

Maternidad y movilidad:  
las mujeres inmigrantes y  
sus ventas ambulantes en  
las páginas de las revistas  
ilustradas porteñas, Buenos  
Aires 1898-1918<sup>1</sup>

Maternity and mobility:  
immigrant women and  
their ambulant sales in the  
pages of Buenos Aires  
illustrated magazines, 1898-  
1918

Elisabet Prudent<sup>2</sup>



**Resumen:** El artículo analiza los discursos y representaciones que operaron tras la “maternalización” de las mujeres inmigrantes que se desempeñaron como vendedoras ambulantes, en las páginas de dos revistas ilustradas comercializadas en Buenos Aires en el cambio del siglo XIX al XX: *Caras y Caretas* y *PBT*. En los cuerpos itinerantes de estas mujeres, expuestos al ejercicio representacional que despertó su doble trayectoria de movilidad – migración transatlántica y deambular cotidiano por las calles de la capital argentina- fue inscrita la función primaria que el Estado les asignó en la construcción de la nación: el ser madres de los futuros ciudadanos. Su origen, rol reproductivo y la precariedad en que vivieron al interior de la metrópolis, fueron los filtros a partir de los cuales los magazines complejizaron el potencial significativo de su incursión en el espacio urbano como trabajadoras informales. El artículo busca dilucidar los mecanismos por medio de los cuales el discurso patriarcal y su correlato de etnia y clase, difundió arquetipos de feminidad popular en determinados medios impresos de comunicación que relacionan la experiencia de las vendedoras con el proyecto cultural que acompañó la formación de la nación en Argentina. Metodológicamente, el análisis propuesto, partiendo del enfoque histórico con perspectiva de género, reconstruye las características atribuidas a estas mujeres, a través del estudio minucioso de las imágenes y textos que las refirieron en las revistas *Caras y Caretas* (II Época, 1898-1920) y *PBT* (I Época, 1904-1918).

**Palabras clave:** Movilidad; Maternidad; Inmigración; Trabajo femenino ambulante; Representaciones de género.

**Abstract:** The article analyzes the speeches and representations that operated behind the “maternalization” of immigrant women who served as street vendors in the pages of two illustrated magazines commercialized in Buenos Aires at the turn of the 19th to the 20th century: *Caras y Caretas*, and *PBT*. In the itinerant bodies of these women, exposed to the representational



exercise that awoke their double trajectory of mobility - transatlantic migration and wandering daily through the streets of the Argentine capital - the primary function was inscribed to them by the State in the construction of the nation: being mothers of future citizens. Its origin, reproductive role and the precariousness in which they lived inside the metropolis, were the filters from which magazines make known the significant potential of their incursion into public space as informal workers. The article seeks to elucidate the mechanisms through which patriarchal discourse and its correlation of ethnicity and class, femininity representations were disseminated in certain print media that relate the experience of the sales women with the cultural project that accompanied the formation of the nation in Argentina. Methodologically, the proposed analysis, based on the historical approach with a gender perspective, reconstructs the characteristics attributed to the street sales women, through a detailed study of the images and texts referenced by the magazines *Caras y Caretas* (1898-1920) and *PBT* (1904-1918).

**Keywords:** Mobility; Maternity; Immigration; Female street vendor; Gender representations.



## Introducción

En el marco de los desafíos que la inmigración masiva representó para la organización del Estado y la construcción de la nacionalidad en Argentina, se discutía hacia fines del siglo XIX y comienzos del XX el rol que le cabía a la población extranjera en dichos procesos. Del proyecto liberal y cosmopolita que en la década de 1850 había reconocido la importancia de la “inmigración espontánea” como un factor civilizatorio, se transitó a partir de 1890 a un debate centrado en el ideario nacional y el discurso patriótico con variantes que podían extrapolarse a sus dimensiones políticas o culturales (BERTONI, 2001, p. 31). Así, cuestiones como el lugar que ocuparían los recién llegados entre las fuerzas productivas y las condiciones de su integración a la sociedad, permearon diferentes espacios de la opinión pública.

Gabriela DellaCorte y Paola Piacenza han planteado que al estudiar la bibliografía sobre los procesos migratorios en Argentina, “el tema aparece tratado como un asunto de hombres” (DELLACORTE; PEACENZA, 2005, p. 91). Dicho diagnóstico coincide con el hecho de que la inmigración fue, hasta cierto punto, “selectiva”, primando el componente adulto y masculino (MALGESINI, 1993, p. 354). Este antecedente fortaleció la tendencia a homogenizar la diversidad de experiencias que envolvió el desplazamiento ultramarino de población, ignorando a sujetos que también formaron parte de dicho contingente humano, como fue el caso de las mujeres, las niñas y los niños.

