
Imágenes de mujeres en la cultura ferroviaria. La *Revista del F.C.C.A.* como caso de estudio (Argentina 1911-1915)



Ana Bonelli Zapata

Becaria Doctoral, Centro de Investigaciones en Arte y Patrimonio, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Escuela de Arte y Patrimonio, Universidad Nacional de San Martín, Argentina
abonelli@unsam.edu.ar

Fecha de envío: 12/5/2021. Fecha de aceptación: 7/6/2022

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar la *Revista del Ferrocarril Central Argentino*, entre 1911 y 1915, desde el foco de los estudios visuales y la historia social de las mujeres. Las representaciones de mujeres aparecidas en la revista entre su primer número y el inicio de la Gran Guerra permiten revelar tensiones entre la supuesta transparencia de las imágenes y la materialidad del impreso, su producción, manipulación y circulación, definiéndolo como un dispositivo cultural, atravesado por los discursos en torno a las diferencias y los roles asociados a los géneros. Consideramos que el ferrocarril y la revista ilustrada funcionaron como instituciones sociales mediante las cuales circularon los símbolos culturales (y los conceptos normativos asociados a ellos). Se intentará, a partir del análisis de las ilustraciones y fotografías de mujeres, comprender de qué manera la imagen impresa reforzó o tensionó esos significados, construyendo una representación de lo femenino dentro de un contexto marcado por la masculinidad.

Palabras clave: estudios visuales; revistas culturales; ferrocarriles; imágenes de mujeres; tecnologías de género.

Images of women in railroad culture. The magazine of the F.C.C.A. as a case (Argentina 1911-1915)

Abstract

The purpose of this article is to analyze the Central Argentine Railway Magazine, between years 1911 and 1915, from the visual studies and the social history of women. The representations of women that appeared in the magazine since its first issue, until

the beginning of the Great War reveal tensions between the pretended transparency of the images and the materiality of the print object, its production, manipulation and circulation, defining it as a cultural device, crossed by discourses about differences and gendered roles. We consider that the railway and the illustrated magazine functioned as social institutions through which cultural symbols (and the normative concepts associated with them) circulated. We intend, based on the analysis of illustrations and photographs of women, to understand how the printed image reinforced or stressed those meanings, constructing a representation of the feminine within a context signed by masculinity.

Keywords: visual studies, cultural magazines, railways, women images, technologies of gender.

Introducción¹

Para las primeras décadas del siglo XX, el Ferrocarril Central Argentino (F.C.A.) se había posicionado como una de las principales empresas ferroviarias a nivel regional. En 1863, habían comenzado las primeras obras entre las ciudades de Rosario y Córdoba, con un fuerte respaldo del Gobierno nacional y en respuesta a las nuevas políticas económicas con foco en la “pampa húmeda” y la consolidación del país como productor de materias primas. Dentro de un contexto internacional marcado por el auge del capitalismo, la segunda etapa de industrialización con el consecuente surgimiento de grandes empresas con vínculos transnacionales, y la conformación de una elite de filosofía liberal, oligárquica y conservadora en el plano económico, la instalación del tendido ferroviario evidenció importantes contradicciones a nivel cultural y político. La importancia que fue tomando la ciudad de Buenos Aires como puerto de ultramar implicó también modificaciones urbanas, tecnológicas y sociales. Los diversos proyectos ferroviarios, privados o estatales, locales o con proyección regional, se insertaron en este particular contexto, en el que los términos de modernidad, tecnología y progreso iban de la mano con la configuración del territorio nacional, a nivel geográfico y cultural.

Si bien el proyecto de un ferrocarril que uniera el río Paraná con la ciudad de Córdoba tenía sus antecedentes en la década anterior, recién en el momento de consolidación del Estado nacional es cuando comenzarán las obras, inaugurándose el tramo completo en 1870. Dos décadas después llegaría hasta el mismo puerto de Buenos Aires, ya convertida en la Capital Federal de la República, transformándose en transporte obligado de personas y mercadería. A partir de ese momento, la compañía, de capitales británicos y con sede en Londres, no dejará de crecer, adquiriendo y fusionándose con otras más pequeñas, llegando a ser una de las cuatro más importantes del país, a nivel de tendido ferroviario y de capital invertido.² Los terrenos por los que pasaba también fueron concedidos a la compañía, de manera excepcional en el contexto argentino,³ generando de esta manera riquezas asociadas a la tierra y a la explotación agrícola, así como el establecimiento de numerosas colonias a lo largo del trayecto.

1 Esta investigación es posible gracias a una beca CONICET, y se inscribe en el proyecto de tesis de Doctorado en Historia, IDAES-UNSAM, en el que me propongo pensar las relaciones entre el desarrollo de la cultura impresa y el mundo ferroviario en el Río de la Plata a fines del siglo XIX y primeras décadas del siglo XX.

2 Las otras tres grandes compañías eran el Ferrocarril del Sud (FCS), el Ferrocarril Buenos Aires del Pacífico (FCBAP) y el Ferrocarril Oeste (FCO). En sus respectivos directorios, que mantenían contactos estrechos con las sedes en Londres, aparecían muchas veces los mismos nombres y apellidos, mostrando la vinculación entre las empresas y la identificación de sus intereses comerciales.

3 Por las posibles razones y consecuencias de esta medida excepcional, ver López (2016: 31).

A fines de 1911, el F.C.C.A. publica el primer número de su revista institucional. El *Central Argentine Railway Magazine* es uno de los primeros *magazines* ferroviarios.⁴ De aparición mensual, estaba dirigido a los trabajadores calificados de la compañía (administrativos e ingenieros, especialmente), quienes encontraban allí información técnica y actualizada sobre las distintas actividades y notas sociales, así como noticias internacionales, ensayos sobre política, economía y cultura y consejos variados sobre jardinería, deportes o salud. La constante aparición de notas o extractos de periódicos extranjeros habla, por un lado, de las características de la propia empresa; pero también remite a intercambios de información posibilitados por las nuevas tecnologías, un cambio en la vinculación con las noticias y las mismas dimensiones tempo-espaciales en un contexto de globalización técnica, económica y cultural, en sus inicios pero en rápido desarrollo. La importante cantidad de las ilustraciones (técnicas, alegóricas o humorísticas) y fotografías que se incluían en sus más de cincuenta páginas (contando también las exclusivas para anuncios, ubicadas al principio y al final de cada número) remite, por un lado, a las posibilidades técnicas de impresión, así como al rol que las imágenes jugaban, diferenciando a la revista de boletines técnicos o administrativos que, en simultáneo, circulaban por los coches y oficinas de la compañía.

Las características de la revista, como veremos, la convertían en un objeto pensado para los trabajadores de origen británico, los que no solo contaban con las capacidades lectoras básicas si no que también comprendían el mensaje y podían sentirse identificados con el mismo. Esto último queda en evidencia al relevar las autorías de imágenes y textos, la mayoría de los cuales era provista por corresponsales de las distintas estaciones, particularmente Rosario y Buenos Aires, que aparecen al mismo tiempo en notas referidas a cambios de personal, o correspondencia entre los empleados.

Además, por su formato y circulación, era posible que los trabajadores criollos con mayor instrucción en las distintas ramas, así como pasajeros frecuentes, accionistas y comerciantes vinculados a la empresa también fueran lectores asiduos de la revista. El precio de venta de la revista durante estos años era de 20 centavos, similar al costo del semanario ilustrado *Caras y Caretas*, de amplia circulación en esta época. Otro periódico de gran circulación y cuyos anuncios aparecen frecuentemente en el *magazine* del F.C.C.A., el *Buenos Aires Herald*, publicaba un número semanal ilustrado cuyo costo era de 30 centavos. Si consideramos que el salario promedio de un obrero era de \$ 100, y que por mes gastaba, aproximadamente, \$ 90 en alimentación, alquiler y viáticos, no era un precio excesivo, aunque tampoco estaba al alcance de cualquier bolsillo.⁵ También se podía acceder por suscripción, aunque el precio por número no cambiaba de esta manera. La oficina estaba en Buenos Aires pero en Rosario existía un agente oficial con sede en los almacenes de la compañía que recibía la correspondencia, artículos o clichés publicitarios. Los pagos de las suscripciones podían hacerse en estas oficinas o a los Jefes de Estación directamente, por lo que asumimos que también podrían conseguirse los ejemplares sueltos en estos espacios.

Desde la portada podemos observar el carácter bilingüe de la revista, ya que el índice de los contenidos aparece dividido entre las secciones en inglés y en castellano. En su

4 Otras publicaciones ilustradas que hemos podido relevar son la *Revista Mensual del BAP* que surge en 1917, la *Revista del Ferrocarril del Sud* en 1925 y, ya en el terreno de los Ferrocarriles del Estado, *Riel* y *Fomento* en 1922. Agradecemos aquí al personal del Museo Nacional Ferroviario Raúl Scalabrini Ortiz, que ha facilitado los ejemplares para la investigación. El Centro de Estudios Históricos Ferroviarios posee una gran cantidad de material, bien preservado y en proceso de digitalización que se torna referente obligado para estos trabajos.

5 Datos del informe correspondiente a 1912 del Departamento Nacional del Trabajo, en base a un promedio de un trabajador del puerto con un buen salario, casado con hijos. En el caso de los ferroviarios, la cuenta es más compleja por la cantidad de profesiones y legislaciones que regulaban los contratos. En los datos relevados se observa una gran diferencia entre los jornales de peones o aprendices y la de los obreros más calificados, el promedio de los primeros era de \$ 2 y el de los que mejor cobraban, \$6 diarios.

interior esta duplicidad se mantendrá de forma constante, tanto en los artículos como en las publicidades. En todo momento, la sección inglesa ocupa las primeras páginas, con predominio de las notas referidas al contexto internacional y al directorio londinense de la compañía. Los anuncios también irán intercalándose, más allá del idioma, entre las diferentes secciones.

