son “dueñas” del saber práctico -tradicional y heredado- y los hombres de la inteligencia y la eficacia, pilares del conocimiento “racional”, se ha limitado -desde el discurso hegemónico- el alcance de los roles de mujeres y hombres, asociándolos a espacios sociales determinados.

P. Halperin (2000) se refiere a un proceso de resignificación de los ámbitos privado y público en la Argentina a principios del siglo XX, razón por la cual no establece diferencias tajantes entre ambos. La autora intenta ver el modo en que se reconstruyen, resignifican y desestabilizan en el marco de un imaginario de la época en el cual estas instancias no pueden ser desligadas de la oposición entre lo “masculino” y lo “femenino”.

Finalmente, esto lleva a pensar que las representaciones que vinculan a las mujeres al espacio privado perviven en los significados culturales en tensión con aquellas que promueven la participación en el espacio público, a través de su reproducción en las prácticas sociales y en su difusión a través de los múltiples discursos que circulan socialmente enlazados, en un *orden del discurso*<sup>1</sup> que se construye y reconstruye históricamente, en tanto que éstos “... instituyen, ordenan, organizan nuestra interpretación de los acontecimientos y de la sociedad e incorporan además opiniones, valores e ideologías” (Martín Rojo, 1997:4)

---

<sup>1</sup> La definición de discurso, sus efectos sociales y la perspectiva de abordaje del *Orden social de los discursos* se tomará L. Martín Rojo (1997) que se encuentra vinculada a una corriente de investigación de Análisis Crítico del Discurso (ACD) y retoma el concepto de *orden del discurso* de M. Foucault

Dicho orden se conforma en la proyección de las diferencias de poder, status y autoridad que constituyen las jerarquías sociales. A la par, y dado el carácter transformador del discurso, la producción discursiva es intervenida mediante la regulación y el control de la circulación. La primera tiende a silenciar los discursos desestabilizadores y a quitarles autoridad en tanto saber acerca de la realidad social. Así, los grupos dominantes asignan una valoración mayor a ciertas variedades discursivas y los medios de comunicación reproducen el orden discursivo y la legitimación, silenciando otros discursos.

La regulación y normalización de los discursos implica que la transmisión persuasiva de conocimientos sobre la sociedad y los saberes conduce a un segundo momento en el proceso de control: la interiorización de las representaciones de la sociedad del discurso dominante. Los discursos serán comprendidos en su doble condición, como textos que reflejan -de alguna manera particular- realidades sociales de su contexto y como dispositivos de poder de grupos sociales determinados, influidos ideológicamente, que pretenden motivar en sus destinatarios ciertas concepciones, valores y significados culturales.

### **Las revistas y el análisis de la realidad social**

Las revistas de circulación masiva, en tanto fuentes históricas, condensan discursos legitimados socialmente. Contribuyen a la construcción de espacios de socialización y subjetividades profundamente nuevos (Anderson, 1993). En la Argentina, este proceso se vio reforzado a principios del siglo XX por "...una fuerte alfabetización (que) colaboró con el desarrollo de la prensa escrita (...) Por esto, por ser la Argentina el tercer país del mundo que gozó de una ley de alfabetización y por el ascenso de la clase media como fuerte compradora de material impreso, crece en el país la adquisición de diarios y revistas."<sup>2</sup> (Ulanovsky, 1997:35).

Así, las revistas de interés general, por sus objetivos, propuestas y alcance, y en tanto constituyen un espejo donde se reflejan (i) lenguajes cotidianos, interpretaciones e imágenes de la realidad, (ii) debates de intelectuales y políticos del período, y (iii) valores, pautas de conducta, lenguajes y modelos culturales compartidos por amplios sectores sociales, van conformándose entonces en un espacio de socialización privilegiado (Girbal-Blacha, 2006).

Presentan una mayor flexibilidad que los periódicos para adaptarse rápidamente a las exigencias de sus consumidores, abordando múltiples temas de la vida cotidiana pero

---

<sup>2</sup> Véase también Eujanian A., *Historia de revistas argentinas 1900-1950. La conquista del público*, AAER Buenos Aires, 1999.

“...que adolecen de lo efímero de la noticia periodística...Más que el libro e incluso que las revistas literarias, (estas revistas se constituyen en el) tamiz a través del cual ciertos tópicos propios de la cultura letrada llegaron a los sectores populares...”(Eujanian, 1999:95). A partir de esta relación entre las revistas como soporte y los destinatarios como público definida por Verón (2004) como “contrato de lectura”, puede afirmarse, que “...la historia de los grandes diarios, revistas y periodistas es también la historia de cada momento de la vida social, política, económica y cotidiana del país” (Ulanovsky, 1997:11).

### ***El Hogar y Mundo Argentino***

La elección de las revistas *El Hogar* y *Mundo Argentino* para el análisis de significaciones y valoraciones de la presencia de las mujeres en los distintos espacios sociales se basa, entonces, en estas afirmaciones sobre su legitimidad como “testigos/testimonios” de épocas y concepciones históricas que cambian y continúan en la intertextualidad de los discursos. Tanto *El Hogar* como *Mundo Argentino* son publicaciones del emprendimiento editorial de Alberto M. Haynes<sup>3</sup>. Ambas revistas trascienden los vaivenes de la política y las rupturas institucionales argentinas hasta llegar a los inicios de primer gobierno de J. Perón como dispositivos dirigidos a un público entre familiar y femenino –atendiendo a un proceso de especialización de los/as lectores/as (Eujanian, 1999)-, pero de distintas posiciones sociales. En el caso de *El Hogar*, las/os destinatarias/os pertenecen a los estratos medios-altos y altos de la sociedad argentina mientras que el público de *Mundo Argentino* es más diverso y alcanza a los sectores medios y populares, si bien la distinción entre ambos parece deberse más a los temas relevantes para cada publicación, que a la diferencia de precio entre ellas<sup>4</sup>. Ambos semanarios<sup>5</sup> responden al proyecto de su creador de “hacer revistas parecidas a la vida cotidiana”, que contemplan y reflejen los gustos, costumbres y hábitos de sus destinatarios/as, al tiempo que contribuyen a la construcción/divulgación de representaciones culturales en torno a los espacios de acción de las mujeres y varones legitimados en las estructuras simbólicas entre 1946 y 1955.