Las mujeres provenientes principalmente de Italia y España, pero también de otros parajes distantes como Turquía y Japón, llegaron junto a sus grupos familiares o solas –estas últimas en un porcentaje que variaba entre el 13% y el 18% del total- para integrarse al nuevo mercado laboral (DEVOTO, 2004, p. 303). Si bien se identificaban inicialmente como agricultoras, en correspondencia con la convocatoria realizada por la autoridad, así como con el perfil de las unidades productivas parentales de origen, se desempeñaron en otras múltiples áreas. Ingresaron a fábricas, al servicio doméstico como sirvientas, al “trabajo a destajo (costura, lavado, planchado), a los pequeños talleres (camiserías, fabricas de sombrero y cigarrillos)”, y al “cuentapropismo”, es decir, emprendiendo negocios de manera independiente en el ámbito del comercio a escala reducida, ya sea a través de puestos fijos o como vendedoras ambulantes (ROMERO, 2009b, p. 314). Las ciudades más importantes se transformaron en polos de concentración de estas mujeres, tanto por reunir una mayor oferta de trabajo asalariado como por las posibilidades que el circuito informal urbano

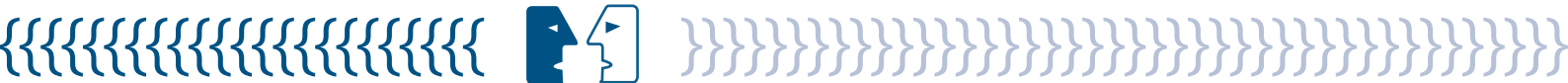


les ofrecía.

La presencia de población femenina inmigrante fue relevante en el escenario de la modernización sociocultural de entre siglos. Además de contribuir como mano de obra al mundo del trabajo extra doméstico, interviniendo la configuración cotidiana del paisaje citadino y captando la atención de sus observadores contemporáneos, fueron depositarias de una función social clave luego de que se les asignara la misión de “poblar” el territorio, en una operación que conllevó la politización de la maternidad y las hizo responsables de concebir y criar a los futuros ciudadanos (NARI, 2004, p. 18).

El análisis propuesto parte de la visibilización de estas mujeres en la ciudad de Buenos Aires y relaciona el impacto de su trayectoria de movilidad con las posibilidades y contradicciones que sus propios cuerpos encarnaron frente al proyecto político-cultural dirigido por el Estado argentino. Específicamente, el artículo se centra en las representaciones que los magazines porteños difundieron sobre las vendedoras ambulantes, a partir de su significación en tanto trabajadoras de calle y madres o futuras madres de la nación. Al primer movimiento que les dio visibilidad, originado en la travesía en barco que las trasladó desde sus lugares de origen hasta un nuevo territorio en el que aún no tenían un lugar propio, se sumó su movilidad cotidiana por las calles de la ciudad, en una itinerancia que las hizo reconocibles como “tipo popular” de la vitrina urbana. Ambos desplazamiento son los que se conjugan en el ejercicio representacional que las transportó hasta las páginas de las revistas *Caras y Caretas* (1898-1920) y *PBT* (1904-1918), publicaciones de circulación masiva que proporcionaron el material de base para esta investigación. Fueron, a su vez, estos dos movimientos los que dieron cuenta de las limitaciones del proyecto que las incluía en el orden social como inmigrantes, trabajadoras y procreadoras.

En palabras de Fraya Frehse, la mediación de las representaciones torna presente lo ausente en los espacios de escenificación de la modernidad, especialmente en la calle, elemento central de la vida cotidiana (FREHSE, 2011, p. 36). El rol de las revistas en esa mediación fue justamente dar visibilidad a lo ausente en el espacio público, es decir, para el caso estudiado, a mujeres que por la fugacidad de sus apariciones, no fueron relevantes en los macro análisis sobre la inmigración en Argentina. Por el contrario, sí lo son -como defiende este texto- en la medida que permiten reconocer a través de la interpretación de su *performance*, la influencia de determinados programas culturales y el poder evocador de su experiencia entre los públicos consumidores de las revistas

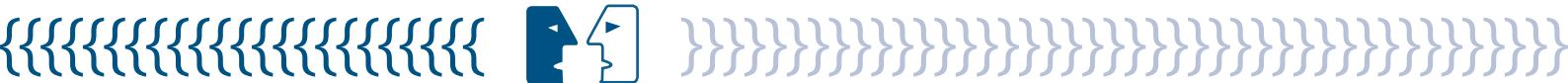


ilustradas que daban forma a una incipiente cultura de masas.