Esta dualidad, además de responder a las diferentes nacionalidades de los trabajadores, también pone de manifiesto los intercambios entre ellos. Los operarios, muchos pertenecientes a la clase trabajadora inglesa o escocesa, y muchos criollos de orígenes variados, se cruzaban con la *superioridad*, casi exclusivamente ingenieros británicos, quienes pertenecían a un selecto grupo de profesionales, graduados de las escuelas técnicas de Gran Bretaña, con conocimientos avanzados en la tecnología así como en las novedosas herramientas de gestión que revolucionarían el mundo en la Segunda Revolución Industrial. Si bien, como Laura Badaloni (2016) desarrolla, la convivencia entre estos grupos no era siempre pacífica, en las páginas de las revistas parece tener primacía la armonía del colectivo por sobre los intereses sectoriales. Las notas en inglés ponen el foco en los lazos familiares y en los deberes cívicos de los trabajadores británicos, pero nunca en términos de preferencia. En ambas secciones se suceden notas sociales y deportivas, artículos técnicos y presentaciones de personal. En la sección inglesa, estas últimas presentaciones suelen ser de los mismos ingenieros o de los directores locales o con sede en Londres. En cambio, en la sección en castellano, las presentaciones son por lo general grupales, acompañadas de fotografías del personal en sus espacios de trabajo (estaciones o talleres). De esta manera, las distintas “clases” de trabajadores de la compañía aparecen, pero en un espacio determinado, prácticamente inalterable. Cada sección mantiene una portada especial, con información de suscripciones, comentarios acerca de las notas centrales y respuestas de los editores a la correspondencia recibida. Sin embargo, no aparece información alguna sobre los responsables de la publicación hasta 1918 cuando se incluirá en la contraportada el equipo de redacción con Harold Torre a la cabeza y el listado de corresponsales, incluyendo al “corresponsal gráfico: Sr. Liborio Romera”. Torre había asumido en 1913 como jefe de la recién creada Sección de Publicidad del Departamento de Tráfico, pero ya era jefe del Departamento desde 1906, por lo que no es ilógico pensar que tuvo un rol principal en la creación del *magazine*, particularmente debido a sus relaciones con publicistas y medios gráficos de la época.⁶ Bajo el encabezado con el nombre de la revista en la portada en inglés aparece un verso de un poema del poeta escocés Robert Burns: “*There’s a chiel’s amang ye takin’ Notes*”. Este verso, descontextualizado del poema, podría traducirse como “Hay un joven entre nosotros tomando notas”, aludiendo a los editores como periodistas, testigos de la vida en las estaciones, ávidos de noticias y detalles de lo que ocurre a su alrededor.⁷ La comparación de la revista entre la actitud de un viajero y aventurero del siglo XVIII y la profesión del periodismo en el contexto ferroviario pone de relieve las posibles conexiones culturales que se irán desplegando en el dispositivo. No se trata simplemente de notas financieras o técnicas, si no de la descripción lo más detallada posible (apelando a un discurso propio del periodismo, aún en las secciones más técnicas) de un mundo novedoso,

⁶ Si bien no pudimos encontrar demasiada información sobre Harold Torre, gracias al libro de Sylvester Damus (2008), y datos encontrados en la misma revista, sabemos que comenzó a trabajar en 1893 en el Ferrocarril del Sud, y en 1903 ya aparece como empleado de la Oficina de Tráfico del Central Argentino. Por otro lado, en estos mismos años, lo encontramos como colaborador recurrente en la *Review of the River Plate* y en la *Railway Gazette* (de Londres). En 1934, Torre es reemplazado (seguramente debido a su jubilación) por Giovanni Ramoni (ver Damus, 2008). Algunos de estos datos también pudieron ser rescatados del legajo de Edward Wells (sucesor de Ramoni), existente en el Archivo General Ferroviario del Ministerio de Transporte.

⁷ El poema es de 1789 (*On The Late Captain Grose’s Peregrinations Thro’ Scotland Collecting The Antiquities Of That Kingdom*) y se refiere a un capitán, amigo del poeta, que se ha convertido en un buscador incansable de antigüedades en Inglaterra y Escocia, personaje singular al que el poeta termina invitando un trago para conversar sobre lo que ha visto (ver Burns Federation, 2004).

exótico, en el que el ferrocarril abre el camino, cambiando su entorno, trayendo la civilización y la modernidad, y transformando lo existente, rápidamente, en pasado. Los editores y la propia revista se presentan como traductores y mediadores entre distintas culturas, y, por ello, agentes legitimados a un lado y otro del océano.

Si bien la revista continúa hasta entrada la década de 1920, a partir de 1915 encontramos importantes cambios, tanto en los aspectos formales como en los sentidos desplegados por las imágenes impresas en sus páginas. Estos cambios pueden deberse en primera instancia a la creación de la Sección (y luego Departamento) de Publicidad de la compañía, con la consecuente puesta en común del programa editorial y las estrategias publicitarias, así como a cambios dentro del contexto más amplio de revistas culturales. Desde la década de 1920 la oferta de revistas culturales se diversifica de acuerdo con la ampliación del público lector. A la par, comienza un “proceso de diferenciación” en el que las revistas “expresan al mismo tiempo que producen a estos colectivos [instituciones o formaciones culturales más lábiles], les dan cohesión y contribuyen a forjar su identidad” (Tarcus, 2020: 23). Las revistas ilustradas que surgieron a partir del cambio de siglo le otorgaron un lugar preponderante a la imagen, en particular a la fotografía que, gracias a los desarrollos técnicos del siglo anterior, fue posible compaginar junto con el texto, e incluso permitió generar novedosos diseños de página que ordenaron las posibles lecturas y le otorgaron nuevos sentidos al dispositivo en su conjunto.

En el contexto de publicaciones ferroviarias, debemos considerar además la vinculación entre el dispositivo- revista ilustrada y el dispositivo-ferrocarril, a partir de sus posibilidades de circulación, su relación conceptual con la tecnología, el progreso y la modernidad, y el constante intercambio de sujetos, información e imágenes entre diferentes países. Pensar en las imágenes impresas por las compañías como síntomas, momentos de tensión y ruptura, nos permite cruzarlas con un contexto complejo, a la vez que superar un análisis determinista que las considere simples reflejos de la cultura o agentes autónomos de construcción de sensibilidad. Las imágenes responden en parte a ambas realidades, pero también están inscritas en prácticas de lectura y apropiación específicas, reglas de juego vinculadas a sus modos de producción y circulación, entre otras variables, que las enriquecen. En el caso que nos ocupa, creemos que el espacio ferroviario es el elemento clave para comprender estas prácticas y las reglas que las interpelan.

Sin embargo, más allá de estos movimientos internos del campo gráfico y de la revista en particular, los cambios más fuertes se darán con relación al contenido, tomando cada vez mayor relevancia aquellos referidos a la Gran Guerra: viajes de trabajadores o de sus familiares al frente de batalla, regreso de los heridos, colecta de suscripciones para un memorial en la recién inaugurada Estación Retiro, mensajes de los reyes británicos a sus súbditos, entre otros. Estas nuevas secciones, que tienden lazos con el contexto bélico internacional en el que Inglaterra se verá especialmente comprometida, pondrán también en evidencia, y de manera particular, los nuevos roles que las mujeres comenzaban a ocupar en los ámbitos laborales y culturales.

Dentro de esta amalgama de contenidos textuales y visuales, las representaciones de la mujer nos interesan particularmente por su rol en la construcción de las expectativas sobre el género, en un ámbito profesional marcado por la masculinidad, de la que los textos se harán eco constantemente. Consideramos al *género* como categoría que nos permite un análisis histórico más allá de la mayor o menor participación real de las mujeres en el contexto ferroviario y en la propia revista. En palabras de Joan Scott, el género es “un elemento constitutivo de las relaciones sociales” (2013: 289) y, particularmente, “el campo primario dentro del cual o por medio del cual se articula el poder” (2013: 292). En ese sentido, el ferrocarril y la revista ilustrada, como veremos,

funcionan como instituciones sociales mediante las cuales los símbolos culturales (y los conceptos normativos asociados a ellos) circulan. Comprender de qué manera la imagen impresa reforzó o tensionó esos significados es el objetivo de este artículo.

Las imágenes impresas abren también nuevas posibilidades, una novedosa forma de ver el mundo femenino desde la mirada ferroviaria, hasta entonces manifiestamente masculina. Eran hombres, empresarios, profesionales y extranjeros los productores y lectores preferenciales de los discursos visuales y textuales. Sin embargo, como veremos, esta mirada será permeable a nuevas configuraciones del público, en el que las mujeres irán ganando cada vez mayor terreno. Descentralizar —tomando el concepto de Natalie Zemon Davis (2013)— nos permite repensar lo femenino en un ámbito casi exclusivamente masculino. También nos autoriza, mediante su traslado al campo metodológico, a pensar el lugar de las imágenes en una publicación en la que, en teoría, no eran las protagonistas centrales, pero que, como veremos, ordenarán el discurso, anclándolo en la visualidad.

En palabras de Michelle Perrot: “Producidas por los hombres, estas imágenes [de mujeres] nos dicen, sin dudas, más sobre los sueños o los temores de los artistas que sobre las mujeres reales. Ellas son imaginadas, representadas, más que descritas o narradas” (2009: 10). Las mujeres históricamente han sido representadas desde y para el ojo masculino, convertidas en “objetos simbólicos percibidos” según Pierre Bourdieu (2000: 50), dependientes de la mirada de los demás para su existencia efectiva (dependencia simbólica que, para el autor, se traduciría en una dependencia constitutiva del ser femenino). Creemos que las imágenes impresas en la revista permiten recuperar las tensiones contemporáneas existentes tanto a nivel editorial como dentro mismo del ámbito profesional ferroviario, y las dificultades manifiestas ante los cambios de roles de los géneros en un nuevo contexto político, económico y cultural. Sin negar la posibilidad de agencia y de resistencia de las propias mujeres, nos interesa poner el foco en las huellas acerca de lo normativo, y de los modos en que los cambios experimentados y percibidos en el espacio ferroviario se intercalaron en los discursos ya legitimados, tanto por el rol adquirido por la revista dentro de las estrategias publicitarias, como por el estatus que sus mismos editores y colaboradores poseían dentro de la estructura de la compañía.