---

<sup>3</sup> Alberto M. Haynes, de origen británico había llegado a la Argentina en 1887 como empleado del Ferrocarril Gran Oeste Argentino. Sin experiencia periodística previa, edita *El Consejero del hogar*, que en 1904 se constituirá en la primera revista de la empresa que devendrá en uno de los primeros multimedios, que agrupa diarios, revistas y cadena de radios en nuestro país. *Mundo Argentino* aparece por primera vez en 1911 (Eujanian, 1999; Girbal-Blacha, 2006 Ulanovsky, 2005)

<sup>4</sup> En 1946, el precio de *El Hogar* es de \$ 0. 50 ctvs. m/n y el de *Mundo Argentino* \$ 0.40 ctvs. m/n. Hasta 1949, se mantiene esta relación y desde 1951, *El Hogar* duplica el precio de *Mundo Argentino* (\$2-\$1)

<sup>5</sup> *El Hogar* había comenzado como publicación quincenal.

## **Dos peronismos**

Desde 1946 hasta 1949, el principio de acción política del Presidente Juan Perón es la persecución del ideal de pleno empleo, el aumento de los salarios reales y el cambio en la distribución del ingreso. “Si la guerra había sido industrialización y empleo, la inmediata posguerra de Perón iba a ser un aumento acelerado del nivel de actividad en todos los sectores vinculados al mundo urbano, un incremento inédito de las remuneraciones populares y un salto en la participación de los trabajadores en el ingreso... los estratos sociales más sumergidos experimentaron la multiplicación en el poder de compra de sus ingresos y las clases medias accedieron a un conjunto de nuevos bienes que implicaron un salto de calidad en su confort” (Gerchunoff y Antúnez 2002: 129).

Al mismo tiempo que el Estado consolidaba su rol dirigista, planificador y benefactor, impulsaba el Primer Plan Quinquenal (1947), sosteniendo con el IAPI y el crédito al sector agrario afectado por la coyuntura adversa; financiaba la industria por medio del Banco de Crédito Industrial Argentino. El partido peronista “verticalista, monolítico y personalista, (crecía) regido por... tres ideas fuerza (que) alientan su doctrina y afirman a Juan Domingo Perón en el poder: Justicia social, Independencia económica y Soberanía Política” (Girbal-Blacha y otros, 2004: 70).

Desde la enunciación de las *20 verdades del peronismo* y desde el *Manual del peronista*, con destacable uso de los medios de comunicación masiva para su difusión y a través del texto de la *Constitución Nacional* reformada en el año 1949, el lenguaje de la *Justicia Social* y la “etapa de las concesiones” plantea para el Estado un rol paternalista: los beneficios que debe asegurar integran el canon *salario para comer, habitar y vestirse*. La ayuda social la desempeña fundamentalmente la Fundación Eva Perón.

Los pilares de la *Nueva Argentina* operan desde el discurso de confrontación dirigido por el líder, quien construye una relación de identificación con el pueblo donde “...obliga a los sectores sociales a definirse políticamente...” (Girbal-Blacha y otros, 2004: 71).

El control de la circulación de los discursos opositores, desestabilizadores se basa en una tensa relación entre Perón y los medios desde 1943. La persecución, suspensiones y clausuras alcanzaron a gran cantidad de diarios y revistas que se negaban a difundir la información oficial proveniente de las múltiples oficinas de prensa, dependientes de la Subsecretaría de Informaciones<sup>6</sup>, dirigida desde 1949 por Raúl A. Apold. Estas regulaciones llegan hasta la Editorial Haynes al ser intervenida y comprada por el grupo Alea S.A, integrándola así a la llamada “cadena de diarios”, que responde al partido

---

<sup>6</sup> Decreto n° 12.937/43, firmado por el Gral. Ramírez. (Gené, 2005)

gobernante (Gené, 2005; Espínola, 2001; Ulanovsky, 2005; Vazquez Lucio, 1987). De esta manera, las diversas revistas, el diario y la radio que conforman esta empresa editorial, se adaptarán –cada uno a su modo- a esta situación.

### **Mujeres en la *Nueva Argentina***

La obtención del derecho al sufragio sucedida el 23 de septiembre de 1947 (ley 13010/47) y la igualdad (formal) de derechos, deberes y garantías de la libertad personal que se incluye en el capítulo II de la reformada Constitución Nacional en 1949, institucionaliza una lucha que se viene librando en el ámbito político y legislativo desde principios del siglo XX (Barrancos, 2005; Navarro, 2002; Bianchi y Sanchís, 1988). Esto conlleva una gran presencia de mujeres votantes en las elecciones de 1951 y la entrada de 106 legisladoras peronistas - en total en el territorio nacional- dentro del Estado. Este nuevo *status participativo* (de praxis política), que supuso un gran cambio en relación a posturas anteriores<sup>7</sup>, no significa una modificación inmediata de las ideas y mandatos culturales subyacentes a las relaciones de género tradicionales.