Entendiendo que las representaciones se traducen en organizaciones de significado, en “constelaciones simbólicas” dispuestas para legitimar discursos y “prácticas sociales” (VICTORIANO; DARRIGRANDI, 2009, p. 254), resulta significativo tener en cuenta las diversas y contradictorias dimensiones que se confabulan en su constitución como principio de inteligibilidad. Estas dimensiones se relacionan, por un lado, con el plano de la coerción, en lo referido a los contenidos normativos de las representaciones colectivas conducentes a reproducir las condiciones de subordinación; y por el otro, con el plano de la confrontación, alusivo a las formas de apropiación y crítica que las representaciones pueden llegar a detonar entre quienes se distancian de los sistemas de interpretación hegemónicos. Al reconocer estas dimensiones, el texto estudia las construcciones simbólicas que dieron a conocer a las vendedoras ambulantes extranjeras como madres, a través una jerarquía de elementos interpretativos procedentes tanto del contexto en que se formularon esas representaciones, como de la propia interpretación de quienes las representaron. Así, parafraseando a Raymond Williams, es posible distinguir ciertas formulaciones representacionales en permanente cambio, en las que convergen indistintamente y en diversas proporciones, elementos dominantes –relacionados con los discursos sociales patriarcales que se manifestaron desde los distintos frentes del orden social y sexual instituido; sustratos residuales –procedentes de un pasado codificado que aún poseía valor cultural- y otros emergentes –que plantean una ruptura, con respecto a la hegemonía instaurada (WILLIAMS, 1980, p. 143-158).

Descifrar estos aspectos requiere de una aproximación crítica a las imágenes y discursos que le otorgaron sentido a la actuación de estas mujeres, y que oscilaron entre una mirada paternalista y el reconocimiento de su liderazgo en unidades productivas familiares. Dicho ejercicio se materializa en el análisis del mapa cognitivo sobre las características físicas, morales y psicológicas atribuidas a las ambulantes, así como en el estudio de las formas en que estos atributos fueron posicionados frente al patrón dominante de feminidad de entre siglos. Para ello se analizarán diversas modalidades de construcción de sentidos sobre el trabajo ejecutado por las inmigrantes en las calles de Buenos Aires, considerando el contexto de adaptación social a los desafíos económicos y culturales surgidos con la implementación de proyectos modernizadores.

El artículo se estructura en cinco apartados. El primero comienza por situar el interés de las revistas ilustradas en las vendedoras ambulantes como parte



del escenario mayor de atención dada al tema del trabajo femenino. El segundo analiza el ingreso de las inmigrantes y sus comercios ambulantes al itinerario urbano que estas revistas elaboraron, coincidentemente con su programa editorial y la importancia que adquieren en él como figuras de la cotidianidad moderna para los nuevos públicos lectores. Los tres apartados siguientes analizan los significados atribuidos a la maternidad y la visión crítica que los magazines manifestaron hacia la indefensión en que se encontraban las jóvenes inmigrantes en su condición de madres pobres. Así, se identifica un primer grupo de representaciones orientadas por el registro compasivo que subrayó el peregrinaje de las ambulantes por las calles junto a sus hijos e hijas, sacrificando sus propios cuerpos por el bienestar de su prole. También, se reconocen las representaciones de una maternidad empoderada, “empresarial”, que distanciándose del imaginario piadoso, ve en la venta callejera y en la organización de núcleos de distribución familiar, especialmente de periódicos, nuevas articulaciones del sistema sexo-género. Finalmente, el texto se detiene en una experiencia de venta ambulante que si bien es más propia del trabajo infantil, cala profundamente en los imaginarios difundidos por los magazines estudiados, ya que daba cuenta del fracaso augurado al proyecto social y cultural dirigido por el Estado, en la medida que atentaba contra el futuro de las madres de la nación: el caso de las niñas “canillitas”.<sup>3</sup>

### **El trabajo femenino como tópico informativo en las páginas de *Caras y Caretas* y *PBT***

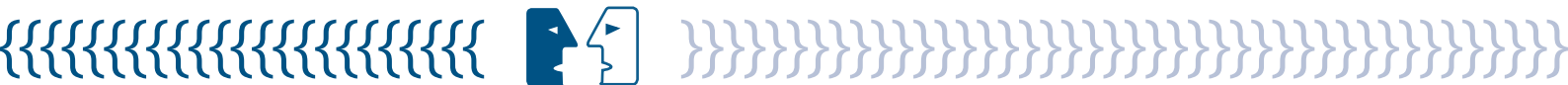
Los soportes materiales donde se plasmaron las representaciones de las vendedoras ambulantes resultan de suma importancia ya que remiten al protagonismo de la circulación cultural en el “rehacer” permanente de la hegemonía (BARBERO, 1998, p. 99); específicamente en el ámbito del sistema sexo-genérico, a través de estrategias registradas en papel que informan sobre apropiaciones, resignificaciones e interpelaciones entre las lógicas del poder y los nuevos roles que asumían las mujeres en el contexto de la modernización urbana.