Para contextualizar estas prácticas de lectura y agenciamiento del objeto impreso por parte de las mujeres, nos remitimos a los estudios desde la historia social de autoras como Silvana Palermo (2005, 2009) que ha abordado el lugar que ocupaban las mujeres en tanto familiares de los trabajadores ferroviarios o Solange Godoy y Luisina Agostini (2019), habilitando preguntas desde enfoques sociológicos y antropológicos que incluyan conexiones entre distintos actores, dentro y fuera del ámbito laboral. Los trabajos de Mirta Lobato (2001, 2007), Dora Barrancos (2008, 2010) o Graciela Queirolo (2009) también nos permiten contextualizar estas estrategias en una cultura fabril o burocrática, en la que las relaciones entre géneros y entre sujetos y ámbito laboral son fluctuantes e inestables. Como dijimos antes, consideramos al género como una categoría relacional, por lo que también apelaremos a los estudios en cuanto a la masculinidad y el rol ejercido por los trabajadores ferroviarios en cuanto “proveedores” (D’Uva, 2019a, 2019b), así como a las tensiones en cuanto al mismo espacio laboral y sus representaciones. Este último está fuertemente imbuido de normas y regulaciones (explícitas o no) con relación al cuerpo, y las relaciones entre los cuerpos y el espacio productivo acentuaron la desigualdad entre hombres y mujeres (Lobato, 2000: 95). Siguiendo a Ava Baron y Eileen Boris, estos lugares “están socialmente construidos por regímenes discursivos” en los que el uso del espacio está regulado por términos y prácticas disciplinarias (2007: 35). Es por esto que intentaremos analizar estas representaciones con énfasis en la relación que los cuerpos de

las mujeres establecen con el espacio ferroviario y con la propia revista como objeto material y tecnológico.

Creemos que la importancia y las divergencias en las representaciones de las mujeres en el ámbito ferroviario implican tanto cambios tecnológicos como transformaciones en las relaciones sociales. Es por ello que no indagaremos tanto en las especificidades formales de cada imagen, como objetos descontextualizados, sino que las tomaremos como un conjunto heterogéneo e íntimamente relacionado con conflictos sociales a nivel nacional y, como veremos, internacional. Intentaremos abordarlas más allá de sus contenidos formales, y pensarlas en su materialidad (espacio que ocupa en el soporte, relación con el texto, técnicas de impresión y medios de circulación), por lo que se hace necesario analizar en primera instancia la revista, antes de pasar a trabajar con las imágenes en particular.

La Revista como tecnología de género y comunicación

El equipo editorial de la publicación, exclusivamente masculino si consideramos los pocos nombres explicitados, tomó escasamente en cuenta a las mujeres como posibles lectoras, y su mención se hace únicamente como esposas, hijas o madres de los empleados de la compañía. En aquellas secciones en las que se les da lugar, como la descripción de eventos sociales o deportivos, o la presentación de la “familia ferroviaria”, se hace énfasis en la importancia de su rol en el hogar. También es, en este sentido, son destinatarias de los anuncios de medicamentos o artículos domésticos, los que construyen un ideal de espacio doméstico confortable y a la vez humilde.

No aparecen representadas, salvo casos puntuales como veremos, las mujeres trabajadoras de la compañía, ni aquellas que, aun desde su espacio doméstico, se ocupan de observar y tomar nota de los anuncios y artículos económicos para discutirlos y tomar decisiones en conjunto con sus maridos. Esta nueva lectora que surge a fines del siglo XIX, pero que adquiere su carácter más definido en estas primeras décadas del siglo XX, acompaña las luchas en el marco de los partidos políticos y asociaciones gremiales, así como el ingreso de la mujer en una cultura de masas que la interpelará en su diversidad, tanto en cuanto productoras como consumidoras, en la que el cuerpo femenino se conformará como campo de batalla.

En este sentido, nos interesa relevar e interpretar los diferentes modos en que aparecen las representaciones de mujeres en el *magazine*, en su doble condición de revista cultural y publicación ferroviaria. Citando a Teresa de Lauretis: “el género, en tanto representación o autorrepresentación, es el producto de variadas tecnologías sociales y de discursos institucionalizados, de epistemologías y de prácticas críticas, tanto como de la vida cotidiana” (1996: 8). Como “tecnología de género” la prensa gráfica ha construido y reproducido desde sus inicios los roles reservados a hombres fuertes, productores y proveedores y mujeres débiles, consumidoras y receptoras; en el ámbito ferroviario esta dualidad aparece como prácticamente indiscutida, tanto en los discursos empresariales como gremiales. Sin embargo, creemos que en las imágenes es posible encontrar tensiones, que superan y cuestionan de forma temprana estos supuestos. Si las publicaciones ilustradas “sustentaron dispositivos de sumisión de importantes consecuencias prácticas para la vida de las mujeres porteñas de las primeras décadas del siglo XX” (Ariza, 2011: 14), el ferrocarril como contexto suma

8 Ver en los trabajos ya citados de Palermo y Lobato el papel de la prensa en esos procesos. Ver Batticuore (2017) sobre las nuevas prácticas lectoras de las mujeres dentro y fuera del ámbito doméstico entre el siglo XIX y las primeras décadas del XX.

riqueza al análisis potenciando la circulación de la imagen y la difusión de los saberes y prácticas implícitas.

Un primer grupo de representaciones visuales de mujeres está constituido por aquellas que ilustran las notas de la revista. Estas imágenes, en lugar de referirse a temas o sucesos concretos y específicos, funcionan en un nivel paratextual, indicando las diferentes secciones de la publicación y ordenando su lectura. Suelen, por ello, variar muy poco a lo largo de los números, y se ubican en los sectores superiores de la página.



La imagen de la portada (Imagen 1: *Central Argentine Railway Magazine*, portada, febrero de 1915. Centro de Estudios Históricos Ferroviarios, Museo Nacional Ferroviario Raúl Scalabrini Ortiz) abre el juego a la representación de la mujer como símbolo, una forma descontextualizada que, sin embargo, está cargada de un sentido histórico, en forma similar a los *mitos* de Barthes, una “condensación inestable, nebulosa, cuya unidad y coherencia dependen sobre todo de la función” (1999: 114). El cuerpo de la mujer se resignifica e idealiza la imagen femenina para dar lugar a conceptos vinculados al ferrocarril, masculino en su realidad cotidiana. El cuerpo femenino es escindido de su carga erótica para transformarlo en un significante de los valores ensalzados por la revista y la compañía: la modernidad, el progreso tecnológico, el sentimiento patriótico.

En este caso, la mujer aparece como significante del país, de la República Argentina, representada por el escudo (fácilmente reconocible en un contexto internacional), pero también por los frutos de la tierra y las ruedas de maquinarias que nuclea, a partir del montaje, el modelo agroexportador y la técnica que permite el transporte de esos frutos. La mujer-nación asume un estatus de dignidad y autoridad, en una pose estatuaria, inmóvil y mirando fijamente hacia un punto imaginario. Al mismo tiempo, sostiene en lo alto una corona de laureles, destinada a la locomotora que avanza, imponente, hacia el lector. La corona, además, enlaza visualmente la imagen con el título de la revista, el que aparece en un frontis arquitectónico en la parte superior de la página.

La locomotora lleva en su frente la inscripción “1911”, año en que comenzó a publicarse la revista. No hemos podido acceder a ese primer número (la colección más completa, perteneciente al Museo Nacional Ferroviario, posee desde el número 2), por lo que se nos escapan los textos que por lo general explicitaban los objetivos y alcances de la revista. Sin embargo, a partir del análisis de otros textos, junto con la imagen de la portada (especie de “manifiesto visual” de la publicación) surgen claramente dos asociaciones significativas e interrelacionadas: ferrocarril-revista y ferrocarril-progreso material. La revista asume su lugar de avanzada en cuanto tecnología de la Modernidad y medio de comunicación entre los países, en igual medida que el ferrocarril.

Esta asociación entre mujer, república y progreso generará tensiones en varios momentos de la revista. En el encabezado del artículo “The construction of locomotive” (Imagen 2: *Central Argentine Railway Magazine*, “The construction of locomotive”, detalle, enero de 1912. Centro de Estudios Históricos Ferroviarios, Museo Nacional Ferroviario Raúl Scalabrini Ortiz), por ejemplo, se puede ver a una mujer sentada con herramientas de dibujo proyectual, en oposición a un grupo de hombres con overol o sin ropa (aludiendo a las altas temperaturas de un taller metalúrgico). La instancia del

diseño es asimilada a una tarea más contemplativa en contraposición a la actividad forzada de la construcción de la maquinaria. El texto está en inglés y es un extracto del *South African Railway Magazine*; sin embargo, la imagen está firmada por Marelli, quien ilustra varias veces la revista, por lo que se trataría de un encabezado realizado específicamente para la publicación. Los ingenieros (hombres) sacrifican su representación en el nombre de una idealización de la *ingeniería*, la *sabiduría*, la *superioridad* británicas. La ilustración enmarca la parte superior del artículo, ofreciendo tanto un ordenamiento visual del texto, como un marco de significación e interpretación. La construcción de la locomotora (tema del ensayo) deja de ser una enumeración de las tareas, oficios y saberes implicados y adquiere mayor relevancia en cuanto actividad intelectual y proyectual, asociada, a su vez, a través de la alegoría de la portada, al progreso material y cultural del país.