Entre 1946 y 1955, *El Hogar* continúa constituyendo un espacio donde se visibiliza la presencia de las mujeres argentinas. Desde sus tapas a color con ilustraciones de figuras femeninas, publicidades, fotografías y notas –inclusive como protagonistas de las tiras cómicas- este medio (re) produce significaciones y valoraciones diversas acerca de las tareas y espacios comprendidos como “femeninos” y “masculinos”. *Mundo Argentino*, complementa la mirada de *El Hogar*, incluyendo en sus tapas a color, fotografías de actrices argentinas e internacionales. Las mujeres que aparecen en este medio intentan mostrar la vida cotidiana de sus destinatarios/as y sus intereses.

#### **¿Entre el hogar y la calle?**

Acorde con el público al que está dirigida, *El Hogar* es un reflejo de la vida social de la élite porteña. Así, las páginas centrales se dedican a fotografiar y comentar, semana a semana, los enlaces matrimoniales y fiestas más destacadas de las familias renombradas de Buenos Aires. La repercusión de estos eventos, ligada a su difusión pública revela la importancia de la unión matrimonial para el reconocimiento social y como factor primordial para la formación de la familia. La construcción del papel de esposa, dueña de

---

<sup>7</sup> “Uno de los cambios importantes ocurridos en la sociedad argentina durante la primera presidencia del General Juan Domingo Perón fue el ingreso masivo de las mujeres al mundo de la política. Este proceso se inició con la ley de sufragio femenino...y tuvo como eje y agente propulsor la transformación de Eva Perón, esposa del presidente, en Evita, una de las grandes figuras políticas femeninas del siglo XX”. Navarro, M. “Evita” en Torre, J.C.(dir.), *Nueva Historia Argentina. Los años peronistas (1943-1955)*, Bs.As., Sudamericana, 2002.pp.315.

casa y madre aparece constantemente ligado a las concepciones tradicionales de las relaciones de género que vinculan a las mujeres al ámbito privado-doméstico.

Como ya se ha señalado, *Mundo Argentino*, intenta fidelizar un lectorado de clase media y popular (más ligado a esta última) y que tiene otras preocupaciones, intereses, necesidades y recursos para satisfacerlas. Si bien reproduce cuenta con una sección periódica de modas, consejos de belleza, figurines y recetas, también se hace eco de otras realidades cercanas a sus lectoras.

En diciembre de 1946, la nota central de la revista se titula “Para damas solamente”. Aquí, se exalta el interés de cuatro jóvenes “futuras colectiveras”, a quienes enseña Amalia Salminci, que ha recibido de la Dirección de Tránsito, el registro profesional de conductora de automotores a sus dieciséis años. Esta señorita se desempeña como instructora en la academia de choferes de su padre, y ha propuesto a la Intendencia Municipal de la Ciudad de Buenos Aires un proyecto de ramal de colectivos para “damas solamente”. Las palabras de la muchacha<sup>8</sup>, expresan un indicio de cambio en la concepción de los papeles que se atribuyen culturalmente a las argentinas: “Ya sé que ha cierta gente anacrónica no le gusta lo que yo hago... ¡Colectivera! ¡Qué horror!... Esas personas ignoran el momento histórico en que viven... las muchachas argentinas de mi generación comprenden perfectamente los problemas nacionales de este momento. El país está adquiriendo un desarrollo gigantesco en todas sus actividades industriales, comerciales y económicas... En los años venideros nadie podrá dedicarse a la ociosidad ni a la contemplación. La mujer argentina deberá trabajar y producir a la par del hombre en las ciudades y en los campos. ¿Quién manejará los cincuenta mil camiones de todos los tipos que ha adquirido el gobierno? ¿Quién mantendrá la actividad de las fábricas que se están construyendo en todo el país para elaborar y manufacturar las inagotables de materias primas que produce nuestro suelo, nuestros ríos y nuestros mares? Esta inmensa tarea para la grandeza, prosperidad y bienestar de la patria necesita también muchas operarias.”(Mundo Argentino<sup>9</sup>, 11/12/1946:39)

En el caso de las mujeres retratadas en *El Hogar*, su visibilidad queda asociada a su privacidad, al mayor perfeccionamiento de sus cuerpos, al cuidado de su figura y de los detalles. La educación de las hijas y de “las buenas maneras de comportarse” se incluye en una sección que perdura hasta fines de los ’40 con el nombre de “pequeñas causas,

---

<sup>8</sup> El texto de la nota está construido como entrevista, donde las respuestas de Amalia Salminci quedan diferenciadas de las palabras del entrevistador. Los términos –referidos a la obra de gobierno- que utiliza podrían ser fruto del énfasis puesto en la educación durante el primer peronismo, aunque también podrían haber sufrido algún “retoque” de los editores.

<sup>9</sup> En adelante citaré: MA: *Mundo Argentino* y EH: *El Hogar*

grandes defectos”. La belleza, el cuidado de la figura estilizada se propone/impone desde la sección “salud+gracia+expresión=belleza” con ejercicios y lecciones y también desde las publicidades de ropa interior.

El número extraordinario de fin de año en 1946 se dedica a las naciones americanas, donde las mujeres desempeñan tareas de “señorío y acción” como “embajadoras”: “la mujer ocupa un lugar de excepcional importancia en la diplomacia...los vínculos familiares y afectivos que mantiene...con su patria...su señorío para *recibir y agasajar* en el pedazo de patria que constituye la sede de la representación diplomática, su discreción, contribuyen a la solidaridad americana...” (EH, 20/12/1946, cursivas añadidas). En esta nota se destacan los “atributos femeninos” como medios de acción “política”, vinculando el hogar con la función pública de los esposos. Además, se incluyen fotografías de las mujeres argentinas que son esposas de primeros mandatarios latinoamericanos, entre las cuales aparece la figura de Eva Perón en el centro de la escena, aunque sólo en su calidad de “señora de”.<sup>10</sup> La visión de *Mundo Argentino*, por el contrario acerca de la inclusión de las mujeres en la vida pública, puede entreverse, por ejemplo, en la celebración de la incorporación de mujeres en los altos cargos de las Naciones Unidas, como sujetos políticos activos y en lugares de alta responsabilidad.