La figura de las inmigrantes resultó atractiva, principalmente, para aquellos artefactos que recurrieron a la trama de la cotidianidad como depósito desde el cual extraer temas o tipos que fueran reconocibles a las audiencias urbanas. En esta categoría destacan los magazines o revistas ilustradas, específicamente, *Caras y Caretas* y *PBT*.

*Caras y Caretas*, “Semanario festivo, literario, artístico y de actualidad” comienza a circular en la ciudad de Buenos Aires el 8 de octubre de 1898.<sup>4</sup> Fundada por Eustaquio Pellicer y Bartolomé Mitre y Vedia - quien al poco tiempo fue reemplazado en su cargo de director por José S. Álvarez (Fray Mocho)- contó en sus orígenes con la importante colaboración del dibujante Manuel Mayol (Heráclito). Posteriormente, ingresaron a sus filas célebres nombres del mundo de las letras y el arte, convocados por el proyecto comercial y profesional de la revista. Siendo la primera publicación periódica de alcance masivo, se transformó en un precedente para otras que posteriormente imitaron su fórmula comunicacional y comercial (BEIGBEDER; MELONI, 1999, p. 253-254). Su tiraje inicial fue de 15.000 ejemplares, alcanzando, en el año 1910, las 110.700 unidades impresas por cada nuevo número que salía a la venta (SZIR, 2009a, p.80). Entre los factores que facilitaron el éxito de su recepción, se encuentra el que haya incluido en sus páginas, de manera programada, un lenguaje visual capaz de acoplarse e incluso disputar hegemonía a la palabra escrita, por medio de la inserción de gran cantidad de ilustraciones y fotografías reproducidas con la técnica del fotograbado. Asimismo, fue clave en su estrategia de comercialización el hecho de que, a pesar de estar impresa a seis colores, mantuviera un precio accesible, acercándose a distintos segmentos de la sociedad.<sup>5</sup> Así, *Caras y Caretas* logró llegar a públicos heterogéneos recurriendo a la variedad de sus enfoques y contenidos, los que iban desde escuetas y didácticas notas, hasta fragmentos literarios que reflejaban una mayor elaboración. Según explica Sandra Szir, las temáticas incluidas por esta revista respondían a las necesidades de “información, recreación y educación de la sociedad en formación, en un tono que tomaba los aportes heterogéneos de la inmigración europea pero también afirmaba una identidad vernácula, sin dejar de representar las tensiones que el choque cultural provocaba” (SZIR, 2009a, p. 81).

Por su parte, *PBT*, el “Semanario infantil ilustrado (para niños de 6 á 80 años)”, autodefinido como “Humorístico, Noticiosos e Instructivo”, salió a la luz pública el 24 de septiembre de 1904. Según explican Silvia Beigbeder y María Isabel Meloni, su fundador, el ya mencionado Eustaquio Pellicer, decidió emprender un nuevo proyecto luego de entablar “una amistosa lucha por modificar el carácter monótono” de *Caras y Caretas*. Finalmente, Pollicer da vida a “la revista con la que él soñaba, [...] de acuerdo con ese espíritu juvenil, inquieto y travieso” (BEIGHBEDER; MELONI, 1999, p. 279). Junto con él participaron en la creación de la nueva publicación los caricaturistas José





María Cao y Juan Mayol.

A pesar de ostentar el estatus de legataria más que de vanguardista en el mercado de las revistas ilustradas, *PBT* constituye un referente del género magazine. Fundamentalmente porque gozó, en todo su esplendor, del impulso que la masificación de la prensa periódica experimentó durante los primeros años del siglo XX. Su tiraje se incrementó rápidamente desde los iniciales 5.000 a los 20.000 ejemplares por edición, culminando su primera época con 45.000 copias por número.<sup>6</sup> Sí bien *PBT* conservó la constante del lenguaje gráfico, presentó variaciones novedosas en su formato. Entre las principales destacan sus reducidas dimensiones, potenciándose como una “revista de bolsillo”, más pequeña que su competencia.

Tanto *Caras* y *Caretas* como *PBT* reunieron en sus páginas tópicos y géneros variados; agendas temáticas que incluyeron noticias nacionales y extranjeras, literatura de ficción, poesía, notas científicas y tecnológicas, actualidad política, textos culturales y sociales, humor y sátira, avisos publicitarios y noticias del comercio. El carácter misceláneo de sus contenidos, estuvo determinado por la necesidad de ofrecer una gama amplia de materias acordes a los intereses de los diversos lectores urbanos, asegurando así, un porcentaje estable de consumidores para cada nuevo número publicado. Cabe destacar que la emergencia de lo público fue uno de los factores transversales al contenido temático de estas revistas. Se buscó informar por medio de crónicas y fotografías sobre los acontecimientos y personalidades que marcaban las pautas del debate al interior de la sociedad. Si bien inicialmente este rasgo se manifestó a partir de sucesos y rostros provenientes de la política local, luego derivó en el rescate de personajes y vivencias que eran parte de la cotidianidad y el sentido común de los y las sujetos urbanos.