Otra forma en que son ilustrados los artículos, a partir de 1915, es con grandes iniciales decoradas con escenas ferroviarias. La única inicial en la que se ve una mujer es la letra “L” (tal vez, creemos, en asociación a la palabra *lady*), y representa a una mujer caminando por el andén con su pequeña hija (Imagen 3: *Central Argentine Railway Magazine*, “Notas de redacción”, detalle, marzo de 1915. Centro de Estudios Históricos Ferroviarios, Museo Nacional Ferroviario Raúl Scalabrini Ortiz). Llama la atención el nivel de detalle de las escenas, firmadas por J. M. (J. Muñoz), que incluso nos remiten a un lugar puntual, la moderna estación terminal en Retiro, inaugurada en 1915. Esta imagen nos permite pensar en un grupo de mujeres que se relacionan de una forma particular con el ferrocarril, las pasajeras.

Ni trabajadoras ferroviarias ni amas de casa burguesas, las mujeres que hacen uso del espacio lo hacen atravesadas por múltiples y heterogéneas tensiones. Viven en sus cuerpos esa cultura moderna del viaje, del consumo, del cosmopolitismo, pero lo hacen acompañadas de una carga doméstica patente: van con sus esposos, sus hijos o, aun de forma solitaria, rodeadas de elementos que denotan su identidad.

No sabemos si el artista pensó en una mujer concreta a la hora de diseñar la inicial, pero la inclusión de la niña ancla el significante al estereotipo de madre. La imagen no tiene relación directa con las notas ya que se utilizaba cuando la inicial del texto lo requería, siendo más un elemento ordenador que ilustrativo, pero no por ello menos potente. Podemos pensar tanto en una mujer que usa el medio de transporte para dirigirse a su trabajo en el centro de la ciudad o que lo utiliza como medio de esparcimiento, vinculándose con otras ilustraciones similares que aparecen por estos años.

A raíz de la construcción de la nueva estación terminal de Córdoba, en febrero de 1915, aparece un artículo ilustrado con escenas del hall y la confitería. En ellas podemos ver diferentes mujeres paseando por la estación, solas o acompañadas (Imagen 4: *Central Argentine Railway Magazine*, “The booking hall”, febrero de 1915. Centro de Estudios Históricos Ferroviarios, Museo Nacional Ferroviario Raúl Scalabrini Ortiz). Las poses contemplativas, sin embargo, relacionan estas imágenes a prácticas de ocio novedosas en estos espacios, yendo o viniendo de los paseos urbanos o citas en los



elegantes restaurantes y confiterías de las terminales. Como sostiene Gisela Kaczan con relación a las imágenes de ocio, estas “revelan datos acerca de las formas de elaborar las representaciones sobre lo femenino (...) y aportan información sobre los modos en que se convienen estereotipos sociales” (2018: 3).

El ferrocarril (y la revista, particularmente) abre el camino a una nueva sociabili-

dad femenina, visitando a sus familiares y amistades, gozando de ciertas libertades en un espacio público que le eran vedadas en el privado.⁹ Si bien durante la segunda mitad del siglo XIX, Dora Barrancos observa “una división más tajante de ámbitos” debida a la implementación de políticas estatales tendientes a ordenar tanto la vida privada como la pública, la autora también encuentra que, a partir de la década de 1880, y a raíz de diversos factores, esta separación se centra más en términos de clase que de género (Barrancos, 2010). Entre esos factores podemos encontrar también desarrollos tecnológicos que modificaron la experiencia urbana, como el alumbrado eléctrico que permitió una mayor sociabilidad nocturna, el surgimiento de las grandes tiendas con su particular interrelación entre el espacio público y el privado, y las mismas vías del ferrocarril que agilizaron y abarataron los costos de un viaje hasta entonces reservado a las clases más pudientes. En determinados momentos, incluso, es el ferrocarril el elemento clave que permite la participación de las mujeres de clases medias o bajas en eventos políticos, culturales o sociales, o que incide en la supervivencia de una mujer parturienta (Correa, 2000: 189). En ese sentido, el espacio híbrido de las estaciones o los coches habilitaría nuevas maneras de percibir y experimentar los propios cuerpos, así como sus relaciones con los otros.

Las mujeres que pasean por la terminal de Córdoba, al menos en la imaginación del artista, hacen uso de esta nueva sociabilidad, y las poses en las que se las representa, lejos de denotar incomodidad en dicho sitio, refiere a un uso hábil, tanto del cuerpo como del espacio. Sin embargo, muchas veces el uso del ferrocarril como medio de transporte elegido por mujeres aparece como un elemento marcado por contradicciones, particularmente entre el cuerpo femenino y el espacio público. En las ilustraciones humorísticas que se incluyen en los primeros números de la revista las mujeres suelen aparecer de forma marginal, como transeúntes o testigos de la escena.



Cuando son los personajes principales se las representa en situaciones o poses estereotipadas, ya sea por su inocencia “natural”, o su ignorancia, y son objeto de burla por parte de los propios trabajadores ferroviarios (Imagen 5: *Central Argentine Railway Magazine*, cliché, mayo de 1912. Centro de Estudios Históricos Ferroviarios, Museo Nacional Ferroviario Raúl Scalabrini Ortiz).

Los editores de la revista suelen incorporar textos e imágenes de otras publicaciones, pero muchas de estas ilustraciones aparecen con firmas que podemos rastrear como colaboradores asiduos: J. Muñoz, J. Brown, Fox o Marelli, principalmente. Si asumimos que se trata, por lo menos en estos

⁹ Un texto sumamente interesante al respecto es el de Amy Richter (2005), donde la autora estudia la relación entre el ferrocarril en un Estados Unidos marcado por los valores victorianos y el cambio en la percepción femenina de su espacio privado, la sociabilidad y las propias representaciones del género.

casos mencionados, de personal de la empresa que forma parte o colabora con el equipo editor,¹⁰ las ilustraciones adquieren entonces sentidos locales y específicos, tanto en lo referido a las actitudes de las damas como de los propios trabajadores. Llama la atención, sobre todo en el último caso, que muchas de estas ilustraciones no establecen ningún tipo de diálogo con el texto, y aparecen visualmente separadas de las notas, incluso el blanco que las rodea enfatiza su aislamiento. Esta relación artefactual entre imagen y texto, que implica elementos visuales y compositivos más que de sentido (Twyman, 1994), no es sin embargo la que predomina en la revista, en la que los gráficos y fotografías que acompañan las notas suelen mantener una estrecha cercanía con el texto al que aluden, funcionando de manera mucho más integrada. Estas representaciones en tonos satíricos del mismo espacio ferroviario, por el contrario, parecieran cumplir funciones de orden visual, generando pausas o recortes en el momento específico de la lectura.

Entre lo real y lo imaginado: trabajo femenino y espacio ferroviario

Hasta ahora hemos hablado de las mujeres en el espacio del ferrocarril en calidad de pasajeras, sin embargo, las trabajadoras de la compañía podían aparecer en alguna imagen, pero con características particulares.

En una ilustración temprana, un grupo de trabajadores se ríe ante el sueño del asistente (*office boy*) quien se hace pasar, en forma de broma, por el G. M. (*General Manager*), sin percibir que su superior está parado detrás de él (Imagen 6: *Central Argentine Railway Magazine*, cliché, mayo de 1912. Centro de Estudios Históricos Ferroviarios, Museo Nacional Ferroviario Raúl Scalabrini Ortiz). En la escena aparece, lateralmente, una mujer (¿secretaria?) que tipea en la máquina de escribir. Ella no es parte de la situación, sigue absorta en su trabajo; enfatizando su marginalidad, su cuerpo es recortado por el dibujante, conformándola más como un elemento de la oficina que como un sujeto activo. La mujer se mantiene ajena al bullicio, respetando las normas laborales pero, sobre todo, morales de la época. La ilustración está firmada por Fox quien, como dijimos, colaboraba asiduamente en la revista, y fue ubicada, al igual que la imagen anterior, en la parte superior de la hoja, diferenciada mediante un separador lineal de la sección británica de correspondencia, funcionando visualmente como encabezado de la misma. A su vez el epígrafe remite a una serie que comenzaría con esta imagen: *Railway Visions*, lo que se podría traducir tanto como “lo que se ve” como “lo que se imagina”. La palabra *visions*, en este caso, alude tanto a la percepción de un hecho real (lo que podría estar observando el artista) como a una situación imaginada.¹¹



10 En el caso de Fox y Marelli tenemos además ciertos datos que apuntalan esta suposición. El primero podría tratarse de J. Stratford Fox, ingeniero que colabora también con notas técnicas en los primeros números. Marelli, por su lado, ilustra una gran cantidad de notas, viñetas y encabezados. En el Archivo General Ferroviario se encuentra, además, el legajo de Ángel Marelli, nacido en 1902, y cuyos padre y hermanos eran también trabajadores del F.C.C.A. Si bien este dato no es inequívoco, nos permite suponer su identidad, lo que no sería incongruente con otras prácticas dentro de la revista. Lamentablemente, la mayoría de los legajos de esta época se han perdido entre cambios administrativos y mudanzas.

11 Otros títulos de esta serie son “The platelayer’s dream” (junio de 1912); “A lost ticket at the end of the month” (julio de 1912); y “An improvised bridge” (agosto de 1912). En todos ellos el artista desarrolla escenas que se balancean entre lo posible (la pérdida de un boleto o un tren que pierde sus frenos), y lo irreal (el tren frenado por un solo operario o un puente improvisado por los mismos trabajadores y pasajeros).