Las tensiones entre “lo moderno y lo tradicional” están presentes en los discursos publicitarios que intentan convencer a las mujeres del consumo de productos que expresen su “modernidad”. En cambio, una serie de ensayos que escribe Luis Reissig desde diciembre de 1947, revelan aspectos de la impronta tradicional con que se piensa la educación de las mujeres, quienes recientemente han obtenido el derecho a sufragar. Sin ninguna alusión a este respecto, estos textos versan sobre la vinculación de la vida del hogar con el afuera en una clara dirección: desalentar la salida de las mujeres de los hogares, realzando la importancia de los roles de ama de casa-esposa y madre, mostrándoles el poder que en esta posición ejercen y en la cual les conviene permanecer. “La mayoría de las mujeres prefiere la casa a la calle, la vida privada a la pública” (EH, 16/1/1948: 8) pues “ la maternidad, posible o realizada, regula lo esencial de la vida de la mujer. Trabajo, estudio, acción pública o privada, se ejecutan de tal o cual manera, o no se ejecutan de acuerdo al punto en que se encuentra la mujer en cuanto a aquel hecho.” (EH, 30/1/1948: 4).

En torno a estas ideas, donde *la familia es la base de la nación*, jurisdicción del reinado femenino, y tratando de guiar las concepciones de las destinatarias acerca de la

---

<sup>10</sup> Esta forma de referirse a Eva Perón –como “esposa de...” o en alusión a su vestuario, es señalada por Espínola (2001)

vinculación “del hogar y la calle”, Reissig afirma que: “al tener obligaciones familiares muy serias que cumplir sin pausa sabe (la mujer) que no dispone de la libertad absoluta para preterirlas o dejarlas momentáneamente de lado...” pero si las mujeres insistieran en querer actuar en la vida pública la respuesta que se presenta es la de “...actuar desde la vida privada pero con sentido social...” (EH, 30/1/1948:4). De esta manera, su acción civilizadora, de educación y de administración repercute en la comunidad: “¿no véis que el hombre lleva a la plaza pública las ideas que ha oído de las mujeres en el rincón del hogar?” (EH, 18/4/1947:s/n).

La organización de instituciones de beneficencia y de ayuda social son vistas junto al magisterio, como prolongaciones del “sentido de hogar” y como formas de acción pública legitimadas <sup>11</sup> que no modifican el curso de vida de sus participantes, quienes prefieren el trato social, familiar o de vecindario. Estos emprendimientos estrictamente femeninos, que se encuadran en el lenguaje del patriotismo, son destacados por *El Hogar*, como en el caso del cincuentenario de la Asociación “Pro Patria” presidida por Mercedes Pujato Crespo, institución de asistencia social cuyo local fuera cedido por el General Perón desde el Ministerio de Guerra. (EH, 23/4/1948:10-11). Si bien las entidades de beneficencia y ayuda social no parecen ser consideradas (dentro de los significados de la época) nada más que como extensiones de los roles del hogar, podríamos pensar, siguiendo a Gil Lozano, Pita e Ini (2000) que estas acciones de las mujeres de la élite “permiten señalar su autonomía y activismo”, una forma de apropiarse de espacios extrahogareños no estrictamente ligada a control de los varones. En este caso, toda la organización de la Asociación “Pro-Patria” es desempeñada por mujeres, sin nombrarse en la nota integrante masculino alguno.

La presencia de Juan Perón, Eva Perón o de asuntos vinculados a la política nacional no son hechos “noticiales” para *El Hogar*, al menos con la vigencia e intensidad con que se desplegarán sus imágenes luego de 1950. Las alusiones a la pareja presidencial están mayormente vinculadas a fiestas y agasajos, donde lo que merece destacarse -para conocimiento de las lectoras- son los detalles de vestuario, y la intimidad de los eventos, en el mismo tono en el que son tratadas las páginas centrales, donde las “damas de la élite” son protagonistas. Un comportamiento similar se observa en *Mundo Argentino*, respecto al Presidente y su esposa. Sin embargo, en la primera página de la revista se incluyen bajo el título “Cosas del momento”, noticias de la actualidad nacional, entre las cuáles se encuentran novedades del mundo rural argentino. A diferencia de *El Hogar*,

---

<sup>11</sup> Es interesante agregar que aquí lo “público” no remite estrictamente a la acción política ni gremial, que son caracterizadas como violentas.

donde la vida en el campo es asociada al ocio o tiempos vacacionales, *Mundo Argentino* se refiere regularmente a realidades regionales y sobre la importancia de la producción agraria y de las fiestas regionales. La inclusión de una sección permanente sobre hidroponía (forma de cultivo, sin tierra como sustrato) y las publicidades de semilleras, trasladan la preocupación por las actividades de huerta fomentadas entre las familias rurales. Así también lo señala la publicidad de los contenidos de *Mundo Agrario*<sup>12</sup>, perteneciente a la misma editorial.