Con el ingreso de las mujeres a la esfera del trabajo asalariado, el abanico noticioso de *Caras* y *Caretas* y *PBT* incluyó sistemáticamente el tema de la mujer trabajadora. Tal inserción se concretó por medio de dos modalidades de enunciación. Una de tono descriptivo, con aspiraciones de imparcialidad, y otra más reaccionaria frente a los nuevos espacios que ocupaban las mujeres en la sociedad. La primera de esas orientaciones se refleja en artículos que tenían por objeto informar sobre los detalles y aspectos curiosos que caracterizaban a los distintos oficios femeninos modernos. Especial atención pusieron estas revistas en aquellas profesiones o actividades que resultaban excéntricas por lo masculinizado del gremio en que incursionaban. Al respecto, se informó no sólo de experiencias locales sino también de otras provenientes desde Europa,



explicándose las coyunturas, especialmente conflictos bélicos y la avanzada feminista en política, que gatillaban, en aquella parte del mundo, que las mujeres se encontrasen desarrollando oficios históricamente ejercidos por varones.

Asimismo, generaba interés la experiencia de mujeres que desempeñaban profesiones liberales, como fue el caso de las médicas, abogadas o profesoras. En 1907, *Caras y Caretas* presenta la crónica “Los rudos trabajos de las mujeres”, donde se retrataron varios oficios femeninos en la sociedad porteña, agregándose al listado otros estrictamente modernos como los de telefonista y tipógrafa (FIGARI; HOVHANNESIAN; SACCHETTI, 2011).

La segunda modalidad de enunciación observable en la forma en que estas revistas se refirieron al trabajo femenino en general, y a las trabajadoras urbanas en particular, tiene que ver con la emisión de juicios estereotipados sobre la feminidad hegemónica. Implementando estrategias discursivas que tuvieron por objeto banalizar la figura de las trabajadoras, se potenciaron imágenes caricaturescas, como fue, por ejemplo, la de la “obrerita”.

Este tipo de representaciones incluye registros discursivos abiertamente patriarcales y sexistas. Así queda de manifiesto, por ejemplo, en la crónica “Esto matará aquello”, publicada por *PBT* el año 1907. Su autor, de iniciales A. MAR (curioso seudónimo teniendo en cuenta la falta de afecto en sus palabras), reclama por los excesivos avances que ha logrado para sí el mal llamado “sexo débil”, convertido a esas alturas en el “sexo invasor”:

Invasor insaciable, napoleónico, voraz, que ni nada respeta, ni ante nada se detiene, como si al haber abandonado el hogar, su residencia augusta, hubiese sido mordido por el *plus ultra* de una inconmensurable ambición. La banca, la bolsa, el comercio, el foro, la cátedra, la medicina, la literatura, el periodismo, las oficinas del Estado[...] por todas partes se encuentra á la mujer empujando al hombre (*PBT*, 1907).

Criticando la transgresión a los roles sexo-genéricos y a la delimitación espacial que históricamente había remitido el accionar de las mujeres a la esfera privada, la crónica denunció la incompatibilidad implícita que había entre el ejercicio de actividades públicas y el cultivo de la feminidad pactada socialmente. Llevando esta contradicción a sus límites, afirma la imposibilidad de que la mujer cumpliera con su rol fundamental de esposa si, en vez de estar dedicada al cuidado del hogar, del marido y del cultivo de un espíritu noble, gastaba sus horas en quehaceres impropios de su sexo:



Claro está que no pudiendo estar en misa y replicando, ni en el pescante y zurciendo, ni en la redacción y en la cocina, ni en el foro y en el hogar, ni en la oficina y en la estancia donde en tiempos pasado esperó al marido [...] claro está que la mujer, careciendo, entre otras cosas que no puede decirse, del don de ubicuidad, no puede seguir siendo esposa, pues que doctora, ni madre, pues que funcionario público (*PBT*, 1907).

El trabajo asalariado no fue la única esfera productiva en la que intervinieron mujeres y sobre la cual depararon *Caras y Caretas* y *PBT*. Ante la importancia de dar a conocer la cotidianidad de la cultura urbana surgen otros rostros de mujeres trabajadoras y distintas interpretaciones respecto a su intervención pública. Entran así en escena las vendedoras ambulantes como parte de la galería de sujetos femeninas incluidos en las páginas de estas revistas ilustradas.