El concepto de “representación” de Roger Chartier permite pensar estas imágenes como creadoras de significados a la vez que “matrices de las prácticas que construyen el mundo social” (1990: 45). Dentro del marco de los Estudios Visuales, también entendemos a la imagen desde su capacidad de “presentación”, es decir de poner en juego factores internos y externos que potencian su significado o lo complejizan en su sociabilidad y cotidianeidad. Se puede ubicar así a la imagen impresa en lo que Mieke Bal describe como fronteras heterogéneas “donde diferentes prácticas, lenguajes, imaginarios y visualidades, experiencias y voces, se entrecruzan en medio de relaciones diversas de poder y privilegio” (2004: 31). La imagen es productora de conocimiento, a la vez que, particularmente en el contexto ferroviario, se relaciona con la formación de los espacios de poder político y económico de la época. Resulta esclarecedor cruzar esta dualidad del término *visions* que el artista utiliza con la reflexión sobre la *imagen* de W. J. T. Mitchell (1987 :10). Dentro del vasto campo de imágenes (gráficas, mentales, verbales, ópticas) existe una rama particular, la que el autor denomina como *perceptual*, y que implica más una indefinición que un recorte específico. En ella se ponen en juego herramientas físicas y fisiológicas que median entre nosotros y la experiencia de la realidad que tenemos. Entre ellas el autor ubica, de manera elocuente, las imágenes publicitarias.

En los años que estudiamos, y a nivel mundial, el trabajo administrativo en las compañías ferroviarias (como en otras) comienza a ser reclamado cada vez más por las mujeres. Trabajar en el ferrocarril era para ellas “una de las mejores oportunidades con que se contaba ya que era un empleo seguro, que gozaba de jubilación, licencias, pases gratis en el ferrocarril y en el barrio” (Canali, 2012: 105). Sin embargo, se deben considerar otros elementos: los textos que aparecen en la escena están en inglés y el plano representado al fondo lleva las siglas FCNS, y no fue modificado para el contexto de impresión local. Esto podría deberse tanto a la práctica habitual de “canibalizar” imágenes, copiándolas y adaptándolas al nuevo contexto, como a la intención expresa de descontextualizar la escena, plausible de hacerse real en cualquiera de las numerosas compañías ferroviarias existentes, y habilitar una interpretación de la imagen mucho más flexible y generalizada. Más allá de la “veracidad histórica” de la imagen impresa, se trata de una representación en la que los roles de género quedan claramente diferenciados. La imagen visual es un testimonio no tanto de los hechos sino de las “mentalidades, ideologías e identidades” (Burke, 2005: 7). Sea real o no esta escena en el espacio laboral ferroviario, implica una distancia entre los comportamientos masculinos y femeninos legitimados.

La representación del cuerpo femenino, como evidencian Baron y Boris, implica no solo discursos, sino también “epistemologías, instituciones, rutinas y prácticas sociales” (2007: 25) que naturalizan dichos discursos, no solo sobre los sujetos, sino también sobre los propios espacios que conforman y son conformados por los cuerpos. Las imágenes de mujeres que circulaban por las páginas y por los espacios ferroviarios construían un cuerpo y un espacio ideal femenino, a la vez que eran resignificadas por los propios sujetos. La gestualidad de las pasajeras que pasean por la terminal de Córdoba, o de aquellas preocupadas por su comodidad a la hora de comprar un boleto sin considerar la estandarización que el ferrocarril impone, remite a determinadas prácticas esperadas en las mujeres, coincidan o no con la experiencia real. La huelga de 1917, por ejemplo, demostrará que las mujeres, en particular las familiares de los trabajadores ferroviarios, no compartían ese uso unívoco del espacio que las imágenes le otorgan (Palermo, 2005).

Si, como dijimos, estas ilustraciones no responden necesariamente a la experiencia real de las mujeres en el espacio del ferrocarril, encontramos otro grupo que pone en juego capacidades y usos diferentes de la propia revista como dispositivo. Si bien el *magazine* tenía un precio de venta o suscripción, diferenciándose de otras revistas

ferroviarias posteriores, su impresión se sustentaba gracias a una gran cantidad de anuncios de casas comerciales. Es interesante relacionar este fenómeno de hibridación de la revista con la afirmación de Fernando Rocchi (2003) sobre la legitimación de la clase media en la sociedad a partir de la diferenciación de sus prácticas de consumo. Más allá de la función principal que sostenía, como difusora de noticias o temas específicos de la rama, pero, particularmente, como integradora cultural, que permitía el conocimiento (y el reconocimiento) de espacios y sujetos alejados entre sí por grandes distancias, la revista se presentaba como un objeto cultural moderno, y la inclusión de publicidades de mercancías o servicios dirigidos a un tipo de familia de clase media (mobiliario, útiles de oficina, bebidas, por ejemplo) reforzaba ese sentido.

La conceptualización de Annick Louis de las revistas culturales o *magazines* como espacios de ocio y sociabilidad (2014: 50) nos permite abordarlas como artefactos atravesados por los discursos sobre el cuerpo femenino y el espacio público. Si el espacio laboral, como dijimos, estaba cruzado por normas y prácticas disciplinarias, no es ilógico pensar la revista como un “espacio” construido en términos similares, en el que la imagen de las mujeres ocupa un determinado lugar y con sentidos específicos. Louis propone pensar en un contexto de lectura de las revistas culturales como “la lectura propuesta por las formas”, la que se desprende de los aspectos materiales del propio objeto (2014: 43). Este contexto se diferencia del de “recepción”, precisamente por su carácter de construcción ideal, lo que implica estrategias de parte de los editores así como da pistas sobre el universo de ideas y objetivos puestos en juego, más allá de las prácticas reales, concretas que los lectores llevan a cabo, apropiándose, de maneras diferenciadas, de los objetos.

Como dijimos, la revista estaba dirigida, en un primer momento, a los trabajadores calificados, incluyendo paulatinamente a sus grupos familiares (madres, esposas, hijos e hijas). El mensaje publicitario no consideraba a las trabajadoras ferroviarias como receptoras, si no que apelaba más a la figura de esposa y madre, responsable de su hogar y de la salud de sus seres queridos (aun si también trabajaba, como efectivamente pasaba en muchas familias ferroviarias). Esto explicaría por qué observamos tantos anuncios de estos nuevos productos en las páginas del *magazine*, muchos de los cuales luego eran objeto de notas detalladas.

En las páginas de la revista encontramos anuncios donde la mujer es la protagonista, así como otros que apelan a un público femenino de forma más o menos indirecta. En una tendencia a la diferenciación de las prácticas de consumo y a la americanización de la clase media, como vimos, aparecen productos relacionados con nuevas profesiones o sociabilidades que implican a las mujeres como integrantes del mercado laboral (la máquina de escribir o de calcular, el teléfono), o con las nacientes industrias del hogar y el entretenimiento que modificaban el espacio históricamente femenino por antonomasia (heladeras, cocinas, radios, gramófonos). Los alimentos y bebidas de consumo básico dan lugar paulatinamente a otros productos considerados “superiores”, cuya creciente demanda muestra un alza en los salarios reales de buena parte de la población, pero también en el establecimiento de nuevas estrategias publicitarias de las compañías, consolidando un modo de vivir “americano” y moderno. También los productos de salud, higiene y belleza van creciendo en sofisticación y creando nuevas expectativas sobre el cuerpo de las mujeres, ya no destinado únicamente a la procreación y crianza de las futuras generaciones, si no abierto cada vez más a actividades deportivas y culturales que requirieron vestimentas y accesorios más cómodos y estilizados. En estos casos la mujer es interpelada directamente, desde la imagen y el texto. En tal sentido, compartimos la observación de Julia Ariza en cuanto a la heterogeneidad de sentidos y prácticas asociados al cuerpo femenino desde la publicidad:

La publicidad termina de sostener estos indicadores: una enorme proporción de los avisos, muchos de ellos repetidos de una publicación a otra, se dirigía a las

mujeres en su carácter de madres, esposas, consumidoras de moda, muebles, electrodomésticos y artículos de belleza; a las mujeres de salud precaria y trastornos nerviosos o a aquellas que aspiraban al éxito social, encarnado en una buena apariencia física; a las trabajadoras que deseaban perfeccionarse; a aquellas que solo buscaban distracciones. (Ariza, 2011: 3)



Estos anuncios, si bien suelen aparecer al principio o al final de cada número, diferenciados del cuerpo principal, van tomando una mayor relevancia, incluyéndose en las secciones internas (Imagen 7: *Central Argentine Railway Magazine*, “Publicidad de Té Sol”, mayo de 1915. Centro de Estudios Históricos Ferroviarios, Museo Nacional Ferroviario Raúl Scalabrini Ortiz). Para comprender el modo en que en esa lectura propuesta (en términos de Louis) se superponían tanto textos como ilustraciones y anuncios, generando sentidos variados y a veces contradictorios, es necesario recordar que la revista, en su materialidad, no deja de ser un objeto inserto en un contexto sociotécnico heterogéneo.

Las técnicas gráficas surgidas en las últimas décadas del siglo XIX que modifican los modos de diagramar el contenido en la página impresa dan lugar a continuidades o rupturas entre el discurso visual y el textual, en lo que Peter Sinnema describe como “momento visual-verbal” (1998: 2) y que podemos complejizar con la noción de “acontecimiento visual” de Nicholas Mirzoeff, es decir, “la interacción del signo visual, la tecnología que posibilita y sustenta dicho signo y el espectador” (2003: 34). Es así como la mayor complejidad técnica en la producción de la revista (y aquí se incluyen la propia disciplina editorial y los saberes de los trabajadores gráficos involucrados) va en paralelo con la cantidad creciente de anuncios y la circulación ampliada del objeto. Se evidencian entonces nuevas prácticas de lectura más extensivas, fragmentarias, simultáneas a las nuevas experiencias en el mismo espacio ferroviario. Las mujeres que leían la revista no siempre se identificaban con el ideal con que se las representaba visualmente, pero eran conscientes, en mayor o menor medida, de los cambios y tensiones existentes.