El discurso publicitario ofrece diversas representaciones de lo que se espera de las mujeres, a través de la especificidad de sus consumos. En *El Hogar*, se promocionan por un lado, una gran cantidad de productos referidos a la belleza: aquí cremas, lápices labiales, perfumes y ropa concentran los artículos de lujo para mujeres que reparten su tiempo entre el ocio y la vida social. Por otro lado, la enorme cantidad de electrodomésticos que seducen con sus bondades y las máquinas de coser para “mujeres hacendosas” entre las que se destacan las de Singer y Necchi, colman las páginas de *El Hogar*, aunque mayormente en las últimas páginas de las revistas. Los artículos para el cuidado del bebé y algunas lecturas para niños también están presentes, pero en menor frecuencia. En cambio, en *Mundo Argentino*, la maternidad y los productos para bebés y niños adquieren mayor relevancia, junto a notas sobre puericultura, educación y salud. La relación amas de casa-electrodomésticos “salvadores” es similar en ambas revistas, donde las mismas marcas ofrecen sus productos. La importancia del ahorro y de la economía doméstica se observa singularmente en las publicidades de alimentos: “La cualidad que el hombre prefiere...que sea económica...El hombre valora en la mujer la virtud de la economía, porque con ésta le revela que sabe interpretar los intereses que él estimula con su esfuerzo. Identificarse con ellos y cuidarlos, es dar prueba de afecto sincero. La mujer económica conoce perfectamente lo que significa cocinar con Aceite único...” (EH, 20/8/1948:s/n).

Si bien los espacios y tareas que se reservan a las mujeres, desde el discurso publicitario en *Mundo Argentino*, son muchas veces coincidentes con los de *El Hogar*, es en aquel

---

<sup>12</sup> Sobre *Mundo Agrario*, véase, Gutiérrez T. (2002) “El peronismo y el “Mundo agrario”. Una visión sobre el agro argentino, 1949-1955” en *Mundo Agrario. Revista de estudios rurales*, n° 4, primer semestre, Centro de Estudios Histórico Rurales: Universidad Nacional de La Plata (online) <http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar>

medio donde los avisos que promocionan distintas academias de aprendizaje presencial o por correspondencia, cobran protagonismo. Así, la Universidad Popular Sudamericana (cursos comerciales, industriales, escuela de dibujo, cursos para el hogar, escuela politécnica, escuela de agricultura), las Escuelas Latino-Americanas (sección comercial, técnica, textil, radio, industrial, química, idioma, dibujo, femenina, especial) y Academias Pitman (enseñanza comercial), promueven la educación de varones y mujeres para su futuro desempeño laboral. Los diversos cursos atienden a trabajos domésticos y extradomésticos<sup>13</sup>.

### **Nuevos discursos y prácticas políticas: (1950-1955)**

En 1950, Perón opera un cambio de rumbo económico y discursivo. Las dificultades económicas internas –sequías, muerte de ganado, etc.- se suman a la caída de precios por cambios internacionales que conllevan a la disminución de volúmenes de producción y exportación agropecuaria. Así, el discurso y la mirada de Perón se vuelven hacia el campo. Un reflejo de esta nueva visión y acción política se encuentra en el Plan de Emergencia Económica Nacional (1952), el cambio de orientación del IAPI y la propaganda pública que interpela al ciudadano a “*consumir menos y producir más: producir más para vivir mejor*”. La lucha contra la hiperinflación queda representada en el anuncio presidencial que explica que para acceder a la estabilización, los salarios, los precios y las tarifas públicas quedarían congelados por dos años, relacionando las futuras negociaciones a la evolución de la productividad. Consecuentemente, el Segundo Plan Quinquenal se basa en tres principios básicos: “Organización, planificación y racionalización” (Girbal-Blacha y otros, 2004: 103).

El gobierno decreta –en 1950- que todos los medios deben llevar en cada publicación la leyenda “Año del Libertador General San Martín”, cuestión a la cual *El Hogar y Mundo Argentino* adhieren –la Editorial Haynes ya forma parte de la “cadena” controlada por el peronismo- a la vez que la primera dedica dos números especiales de homenaje al “Gran

---

<sup>13</sup> las mujeres que se vinculaban al mercado laboral (externo al hogar) eran cada vez más: “según el censo de 1947, en el sector secundario (industria, especialmente) trabajaban 408.087 mujeres y 1.387.167 hombres. En el sector terciario (comercio, comunicaciones, etc.) trabajaban 115.633 mujeres y 1.901.245 hombres” (Vitale –online-). Para 1950 “la participación de la mano de obra femenina en la actividad fabril se calcula en un 32% y se concentra en los rubros: textil, docente, servicio doméstico, comercio, sanidad, bancos privados y costura a domicilio” (Girbal-Blacha, 1997). Aún así, “las trabajadoras asalariadas no contaron con una política específica que contemplara sus necesidades y las equiparara a los hombres. En términos generales las condiciones de trabajo para las mujeres durante el peronismo cambiaron en la medida en que fueron cambiadas las de los hombres, pero las desigualdades entre los géneros no fueron eliminadas (...) las diferencias salariales entre hombres y mujeres no desaparecieron...”<sup>13</sup> (Navarro 2002: 352).

Capitán” (EH, 18/8/1950) Dentro del número extraordinario, se insertan relatos que dan protagonismo a las mujeres argentinas en la vida de San Martín y en la vida nacional, como también narraciones heroicas del pasado y la construcción de la Nación.

Los temas de la política aparecen en la primera página de *El Hogar* dentro “los temas del momento” que durante estos años comienzan a narrar-informar sobre concepciones/acciones del gobierno acerca de diversos temas, sección que guarda gran similitud con las “Cosas del momento”, que siguen inaugurando cada revista *Mundo Argentino*. Al mismo tiempo, los asuntos de la política nacional y la acción social vinculados con la Fundación Eva Perón encuentran amplia difusión, donde los hogares de tránsito son presentados como “solución de los problemas sociales”. Allí –explica la nota- “...la mujer realiza algunas tareas domésticas, tales como lavado, planchado y conservación de su ropa y la de sus hijos, de manera tal que no pierda su personalidad de ama de casa, y en esa forma, bajo la directa guía del personal del establecimiento,...va encaminándose hacia una nueva vida...” (MA, 31/5/1950:34-35)