### **El desembarco de las vendedoras ambulantes en la trama urbana de las páginas magazinescas**

Gran parte de los contenidos de *Caras y Caretas* y *PBT* se articularon en torno al núcleo de la experiencia urbana y la ciudad como eje gravitante. La calle fue, por ende, el espacio donde se visibilizaron los intercambios culturales y sociales entre los habitantes de una urbe cada día más cosmopolita. Geraldine Roger explica que *Caras y Caretas* se transformó en una “guía urbana” por medio de la cual fue posible asimilar las dinámicas de la ciudad y situarse dentro del nuevo contexto. En ese sentido, la autora plantea que la revista, al ser “producida y leída por inmigrantes y criollos, ayudó a sus lectores a procesar los cambios y a orientarse en un período de modificación constante” (ROGERS, 2008, p. 50). *PBT* actuó de la misma manera al recorrer la ciudad para dar a conocer los tipos populares y sus costumbres, advirtiendo a quienes se adentraban en la capital Argentina, de los códigos necesarios a la hora de relacionarse con la multitud desconocida. Se traducían así el texto urbano para describir la trama cotidiana de la sociedad porteña.

El tema de la inmigración y su impacto en la configuración de Buenos Aires como metrópolis moderna, fue un tópico importante para estas revistas. Las publicaciones expresaron una clara preocupación por la población femenina procedente desde Europa mediterránea, dados los desafíos que representaba su incursión en el mundo del trabajo y las características socioculturales que imprimirían a la sociedad local. Importaba, en este sentido, su edad, el oficio



que declaraban, si se trataba de mujeres que venían acompañadas de sus maridos, si traían hijos consigo o si bien llegaban solas. Estas últimas eran objeto de sospecha tanto para autoridades como para los reporteros interesados en saber más sobre sus vidas.

**Cuadro 1** - Cantidad de mujeres solas que llegaban cada año a la Argentina

Rango etario	1907	1908	1909	1910	1911
De 13 á 20 años	3.999	5.876	4.913	6.737	6.418
De 21 á 30 años	9.195	11.571	8.601	11.384	10.291
De 31 á 40 años	2.423	3.389	2.583	3.409	3.310
De 41 á 59 años	2.135	2.655	2.305	2.733	2.770
Mayores de 60 años	238	212	253	255	380
<b>Totales</b>	17.990	23.703	18.655	24.518	23.169

**Fuente:** “La comisión protectora de la mujer inmigrante” Caras y Caretas (1912b).

La atracción que la ciudad ejerció en las recién llegadas estuvo presente en el relato sobre la vorágine de la vida moderna. Cabe señalar que la capital argentina en la década de 1880 ya era una de las ciudades más importantes de Latinoamérica, tanto por sus dimensiones territoriales como por la cantidad de habitantes que la componían. Así, entre los años 1887 y 1914 Buenos Aires vio triplicada su población, aumentando en un 400% su índice demográfico femenino, explosión en la que influyó de manera decisiva la inmigración trasatlántica.<sup>7</sup>

Como ya se mencionó, las mujeres que llegaban desde distintas latitudes cumplieron funciones diversas en el ámbito productivo. El hecho de que muchas de ellas llegasen con niños pequeños, fue un obstáculo para su ingreso al circuito del trabajo industrial, por lo que debieron encontrar nichos de subsistencia en los que su condición de madres no fuese impedimento para obtener el sustento diario. Uno de ellos fue el comercio ambulante. Mientras otros oficios obligaban a las mujeres populares a ausentarse de sus hogares por jornadas extensas, dificultando el cuidado de los niños y niñas, el comercio callejero se convirtió en una opción para conseguir ingresos sin tener que dejarlos solos, por lo menos mientras éstos no pudieran valerse por sí mismos.

Las vendedoras fueron consideradas trabajadoras “marginales” que no integraron el conjunto de la fuerza laboral formal.<sup>8</sup> En su mayoría recurrieron a este oficio como uno de los tantos que desempeñaron para sobrevivir. No fue extraño entonces que, luego de haber trabajado como sirvienta, camarera o cocinera, una mujer comenzara a obtener ganancias con la venta de aquellos productos que más familiares le resultaban. Este tránsito se lograba luego de juntar un pequeño capital con el cual iniciar las ventas itinerantes.

Las revistas ilustradas, a través de secciones como “Portafolio de curiosidades”, “Paseos fotográficos por el municipio”, “Buenos Aires misterioso”, “Buenos Aires pintoresco” y reportajes ocasionales que buscaban dar a conocer las figuras típicas de cada barrio, testimoniaban la presencia de inmigrantes seducidas por la consigna del progreso; por la posibilidad de emprender un próspero camino construido según sus propias capacidades. Las vendedoras ambulantes integraron el rompecabezas del pequeño comercio en la capital. Se les presentó como mujeres hábiles en la tarea de dinamizar el ritmo urbano y contribuir, mediante el ajeteo de sus exiguos negocios, al frenesí que la ciudad vivía por aquellos días. En un artículo titulado “Buenos Aires nocturno. Mi barrio”, *Caras y Caretas* relata cómo era, en 1899, la vista de una noche porteña y el muestrario de almas que la recorrían. Entre muchas otras, se destacaron con claridad, las vendedoras ambulantes:

La animación empieza ‘con el último bocado’, y en breve la circulación se activa: á eso de las ocho las gentes pindonguean en todas direcciones: comienzan á desfilar pequeños grupos de hombres, vestidos por lo general de negro, graves y serios, pálidos y melancólicos, llevando unos instrumentos enfundados en fúnebre tela: son los músicos de los teatros [...]; los tranways, repletos de pasajeros, cruzan las calles haciendo sonar á cada instante sus campanas y deteniéndose á cada paso para recibir á los que esperan en las puertas y aceras, entre los que dominan las cocineras con sus canastas al brazo que *apestan* á cebolla y levantan con sus olores insoportables más de una protesta entre los viajantes [...] gritan los *floristas* con sus canastas enormes, alineadas en las esquinas; y los vendedores de fósforos, en las puertas de las confiterías y restaurants, frente á los escaparates y avisos luminosos, en los bars [sic] y cafés, en las agencias de lotería, en los almacenes, en las tiendas, en todas partes; [...] los vendedores de revistas y libretos, se desgañitan metiendo por los ojos CARAS Y CARETAS, *Blanco y Negro, Madrid Cómic* (CARAS Y CARETAS, 1899).

Los espacios representacionales en que se insertaron las imágenes de las ambulantes fueron variados y contemplaron la utilización de técnicas de

registro diferenciadas, entre las que destacan la fotografía y las ilustraciones. Como en la cita anterior, fue habitual que ingresaran a crónicas urbanas o textos costumbristas, figurando como parte vital del panorama ciudadano. Tales incursiones se activaron por medio de escenas ficcionales o bien a través de reportajes periodísticos. En determinados casos, ellas se transformaron en las protagonistas directas; en otros, aparecieron aisladas, sin mayor vinculación con los textos que contenían sus imágenes.

Algunas de las apariciones de las ambulantes se vincularon a la descripción de sectores definidos culturalmente por el origen de sus habitantes. Tal fue el caso del barrio turco, reconocido porque sus residentes se dedicaban fundamentalmente al comercio. Esta comunidad fue menoscabada por la concepción eurocéntrica de la inmigración que había fomentado el Estado, lo que se tradujo en opiniones negativas sobre su contribución a la comunidad nacional en formación. Al publicar *Caras y Caretas* un artículo titulado “Turcos en Buenos Aires”, se hace mención indirectamente a las mujeres de la colectividad: “Cuando hace algunos años empezamos á ver en las calles de nuestra capital grupos de hombres de tez bronceada y tez rojo, ocupados, como sus mal vestidas mujeres, en el ingrato oficio de mercachifles, ofreciendo al transeúnte su banal muestrario de abalorios y menudencias industriales, más de

**Figura 1** - Fotograbado de una turca vendedora de baratijas, en “Turcos en Buenos Aires”



**Fuente:** Caras y Caretas (1902)

un sociólogo criollo encontró irritante esta inmigración” (CARAS Y CARETAS, 1902).

Así también ocurrió con crónicas dedicadas a otros suburbios. *PBT* publica en 1914 en su sección “Buenos Aires pintoresco”, un apartado titulado “El barrio de los judíos”, donde el repórter se detiene en la figura de la una mujer que día a día se ubica en la misma esquina para vender su mercancía, reproduciendo a través de su descripción, varios de los lugares comunes a partir de los cuales se definía culturalmente a esta colectividad: “La vendedora de cigarrillos, que atiende el negocio improvisado en el escaño de una puerta, ofrece las mismas particularidades [que el anciano barbudo

de galera cuadrada] no variará su indumentaria aun cuando la temperatura se lo exija [...] El barrio judío es una incubadora de negocios, y quizás también una incubadora de fortunas” (PBT, 1917).



Fuente: PBT (1917)

Siguiendo el itinerario de la guía urbana elaborada por las revistas ilustradas, también se habló de las ambulantes en reportajes dedicados a las ferias y mercados más antiguos de la ciudad. Aunque las vendedoras ubicadas en estos espacios no eran del todo itinerantes, puesto que podían establecerse en precarios puestos en los que dispensaban sus productos, igualmente ingresan en la categoría de ambulantes al mantenerse en movimiento por la ciudad. Las ferias migraban diariamente de un sector a otro, y con ellas, sus puesteras. Debe considerarse, además, que no por estar asociadas a determinadas estructuras de expendio, eran parte constitutiva de ellas. En algunos casos las mujeres asistían con sus canastos bajo el brazo a ubicarse estratégicamente en las proximidades de tales centros, en búsqueda de su potencial clientela, sin necesariamente ser feriantes, con lo que mantenían su condición de trabajadoras informales.