Dentro de esta conciencia moderna, en palabras de Raymond Williams, las tecnologías, y particularmente las tecnologías de la comunicación, no pueden ser desligadas de diferentes desarrollos técnicos e instituciones sociales como, entre otros, los ferrocarriles, que modifican los modos de distribución (y, agregado, de producción, y recepción) de la prensa (1992: 195). Si Wolfgang Schivelbusch demostró las modificaciones sustanciales que surgen con la experiencia del viaje en ferrocarril, incluyendo nuevas prácticas de lectura (2014), Charney y Schwartz comparan de forma sugestiva la visualidad puesta en juego por el pasajero de un ferrocarril con el espectador de cine, ambos sentados, inmóviles, mientras las imágenes pasan rápidas detrás de una pantalla rectangular (1996: 6). La posibilidad de la lectura de la revista por parte de las pasajeras en el coche o en la estación implica pensar en las tensiones existentes entre el discurso textual, visual y la percepción del espacio, en una experiencia caracterizada por lo simultáneo y dinámico.

La Gran Guerra, las mujeres y la máquina

Ya al haberse publicado pocos números de la revista, las reproducciones fotográficas toman la delantera, tanto en cantidad como en tamaños y espacios dentro de la página. La inclusión de fotografías en las páginas, compartiendo espacio con el texto, solo es posible, como vimos, gracias a innovaciones técnicas ocurridas en las últimas

décadas del siglo XIX. Hasta la aparición del fotograbado de medio tono, las fotografías se imprimían en máquinas y papeles diferentes a cómo se reproducía el texto, por lo que aumentaba el costo de las publicaciones a la vez que implicaba relaciones variables entre el discurso escrito y la imagen, así como entre el lector y esas mismas fotografías. En las primeras décadas del siglo XX, sin embargo, el repertorio de las revistas ilustradas había sido rápidamente modificado, y el ejemplo más notorio era el semanario ilustrado *Caras y Caretas*, con su incorporación de fotografías en casi todas sus páginas y el bajo costo relativo de la publicación.

Coincidiendo con esta tendencia, a partir de 1915 vemos en el *magazine* del F.C.C.A. una gran cantidad de fotografías, empezando a encontrar mujeres en ellas. El grupo en sí mismo ofrece una gran variedad y complejidad, ya que podemos hallar retratos familiares en los que la mujer refuerza su rol de ama de casa, esposa, madre e hija. También hay fotografías grupales, de eventos sociales, picnics y festividades de la comunidad ferroviaria, en los que las mujeres participan, tanto en la organización como en la asistencia. Por lo general, están ubicadas con los niños, cercanas entre ellas, sin mezclarse excesivamente con los hombres. Para comprender estas imágenes es necesario recurrir a los epígrafes, ya que se imprimían, como dijimos, en la misma página que el texto, pero muchas veces en un mismo artículo se mencionaban diversas celebraciones y aparecía solo una fotografía. Era imprescindible, entonces, desarrollar ciertas competencias, para comprender los distintos niveles de referencialidad y la relación entre imagen y texto que proponía la revista.

Muchas de estas fotografías eran tomadas por aficionados, que las enviaban a los editores para su reproducción en la revista. Esta práctica queda reflejada en varias “Notas de redacción” que pedían mayor cuidado en el envío, o que la copia no fuera escrita identificando a las personas, dando cuenta de ciertos modos de manipulación y apropiación de la imagen y el objeto fotográfico en sí.¹²

Las fotografías que acompañan dos notas escritas por el corresponsal en Londres, D. R. Lamb, y publicadas en septiembre y octubre de 1915 sobre el trabajo ferroviario en Inglaterra son, a los fines de este trabajo, sumamente interesantes. Cuando comienza el artículo “Female Labour of British Railways”, se sabe que de los 650.000 empleados ferroviarios en Inglaterra, más de 80.000 se enrolaron en el ejército durante la Gran Guerra.¹³ Ante esta escasez de mano de obra, las compañías debieron recurrir a “las mujeres de la nación”, las que rápidamente ocuparon los lugares en las oficinas, estaciones y coches. Enseguida demostraron ser más eficientes ante tareas de tipeo, contabilidad y elaboración de informes, aunque, como era “esperable” las tareas de limpieza fueron en las que más se destacaron “evidenciando orgullo y haciéndolo más a fondo que los hombres que las habían antecedido”.

En este sentido, las dos imágenes que acompañan al texto refuerzan esta idea (Imagen 8: *Central Argentine Railway Magazine*, “Female Labour on British Railways”, septiembre de 1915. Centro de Estudios Históricos Ferroviarios, Museo Nacional Ferroviario Raúl Scalabrini Ortiz). Se trata de fotografías tomadas “del natural” de una mujer barriendo la estación y otras cuatro mujeres limpiando los vidrios de un coche. Si bien sabemos que en la captura de la imagen operó un recorte, y que las fotografiadas realmente estaban posando



¹² *Central Argentine Railway Magazine*, mayo de 1915. Sobre esta nueva materialidad que implica la reproducción de fotografías tomadas por aficionados en las páginas de las publicaciones (lo que caracterizaría una particular etapa de la técnica), ver Tell (2017: 203).

¹³ En el caso argentino, remitimos a los trabajos de Palermo y Badaloni ya citados sobre los empleados británicos en los Ferrocarriles, así como a Rock (2019: 228).

para el fotógrafo, estas representaciones apuntan a naturalizarse como *instantáneas* e incluso *furtivas*, asimilando este registro al del fotoperiodismo que ya se había asentado en la prensa a fines del siglo XIX (ver Szir, 2013a; Tell, 2017).



La segunda nota, publicada en octubre, y dentro de la sección “Our London Letter” del mismo corresponsal, era ilustrada con una fotografía de estudio en la que la mujer en cuestión aparecía en pose de saludo militar, reforzando el sentido patriótico de su trabajo (Imagen 9: *Central Argentine Railway Magazine*, “Our London Letter”, octubre de 1915. Centro de Estudios Históricos Ferroviarios, Museo Nacional Ferroviario Raúl Scalabrini Ortiz). El corresponsal no ahorra elogios a las mujeres que demostraban su capacidad para determinadas tareas administrativas y de limpieza, así como a aquellas que se animaban a los puestos más “masculinos” como guardas y porteras de las estaciones. También se animaba al enterarse que la misma *National Union of Railwaymen* las había admitido en calidad de miembros del sindicato, paso que evitaría “futuros disturbios” y que demostraba, en última instancia, la entereza y compromiso de los ferroviarios con los intereses nacionales. ¿Cuáles eran esos futuros disturbios que Lamb (y los sindicatos) adivinaban? La guerra, eventualmente, finalizaría. Los soldados volverían a sus trabajos cotidianos, pero se encontrarían, inevitablemente, con que sus puestos habían sido ocupados por mujeres, con salarios mucho menores. La incorporación de las trabajadoras al sindicato propiciaba el reclamo de mejoras salariales, pero no como un paso a la igualdad de género, sino para debilitar el trabajo femenino (eventual) como amenaza al trabajo (estable y calificado) de los hombres (ver Maggs, 2018).

Casi un año después, en julio de 1916, aparece publicado, esta vez en castellano, el artículo “El trabajo femenino en los ferrocarriles ingleses” (Imagen 10: *Central Argentine Railway Magazine*, “El trabajo femenino en los ferrocarriles ingleses”, julio de 1916. Centro de Estudios Históricos Ferroviarios, Museo Nacional Ferroviario Raúl Scalabrini Ortiz). El autor, en una significativa operación, asocia el nuevo rol que las mujeres ocupan como consecuencia de la guerra a las luchas de las sufragistas inglesas.¹⁴ Los elogios no son aquí hacia las mujeres que demuestran su habilidad antes inconcebible, sino a la sociedad que les ha dado el lugar que reivindicaban y al propio movimiento feminista que “se impone por la fuerza de los sucesos”. Además, lo más interesante para nuestro trabajo, el autor identifica este movimiento con las revistas ilustradas, las que “con la elocuencia irrefutable de sus grabados, difunden y fortifican esa convicción”. Vergara entiende a las revistas no como reflejos, sino en su agencia y potencial de transformación precisamente por la incorporación de imágenes en sus páginas. Aun cuando las tres fotografías extraídas de la *Railway Gazette* muestran a las trabajadoras en tareas de limpieza, la mayor revolución, según el autor, está implícita en sus vestimentas “masculinas” y en la asociación de las mujeres con el ferrocarril. La fuerza de la imagen no está en la prueba de la habilidad femenina, sino en el montaje que el fotógrafo y la revista han hecho, ubicando a las mujeres junto con el objeto “al parecer más inaccesible a ellas: la locomotora, símbolo de fuerza”. La revista, las imágenes impresas y el ferrocarril



la locomotora, símbolo de fuerza”. La revista, las imágenes impresas y el ferrocarril

¹⁴ La nota está firmada por Ricardo Vergara, de quien no hemos encontrado información. Sin embargo, tanto por su nombre y apellido, como por el hecho de que esté escrita en castellano, podemos inferir que se trata de un colaborador argentino.

aparecen, esta vez bajo la percepción de un contemporáneo, como estrechamente unidos, elementos nodales de las transformaciones sociales, económicas y políticas del mundo occidental. La operación del montaje fotográfico se asimila así a la yuxtaposición de elementos tradicionalmente opuestos, como las mujeres y la máquina, símbolo de la revolución industrial por excelencia.

Este montaje se duplica al estar presentado en una revista ilustrada con fotograbados, y el autor no es ajeno al impacto que eso significa. El lugar que la fotografía adquiere en las publicaciones ilustradas durante el siglo XX implica cambios tecnológicos, que “se anudan con los usos, los modos de consumo de objetos culturales y necesidades sociales” (Szir, 2013b: 102). Entonces la tensión no se da únicamente entre mujer y máquina, sino entre la mujer y el espacio que ocupa, mediante el *punctum* de la fotografía, en la propia revista ferroviaria.