El acto eleccionario de 1951 es declamado por *Mundo Argentino* como “comicios ejemplares, (en los que se) volcó la ciudadanía en casi su totalidad. Hombres y mujeres estuvieron presentes...muchos agoreros sostenían que la mujer, por su tradición secular de prescindencia política o por razones de orden personal, ofrecería un espectáculo negativo...estas presunciones han fracasado en toda la extensión del país, pues en todas partes la mujer se ha mostrado a la altura de la fe depositada en ella por quien tanto luchó por conseguirle la igualdad cívica: la señora Eva Perón.” (MA, 21/11/1951:4)

La victoria de Juan Perón en las elecciones de 1951, se incluye en *El Hogar* en una nota con grandes fotografías y elocuentes titulares: “El pueblo celebra la gran victoria”, “Voluntad de un pueblo. Perón 4.651.976”, “Niños, mujeres y hombres reunidos en un solo clamor: Juan Perón y Eva Perón. Festejando la victoria”<sup>14</sup>; “El significado de un voto” (reproduce la fotografía de Eva votando en el hospital<sup>15</sup>) Pero, aún así la página central está dedicada a la documentación fotográfica de un enlace. Es interesante remarcar aquí que el público al que se dirige la revista sigue siendo el mismo, que pertenece a la clase a la que el gobierno confronta discursivamente. A lo largo de estos años, *El Hogar* sigue retratando sus viajes, compromisos, novias y vida social, lo cual

---

<sup>14</sup> “El pueblo, el verdadero pueblo argentino, el de nuestras mujeres, hombres y niños laboriosos, se hizo presente una vez más, el 16 de noviembre para hacer públicos su alegría y su reconocimiento por los resultados de las recientes elecciones nacionales, resultados que para ellos se condensan en dos nombres maravillosos, Juan Perón y Eva Perón. (EH, 23/11/1951)

<sup>15</sup> Con casi las mismas fotografías *Mundo Argentino* titula el evento: “Desde su lecho de enferma, la Señora Eva Perón supo cumplir con su deber cívico” (MA, 23/11/1951)

contrasta con la actitud laudatoria de las obras del gobierno peronista y de sus figuras. Mientras tanto, *Mundo Argentino*, dirige su mirada a las noticias de actualidad cultural de Buenos Aires y del interior del país, produce un espacio de divulgación sobre temas de la ciencia y de la medicina, combinados con las noticias cinematográficas que continúan apareciendo. Los acontecimientos políticos y la publicidad del gobierno peronista se intercalan entre los temas de la vida cotidiana.

Las publicidades comienzan a mostrar, en ambas publicaciones, además de las mujeres-madres-amas de casa, a aquellas que deben conciliar el trabajo doméstico con el extradoméstico, la mujer sentada a la máquina de escribir en la publicidad de “jabón Ombú”, expresa: “Ombú a lavar...y yo a trabajar” donde el producto es presentado como una “perfecta lavandera: trabajadora, eficaz y económica” (EH, 18/8/1950:89; MA, 31/5/1950:28). Al igual que en el período precedente, una multitud de electrodomésticos se suman, para facilitar las “tareas” del hogar. Al mismo tiempo, proliferan los avisos de distintos tipos de máquinas de coser y tejer de variadas marcas que difunden las bondades de ganar dinero, sin por ello tener que salir del hogar. Esto coincide con el discurso gubernamental sobre el fomento de estas actividades, y los créditos brindados para tal fin. El mensaje peronista sobre necesidad del ahorro y la disminución del consumo recae sobre las responsabilidades femeninas vinculadas a la administración del hogar.

El trabajo femenino extradoméstico es tema de una nota en las páginas centrales de *El Hogar* en 1952 que interroga: *¿Qué trabajo podría elegir?* Relata y fotografía a cuatro mujeres tomadas como ejemplos de profesiones legitimadas: M. Antonieta Gilbert, abogada especializada en asuntos de familia “quien no sólo conoce sino que sabe sentir la reacción de una mujer ante la vida; Silvina Luro Pueyrredón, instrumentista, inteligente, sensible y concentrada, “su utilidad...noble...(por ayudar) a los seres postrados por el dolor a que sufran menos”; Isabel Aguirre Naón, teatro vocacional dedicado a beneficios y por último, Cecilia Palacio, presentada como hija del dibujante Lino Palacio y nieta de Félix Pardo de Tavera, es egresada y docente de la Escuela Nacional de Bellas Artes (EH, 23/5/1952). A estas profesiones pueden sumarse otras como enfermeras, mucamas, escritoras, folcloristas, peinadoras, secretarias que aparecen en distintos lugares de ambas publicaciones. Los ofrecimientos de cursos de corte y confección, de cosmetología y de piano, son otras iniciativas que pueden emprender las mujeres, de acuerdo a su presupuesto, mientras realizan las tareas del hogar.

La asunción del segundo mandato de Juan Perón, el 4 de junio de 1952 es titulada por *El Hogar* como “un día memorable” y recibe una cobertura amplia y detallada del evento. A

través de los objetivos de los fotógrafos/as se puede apreciar la monumentalidad del suceso y la participación popular y militar. Asimismo, se reproducen fotografías y se documenta la asunción de Carlos Aloé –quien fuera interventor de la editorial Haynes– como gobernador de la provincia de Buenos Aires. De aquí en más, la presencia de Aloé en el escenario político será relevada semanalmente por *El Hogar* (EH, 13/6/1952)<sup>16</sup>. La muerte y funerales de Eva Perón se imponen como temas centrales que ocupan gran parte de las notas de estas revistas en agosto de 1952. *El Hogar*, en señal de duelo y homenaje se suspende la publicación del número extraordinario de este año. La muerte de Eva, logra desestructurar esta revista, y desplazar de las páginas centrales a las damas porteñas, ocupando la “Jefa espiritual de la Nación” este lugar exclusivo en cada aniversario de su fallecimiento, hasta 1955.

En diciembre de 1952, desde *El Hogar* se da publicidad al Segundo Plan Quinquenal, donde se reproducen un gráfico y se interpela a los lectores mostrándolo como “la obra de arte que todos debemos realizar”. En el mismo sentido, *Mundo Argentino*, hace énfasis en la labor conjunta que es necesaria para el éxito de su implementación. La Fundación Eva Perón continúa con sus obras de ayuda social y su accionar es retratado en varias ocasiones.

Los avatares de la política nacional y provincial (esta última con sólo una columna en cada edición) se hacen cada vez más centrales en una revista como *El Hogar* que, recordemos, se dirige a un público femenino. Si bien, los eventos más reproducidos son aquellos que tienen que ver con ceremonias, los problemas del segundo gobierno peronista –económicos y políticos– se abren paso entre las notas sociales características de esta misma publicación. La participación de mujeres en espacios literarios y artísticos –y en manifestaciones de adhesión al Partido Peronista y su líder– dejan entrever cambios y re-significaciones de los espacios de la vida social en relación a los géneros. Estas actividades y la presencia de mujeres en escenarios públicos-políticos se observa en mayor medida en *Mundo Argentino*. Aún así, la representación de las mujeres como madres y guardianas de la economía, salud, educación y valores morales de los hogares argentinos, se enfrenta a estas diversas transformaciones de las prácticas que muestran otros caminos para la construcción de las identidades genéricas.

---

<sup>16</sup> *Mundo Argentino*, comienza a relevar las actividades de Aloé en relación a su candidatura y a su adhesión a los postulados del Justicialismo (MA, 20/10/1951). Luego aparecerá en sus funciones relacionado con los sectores agrarios.

## Reflexiones Finales

A través del análisis crítico de las revistas *El Hogar* y *Mundo Argentino*, se ha intentado revelar aspectos constitutivos de los significados y valoraciones sociales de la presencia de las mujeres en distintos espacios sociales. Así, podemos reconfirmar que el gobierno peronista “confronta (a la mujer) con mayores responsabilidades como ciudadana, pero también con el fortalecimiento de su papel como base de la familia, sin descuidar su contribución al sostén de la economía del hogar desde el trabajo domiciliario” (Girbal-Blacha 2006:102). En este sentido, el mensaje hacia las mujeres es ambiguo: por un lado, defiende la centralidad de la familia, el ahorro y la previsión, donde la mujer es la “dueña de casa” y cumple un rol principal como madre y maestra/ educadora pues es “...depositaria natural de valores indispensables para la transmisión a hijos y alumnos por igual” (Puiggrós 1995:189). Por otro lado, desconoce (¿o reconoce?) las desigualdades en el mundo laboral respecto a criterios de empleabilidad de las mujeres, fomenta su participación electoral y promulga una ley sumamente progresista, posteriormente desechada por decreto de la autodenominada “Revolución Libertadora”, como es la ley que permite, legalmente, el divorcio.<sup>17</sup>

Muchas actividades laborales femeninas tienen continuidad, ya sean artísticas, artesanales, educacionales, de enseñanza religiosa y moral, de tejeduría y costura, etc., al tiempo que el Estado contribuye a generar intersticios que dan protagonismo económico a las mujeres que trabajan pero no se desvinculan del hogar. En este sentido, y gracias a los créditos brindados por el gobierno para tal fin, las mujeres puede considerar que ha colaborado con la misión estipulada para ella: sin olvidar su rol primordial de esposa-madre- ama de casa, puede sumarse al mundo laboral, combatir el desempleo pero sin salir del hogar, sin masculinizarse, cumpliendo el papel asignado para ella en los libretos de la “tradicción nacional”. Estas contradicciones entre discursos y prácticas se evidencian en el análisis de las fuentes.

Evita, se constituye en “mito” de la historia argentina, conjuga en sí misma las contradicciones que subyacen al discurso peronista acerca de las mujeres: por un lado, se encuentran su propia acción política, el rol que ocupa como Primera Dama, su desprecio por las estructuras tradicionales y por las mujeres que ejercían la “caridad”, y por otro, sus recomendaciones a las mujeres para que ocupen su rol de amas de casas, haciendo

---

<sup>17</sup> Ley 14.394/1954. La revista *El hogar* realiza una encuesta, acerca de la visión de algunos especialistas sobre el divorcio entre abril y mayo de 1955. Las posturas son mayormente anti-divorcistas, y contrastan con los avisos clasificados de estudios jurídicos que ofrecen sus servicios asegurando eficacia y discreción. En *Mundo Argentino*, cartas de lectores retoman este tema. Sobre el debate de la ley de divorcio véase Barrancos (2005)

honor a su *maravillosa condición de mujer* y su *irremediable destino* marcado por el hogar, así como sus fuertes críticas contra las feministas. Su participación en la vida política desde el ascenso de Perón al poder, muestra su elección por *el pueblo* (en detrimento de su hogar) y su gran capacidad de liderazgo -aunque dice haberla aprendido de su esposo- pues tiene bajo su mando la Fundación Eva Perón, la CGT, la rama femenina del Partido Peronista, clases de la Escuela Superior Peronista, etc. Eva reunida con sindicalistas, dirigiendo su discurso hacia multitudes y en el centro de las concentraciones proselitistas, captando la atención de miles de hombres y mujeres, reivindica un nuevo lugar para las mujeres en la escena pública, aunque su discurso esté atravesado por una representación de la “mujer-madre-esposa”<sup>18</sup>.

Los espacios sociales y las estructuras de prestigio a ellos asociados, se encuentran en este período en un proceso de resignificación. La obtención de la ciudadanía, la institucionalización de la práctica política (en sentido estricto, que ya venían efectuando muchas mujeres desde otras opciones partidarias) entra en contradicción con los mandatos del hogar y la familia tradicional. A la discusión sobre el trabajo femenino extrahogar, se suma aquella sobre la militancia y el sacrificio –en tiempo y esfuerzo- que ello supone para las mujeres lejos de sus hogares.