Pero, ¿qué pasaba con las trabajadoras del F.C.C.A.? Si bien eran pocas las mujeres que trabajaban en el sector ferroviario, particularmente en las áreas administrativas y de limpieza, prácticamente no aparecían en la revista. Si bien acostumbraban a publicar fotografías de los empleados de las secciones o estaciones, son muy pocas las mujeres que podemos encontrar en ellas. Un ejemplo es el de la telegrafista Amalia de Quieto, quien apareció junto a su esposo, Carlos Quieto, jefe de la estación de Benjamin Gould, en mayo de 1915. En las oficinas también podíamos encontrar secretarías (a quienes los anuncios de las máquinas de escribir y los cursos de contaduría resultarían seguramente atrayentes), pero no aparecen en las fotografías del personal de los diferentes Departamentos. En una nota publicada en abril de 1915 referida a las clases impartidas por el Instituto del F.C.C.A, encontramos a una “señorita”, a quien el autor agradece por la “nota simpática (...) que, con su presencia, hace más llevaderas las asperezas de pronunciación de un idioma que se trata de dominar” (*Central Argentine Railway Magazine*, abril 1915: 295). Si bien no es explícito, podemos suponer que se trata de una anónima empleada de “cuello blanco”, para quien el curso significaba no solo un posible cambio en su estatus laboral, sino una mayor y más segura inserción entre el plantel de la empresa.¹⁶

Más allá de la sorpresa del corresponsal en Gran Bretaña, las mujeres ocupaban distintos puestos en las compañías, tanto en los casos europeos como en el argentino. Desde guardabarreras, limpiadoras o lavanderas, hasta secretarías o telegrafistas, la diversidad de trabajos en los que se desempeñaban requería de diferentes habilidades intelectuales y sociales. Estos últimos casos nos enfrentan a mujeres que son parte del mundo ferroviario, no lateralmente (como esposas, madres o hijas), ni son transeúntes ocasionales. Son mujeres trabajadoras, ferroviarias en sentido estricto, sustento económico de su hogar. Son sujetos activos de las escenas, así como de los artículos que las nombran. Es más, son parte sustancial del espíritu moderno que la compañía esgrime, ya que han elegido ser parte de ese mundo, ante el deseo (¿patriótico?) de sus compañeros de ir al frente en la Gran Guerra, o ante el deseo (¿individual?) de progreso. Como vemos, los discursos textuales en los que las imágenes se insertan son cruzados por ellas, recontextualizados y puestos en crisis.

Sin embargo, dentro de la novedad que sugieren las imágenes y el énfasis en visibilizar la presencia femenina como algo “loable”, estos casos son paradigmáticos del lugar que las trabajadoras ferroviarias tuvieron hasta no hace mucho tiempo. Las mujeres eran empleadas como oficinistas, guardabarreras, guardavías y cocineras. Mientras las últimas tres ocupaciones estaban relacionadas con su rol en el ámbito doméstico

¹⁵ Barthes dice: “El *punctum* de una foto es ese azar que en ella *me despinata* (pero que también me lastima, me punza)” (1989: 59).

¹⁶ Laura Badaloni (2007) incorpora tanto a la revista como al Instituto las prácticas paternalistas de la compañía.

(el trabajo de guardabarrera se realizaba por lo general de forma conjunta con los varones, o lo continuaban al fallecer estos, en la misma casa construida para tal fin, por lo que no requería el abandono del hogar para realizarlo), las labores de oficina se vinculan más con la representación de una mujer moderna, de clase media y altamente cualificada para los estándares de la época. Por otro lado, las mismas sociedades de beneficencia o caridad, preocupadas ante las altas tasas de criminalidad o prostitución y los efectos particularmente graves en la población femenina de Buenos Aires en las primeras décadas del siglo, veían incluso con preferencia el trabajo de las mujeres en oficinas, en lugar del inestable y moralmente dudoso trabajo de costurera, por ejemplo (Rocchi, 2000: 232). Esto último podría sugerir que muchas de estas mujeres, educadas como secretarías, traductoras o tenedoras de libros, provenían de familias proletarias, por lo que la representación no siempre coincidía con la situación económica y cultural real de las representadas.

Conclusiones

Sin ser deterministas, ya que el objeto por sí solo no da cuenta de la efectiva recepción del mensaje, si no de sus posibilidades de existencia, estas son ya lo suficientemente ricas y complejas como para abrirnos a la reflexión y establecer múltiples relaciones con otros objetos y disciplinas: afiches, postales, tickets ferroviarios; revistas ilustradas culturales, empresariales, políticas, económicas; publicaciones locales y extranjeras; folletos, diagramas y mapas turísticos; boletines, catálogos, informes y papelería comercial (*ephemera*) de las compañías... son solo algunos de los ejemplos en los que se cruzaron imágenes impresas con la construcción de las mujeres como objeto y sujeto de esa misma mirada *masculina*, tecnocéntrica, occidental y capitalista. Imágenes que, al no ser parte de un corpus artístico legitimado, recién ahora están empezando a ser estudiadas en sus aspectos materiales y con relación al dispositivo impreso. Imágenes que, precisamente por esas mismas características, operaron en la cultura visual con mayor fuerza, al aparecer cargadas de una supuesta objetividad (en el caso de las fotografías) o de forma marginal (en las publicidades, caricaturas o ilustraciones marginales de los artículos). Al no ser el foco central del dispositivo, esas imágenes eran mostradas como algo dado, no se daba el lugar para pensarlas o discutir las, y funcionaban como la base objetiva, incuestionable, sobre la que se intentaba construir una experiencia moderna.

Sin embargo, como vimos, en la propia revista aparecen huellas de la materialidad, de las instancias de producción y de prácticas de manipulación de las imágenes que revelan ciertas tensiones contemporáneas en cuanto a la supuesta transparencia. La publicación de fotografías de aficionados, la inclusión de cartas y notas sobre los trabajadores, así como la utilización de ilustraciones de periódicos extranjeros, en simultáneo con la producción de textos e imágenes locales y la conciencia de su importancia dan cuenta de prácticas complejas en torno a los objetos impresos.

En los mismos años en que se iba definiendo el carácter político y económico de la Nación, las diferentes compañías británicas lograron conformarse casi de manera oligopólica, por las concesiones y garantías ofrecidas por el Estado, a la vez que por las características geográficas y culturales de las regiones que atravesaban. La historia de las compañías británicas que llevan adelante el desarrollo ferroviario en la Argentina ha sido estudiada desde diferentes disciplinas y posiciones ideológicas. Excede en este trabajo dar cuenta de esas variadas (y contradictorias) explicaciones, pero sí nos interesa remarcar las tensiones que aún hoy existen en este campo. El tendido de las líneas férreas significó el fortalecimiento de ciertas economías regionales en detrimento de otras, así como la separación geográfica y simbólica entre la *civilización* y la *barbarie* a partir de la

visión y objetivos que las compañías británicas tuvieron, en mayor o menor consonancia con los intereses de la elite local. Este desarrollo, contemporáneo a la formación de las instituciones políticas, socioeconómicas y culturales de la Nación, significó una ruptura con las tradiciones coloniales, así como un particular modo de insertarse en el contexto mundial.

Los objetos impresos por las compañías ferroviarias “ilustran” la historia de las empresas desde una mirada autorizada por las propias empresas. También evidencian las contradicciones que significaron los desarrollos tecnológicos en el seno de la Modernidad, construyéndola, a la vez que sentando las bases para su posterior crisis y superación. Pero estos objetos, que circularon y se vincularon estrechamente con el ferrocarril como dispositivo tecnológico, cultural, político y económico, se insertaron de un modo particular de experimentar el espacio público y privado, sus relaciones de género y clase, atravesado por discursos y prácticas en torno al trabajo y la familia.

Como dijimos, la imagen no es fiel reflejo de las prácticas, sino que impacta en la propia sociabilidad y visualidad en que son desplegadas esas mismas prácticas. A su vez, ponen en evidencia la dificultad de los mismos responsables de la revista y de la propia compañía en incluir el cuerpo femenino sin modificar el complejo entramado de la actividad ferroviaria.

Como se adelantó en la introducción, la vinculación entre los dispositivos gráficos y el dispositivo ferrocarril como tecnología característica de la Modernidad, abre el juego a distintos cruces. En una Modernidad signada por el cambio, la locomotora llegaba como símbolo de civilización a las zonas más remotas de una Nación con pocos años de vida. El ferrocarril, como avance técnico indiscutido y agente de sociabilidad legitimado, implicaba también la visualización del lugar que las mujeres ocupaban en ese nuevo espacio político, económico y cultural, al unir máquina y cuerpo femenino en el mismo espacio, y poner en tensión los roles tradicionales y la separación entre ámbitos hasta ese momento opuestos.

Estas imágenes recorrieron gran parte del territorio nacional en momentos en que se iban configurando prácticas que rompían con las tradiciones decimonónicas. Tanto en las grandes ciudades (Buenos Aires, Rosario y Córdoba, principalmente) como en las pequeñas estaciones rurales compuestas por un andén y una casilla, estas imágenes permeaban el modo de ver al otro, generando tensiones y, seguramente, resistencias. Lamentablemente, no tenemos testimonio de mujeres lectoras de la revista y de su experiencia concreta, pero podemos rastrear una mayor relevancia de mujeres reales, más allá de estereotipos o representaciones genéricas, en las revistas ferroviarias que surgirán en los años siguientes.¹⁷

Esa lectura fragmentaria de las revistas fue también el intersticio para nuevas prácticas, tanto en lo público como en lo privado. La posibilidad de viajar y de leer, de consumir imágenes e ideas, de experimentar el tiempo y la velocidad en sus propios cuerpos, abrió las puertas también a una nueva “conciencia femenina”, a diversas acciones colectivas, de solidaridad indispensable entre mujeres, y a la necesidad imperiosa de apropiarse de los espacios. Sentadas en la sala de estar de una estancia, en un club de Buenos Aires o en la biblioteca del barrio ferroviario, esperando el tren en el salón para damas de la terminal, o en el andén solitario, las imágenes circulaban al igual que el ferrocarril, como símbolos de progreso y de estatus individual y colectivo, en un mundo donde la distinción tradicional entre los géneros comenzaba a dejar lugar a nuevas definiciones.