Ambas fuentes (re)construyen, cada una a su modo y de acuerdo a su público, concepciones –muchas veces en tensión- acerca de las relaciones de género y de las divisiones de espacios y tareas entendidos como masculinos y femeninos, entre 1946 y 1955.

## **Bibliografía**

### **Fuentes**

*El Hogar*, Buenos Aires: Ed. Haynes. 1946-1955.

*Mundo Argentino*, Buenos Aires: Ed. Haynes. 1946-1955.

### **Bibliografía general**

Anderson, B., *Comunidades Imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, FCE, México, 1993.

Aguirre, (1998) en Batthyány, K. (2004)., *Cuidado infantil y trabajo ¿un desafío exclusivamente femenino?* (en línea), CINTEFOR, Montevideo, 2004. En [www.cinterfor.org.ar](http://www.cinterfor.org.ar) consultado el 1/8/2008.

Barrancos, D.(2007), *Mujeres en la sociedad argentina. Una historia de cinco siglos*, Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

---

<sup>18</sup> Eva misma aparece al *amparo de los humildes*, como el *hada argentina*, con auras angelicales, y un sentimiento de maternidad ampliado hacia los pobres, niños y ancianos, al auxilio de quienes no tienen protección.

- Bianchi, S y Sanchís, N., *El partido Peronista Femenino*. Primera y Segunda parte (nº208 y 209), Buenos Aires: CEAL.
- Espínola, C. (2001), "El Hogar. La mujer y la política con la llegada del Peronismo", en *Historia de las Revistas Argentinas*, Tomo IV, Buenos Aires: AAER.
- Eujanian A.(1999), *Historia de revistas argentinas 1900-1950. La conquista del público*, Buenos Aires: AAER.
- Fernandez, A (1994): *La mujer de la ilusión. Pactos y contratos entre hombres y mujeres*. Buenos Aires: Paidós.
- Gené, M. (2005), *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo. 1946-1955*, Buenos Aires: FCE.
- Gerchunoff, P. y Antúnez D.(2002), "De la bonanza peronista a la crisis del desarrollo" en Torre, J.C., *Nueva historia Argentina. Los años peronistas (1943-1955)*, Sudamericana, Buenos Aires.
- Girbal-Blacha, N. (coord.), Zarrilli, A. y Balsa, J., *Estado, sociedad y economía en la Argentina (1930-1997)*, UNQ, Bernal, 2004.
- Girbal-Blacha, N., *Los lenguajes de la crisis en la Argentina de los años '30*, en *Estudios Sociales* 30, revista universitaria semestral, Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe, año XVI, primer semestre 2006, pp. 43-68.
- Girbal-Blacha, N., "Nacimos para constituir hogares. No para la calle". La mujer en la Argentina peronista (1946-1955). Continuidades y cambios" en *Secuencia*. Revista de Historia y Ciencias Sociales 65, México, Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, Mayo-Agosto de 2006.
- Girbal-Blacha, N.(1997): "Mujer Argentina: el hogar o la fábrica. De costureras y tejedoras en la Argentina Peronista (1946-1955)" en *Revista de Ciencias Sociales*, Vol. 6, septiembre, Quilmas, pp.217-230.
- Girbal-Blacha, N. y Quatrocchi-Woisson, D. (1999), *Cuando opinar es actuar. Revistas argentinas del siglo XX*, Buenos Aires: Academia Nacional de la Historia.
- Halperín, P. y Acha, (2000) O, *Cuerpos, géneros e identidades*, Buenos Aires: Ediciones del Signo.
- Jelín, E.(1998) *Pan y afectos. La transformación de las familias*, Buenos Aires: FCE.
- Lobato, M. (2007), *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*, Buenos Aires: Edhasa.
- Martín Rojo, L. (1997) , "El orden social de los discursos", *Discurso* 21/22; pp.1-37.
- Nari, M. (2004), *Políticas de maternidad y maternalismo político*, Biblos, Buenos Aires.
- Navarro, M. "Evita" en Torre, J.C.(dir.), *Nueva Historia Argentina. Los años peronistas (1943-1955)*, Bs.As., Sudamericana.
- Ortner y Whitehead (1996), "Indagaciones acerca de los significados sexuales", en Lamas, M. (comp) *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual.*, UNAM: México.
- Pautassi, L.(2007), *¡Cuánto trabajo mujer! El género y las relaciones laborales*, Colección Claves para Todos, nº 76, Capital Intelectual, Buenos Aires.
- Puiggrós, Adriana (Dir), (1995) *Discursos pedagógicos e imaginario social en el peronismo (1945-1955)*, Buenos Aires.
- Ramacciotti y Valobra Adriana (comp), *Generando el peronismo. Estudios de cultura, política y género (1946-1955)*, Buenos Aires, Proyecto Editorial, 2004
- Sahlins, M. (1997), *Islas de Historia*, Gedisa, Barcelona
- Scott, J. (2003), "El género: una categoría útil para el análisis histórico." En Lamas, M. (comp) *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual.*, UNAM, México, 1996.
- Ulanovsky, C. *Parén las rotativas. Historia de los grandes medios, diarios, revistas y periodistas argentinos*, Espasa Calpe, Buenos Aires, 1997.
- Vázquez Lucio, O.(1997), *Historia del humor gráfico y escrito en la Argentina. Tomo 2- 1940-1985*, EUDEBA, Bs. As.
- Vitale, L. Historia de la mujer argentina (en línea) Consultado el 1/9/07 en: [www.rebellion.org/mujer/030822vitale.pdf](http://www.rebellion.org/mujer/030822vitale.pdf)