17 Presenté estas diferencias entre las revistas del Ferrocarril Central Argentino, del Pacífico o del Sud, de manera sumamente resumida, en las *III Jornadas Internacionales de Historia de los/las Trabajadores/as y las Izquierdas* del Centro de Estudios Históricos de los Trabajadores y las Izquierdas (CEHTI) en junio de 2021.

Bibliografía

- » Ariza, J. (2011). Dispositivos de regulación del cuerpo femenino difundidos por la prensa periódica ilustrada de Buenos Aires a comienzos del siglo XX: un análisis a través de textos e imágenes. *VI Jornadas de Jóvenes Investigadores, Instituto de Investigaciones Gino Germani*. Buenos Aires.
- » Badaloni, L. (2007). Prácticas paternalistas. Sus alcances y límites en el disciplinamiento y control de la mano de obra: el caso del Ferrocarril Central Argentino durante las primeras décadas del siglo XX en Rosario y alrededores. *Anuario IEHS*, N° 22: 507-524.
- » Badaloni, L. (2016). Ingenieros británicos, ferroviarios comunistas y organización del trabajo en los talleres del Ferrocarril Central Argentino en las primeras décadas del siglo XX. *Revista de Historia Industrial*, año XXV, N° 63: 63-160.
- » Bal, M. (2004). El Esencialismo Visual y el objeto de los Estudios Visuales. *Estudios Visuales*, N° 2: 11-49.
- » Baron, A. y Boris, E. (2007). The Body as a useful category for Working-Class History. *Labor: studies in Working-Class History of the Americas*, vol. 4, N° 2: 23-43.
- » Barrancos, D. (2008). La puñalada de Amelia (o cómo se extinguió la discriminación de las mujeres casadas del servicio telefónico en la Argentina). *Trabajos y comunicaciones*, vol. 8, N° 34: 111-128.
- » Barrancos, D. (2010). *Mujeres en la sociedad argentina: una historia de cinco siglos*. Buenos Aires, Sudamericana.
- » Barthes, R. (1989). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona, Paidós.
- » Barthes, R.. (1999 [1957]). *Mitologías*. México, Siglo XXI.
- » Batticuore, G. (2017). *Lectoras del siglo XIX. Imaginarios y prácticas en la Argentina*. Buenos Aires, Ampersand.
- » Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona, Anagrama.
- » Burns Federation (blog). (2004). *On The Late Captain Grose's Peregrinations Thro' Scotland*. Ayrshire, Escocia. Disponible en: <http://robertburnsfederation.com/poems/translations/384.htm> (acceso: 12/02/2022)
- » Burke, P. (2005). *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona, Crítica.
- » Canali, M. (2012). ¿Mujeres en el Ferrocarril? En *Historia Ferroviaria I*. Morón, Asociación de Amigos y Amigas del Instituto y Archivo Histórico Municipal de Morón.
- » Charney, L. y Schwartz, V. R. (1996). Introduction. En *Cinema and the Invention of Modern life*. Berkeley, University of California Press.
- » Chartier, R. (1990). La historia cultural redefinida: prácticas, representaciones, apropiaciones. *Punto de Vista*, N° 39: 43-48.
- » Correa, A. (2000). Parir es morir un poco. Partos en el siglo XIX. En Gil Lozano, F.; Ini, M. G. y Pita, V. (eds.). *Historia de las mujeres en la Argentina*, vol. II, pp. 189-209. Buenos Aires, Taurus.
- » Damus, S. (2008). *Who is who in Argentine Railways, 1860-1960*. Ottawa, DIA Agency.

- » De Lauretis, T. (1996). La tecnología del género. *Mora*, N° 2: 6-34. Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- » D'Uva, F. (2019a). Masculinidades obreras en los ferrocarriles: fuerza física, riesgos y responsabilidad profesional en la Argentina de principios del siglo XX. *Estudios del ISHiR*, vol. 9, N° 25.
- » D'Uva, F. (2019b). Trabajadores y afectos en clave histórica. Una mirada desde la historia social con perspectiva de género. *Anuario del Instituto de Historia Argentina*, vol. 19, N° 1.
- » Godoy, S. y Agostini, L. (2019). *Dossier*: Los mundos del trabajo y los estudios sobre el ferrocarril en Argentina: repensando abordajes, perspectivas e intercambios interdisciplinarios en Ciencias Sociales. *Estudios del ISHiR*, vol. 9, N° 25.
- » Kaczán, G. (2018). Registros visuales de comportamientos y experiencias sociales. Imágenes del ocio femenino en fotografías de la prensa argentina, circa 1930. *Estudios de Género de El Colegio de México*, N° 4.
- » Lobato, M. (2000). Lenguaje laboral y de género. Primera mitad del siglo XX. En Gil Lozano, F.; Ini, M. G. y Pita, V. (eds.). *Historia de las mujeres en la Argentina*, vol. II: 91-111. Buenos Aires, Taurus.
- » Lobato, M. (2001). *La vida en las fábricas. Trabajo, protesta y política en una comunidad obrera, Berisso (1904-1970)*. Buenos Aires, Prometeo.
- » Lobato, M. (2007). *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*. Buenos Aires, Edhasa.
- » López, M. J. (2016). La suma del capital privado y público en la construcción de sus primeras líneas ferroviarias. En López, M. J.; Waddell, J. y Martínez, J. P. (eds.). *Historia del ferrocarril en Argentina*. Buenos Aires, Lenguaje claro.
- » Louis, A. (2014). Las revistas literarias como objeto de estudio. En Ehrlicher, H. y Ribler-Pipka, N. (eds.). *Almacenes de un tiempo en fuga: Revistas culturales en la modernidad hispánica*, pp. 31-57. Berlín, Shaker-Verlag.
- » Maggs, C. (2018). *Great Britain's Railways: A new history*. Londres, Amberley Pub. Ltd.
- » Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, Paidós.
- » Mitchell, W. J. T. (1987). *Iconology. Image, text, ideology*. Chicago, University of Chicago Press.
- » Palermo, S. (2005). Peligrosas, libertarias o nobles ciudadanas: representaciones de la militancia femenina en la gran huelga ferroviaria de 1917. *X Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia*. Rosario.
- » Palermo, S. (2009). De las organizaciones sindicales a las familias trabajadoras: Nuevas miradas sobre los protagonistas de la gran huelga ferroviaria de 1917 en Argentina. *V Congreso de Historia Ferroviaria*. Palma de Mallorca.
- » Perrot, M. (2009). *Mi Historia de las Mujeres*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- » Queirolo, G. (2009). Malos pasos y promociones. Aproximaciones al trabajo femenino asalariado desde la historia y la literatura. *Anuario. Escuela de Historia*, N° 22.
- » Richter, A. (2005). *Home on the Rails. Women, the railroad and the rise of public domesticity*. North Carolina, The University of Carolina Press.
- » Rocchi, F. (2000). Concentración de capital, concentración de mujeres. Industria y trabajo femenino en Buenos Aires, 1890-1930. En Gil Lozano, F.; Ini,

- M. G. y Pita, V: (eds.). *Historia de las mujeres en la Argentina*, vol. II, pp. 218-238. Buenos Aires, Taurus.
- » Rocchi, F. (2003). La americanización del consumo: las batallas por el mercado argentino, 1920-1945. En Barbero, M. I. y Regalsky, A. (eds.). *Americanización. Estados Unidos y América Latina en el siglo XX. Transferencias económicas, tecnológicas y culturales*. Buenos Aires, Eduntref.
 - » Rock, D. (2019). *The British in Argentina. Commerce, settlers and power, 1800-2000*. Palgrave Macmillan.
 - » Schivelbusch, W. (2014 [1977]). *The Railway Journey. The industrialization of time and space in the nineteenth century*. University of California Press.
 - » Scott, J. (2013 [1986]). El género: una categoría útil para el análisis histórico. En Lamas, M. (comp.). *El género: la construcción cultural de una diferencia sexual*. México, UNAM.
 - » Sinnema, P. (1998). *Dynamics of the Pictured Page: Representing the Nation in the Illustrated London News*. Aldershot, Ashgate.
 - » Szir, S. (2013a). Reporte documental, régimen visual y fotoperiodismo. La ilustración de noticias en la prensa periódica de Buenos Aires (1850-1910). *Caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA)*, N° 3. Disponible en: http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article_1.php&obj=121&vol=3
 - » Szir, S. (2013b). Arte, tecnología y prácticas gráficas en la historia material de los periódicos ilustrados. Buenos Aires (1860-1920). *Anuario TAREA*, vol. 1, N° 1: 99-115.
 - » Tarcus, H. (2020). *Las revistas culturales latinoamericanas: giro material, tramas intelectuales y redes revisteriles*. Temperley, Tren en Movimiento-CeDInCI.
 - » Tell, V. (2017). *El lado visible. Fotografía y progreso en la Argentina a fines del siglo XIX*. Buenos Aires, UNSAM Edita (Colección Artes-Serie Tramas).
 - » Twyman, M. (1994). El surgimiento del libro gráfico en el siglo XIX. En Myers, R. y Harris, M. (eds.). *A millennium of the book: production, design and illustration in manuscript and print, 900-1900*. Delaware, Oak Knoll Press.
 - » Williams, R. (ed.). (1992 [1981]). *Historia de la Comunicación, vol. 2. De la imprenta a nuestros días*. Barcelona, Bosch Casa Editorial.
 - » Zemon Davis, N. (2013). Descentralizando la historia: relatos locales y cruces culturales en un mundo globalizado. *Historia Social*, N° 75: 165-179.

»

Otras fuentes

- » *Boletín del Departamento Nacional del Trabajo* (1912). Disponible en: <http://www.trabajo.gov.ar/biblioteca/memoria/bdnt.asp>
- » *Central Argentine Railway Magazine (1911-1916)*. Centro de Estudios Históricos Ferroviarios, Museo Nacional Ferroviario Raúl Scalabrini Ortiz.