Asimismo, las vendedoras se visibilizaron activando espacios patrimoniales a través de su comercio y la tradición de proveer los alimentos distintivos de sus lugares de origen. Las fotografías que las retrataron en las páginas de los magazines buscaron llegar hasta quienes quisieran adentrarse en estos sitios, con objeto de que pudiesen reconocer con presteza a la italiana con sus chorizos ahumados o a la española de los más succulentos quesos. A veces sólo quedaron sus imágenes plasmadas en pose laboriosa o paralizadas en medio de la transacción; en otras oportunidades, cuando la vendedora llamaba la atención por su belleza o desplante, se dedicaron algunas líneas a su retrato o bien a reproducir sus impresiones. Así ocurrió con Teresita Gorreta, “La reina de la feria en la Boca”, española vendedora de embutidos, descrita en un reportaje sin firma, como una mujer “Rubia, bien parecida, de 19 años de edad” (CARAS Y CARETAS, 1911).



Más allá de la exhibición, en apariencia ingenua, de fotografías y dibujos retratando a vendedoras ambulantes en escenarios diversos que aludían no sólo a sus vivencias sino también a la experiencia de la sociedad urbana en el cambio de siglo, es posible identificar arquetipos de feminidad en las narrativas y signos utilizados para caracterizarlas. No todas las ambulantes fueron acogidas de igual manera al momento de elaborarse representaciones sobre ellas en las páginas de *Caras y Caretas* y *PBT*. Existieron factores que expresan la mayor o menor simpatía hacia el oficio, dependiendo, en ocasiones, de la carga simbólica del producto comercializado, del grado de masculinización del gremio de vendedores en el que intervenían, de la edad y capacidad de proyectar indefensión, o de la actitud que la vendedora transmitió al “explorador urbano” (WALKOWITZ, 1995, p. 45).

Con el objetivo de divulgar las transformaciones que contemplaba la modernización urbana, los magazines asumieron la vocería del nuevo proyecto cultural difundido por el Estado durante el cambio de siglo, el cual disponía, en clave sexo-genérica, redefinir el significado de la maternidad y con ello, las identidades de género. Las revistas incorporaron esta premisa de manera evidente en las representaciones sobre el trabajo femenino itinerante, codificando las imágenes de las vendedoras mediante el recalque de su condición de madres pobres. Con este trasfondo ideológico, se difundieron diversos estereotipos de maternidad, los cuales se adaptaron a los perfiles de las inmigrantes que ocuparon las calles, respondiendo, de paso, a los discursos dominantes sobre la realidad del trabajo femenino en la ciudad.

### **La fecunda y desvalida maternidad inmigrante**

En las vendedoras jóvenes que recorrieron las arterias urbanas con sus hijos a cuestas, se proyectó la fecundidad de los cuerpos de las mujeres extranjeras y su misión en la nación moderna. Ellas representaban las dos caras de la maternidad popular. Por un lado, el fruto rebosante de la vida engendrada, y por el otro, la palidez de sus semblantes producto de la precariedad material en que se encontraban. No hay certeza de si fueron mujeres que criaban solas o sí tenían parejas que contribuyesen en esta tarea. El hecho es que públicamente se constituyeron en sujetos visibles al incardinar el ejercicio de la maternidad responsable y lúcida ante la importancia que la sociedad le asignaba a la formación asistida de los niños. Al ser vistas junto a sus hijos e hijas, no sólo se les reconoció su rol activo como proveedoras, sino también su compromiso con





la dimensión afectiva de la crianza, desechando la opción del abandono para mantenerse próximas al desarrollo físico y moral de sus vástagos. Su experiencia representaba una excepción que valía la pena destacar ya que el abandono de hijos e hijas de inmigrantes en los hospicios o asilos para pobres, fue uno de los grandes problemas que enfrentó el Estado al no tener un plan que cubriese los obstáculos que enfrentaban las mujeres al ingresar al mundo del trabajo tras su arribo a la Argentina (DELLACORTE; PIACENZA, 2005). Ante este diagnóstico devastador, la figura itinerante de estas madres fue dignificada por las revistas, remarcando el gesto afectivo y abnegado de salir a recorrer las calles junto a sus pequeños, manteniéndolos cerca a pesar de las adversidades cotidianas.

El reconocimiento al esfuerzo de las madres vendedoras, se conjugó con la mirada crítica que *Caras y Caretas* y *PBT* manifestaron ante la indefensión de estas mujeres y el incumplimiento de la promesa de la modernidad. En esta clave, *PBT* publicó en 1915 una crónica firmada con las iniciales E.M. Del C., que llevaba por título “Tengo la *Jrande*”. En ésta exhibía la figura de una vendedora de boletos de lotería que circulaba por la ciudad junto a sus hijas. La fotografía que retrataba a esta mujer y a sus pequeñas, utiliza como telón de fondo una imagen de la Avenida de Mayo, decorada por bellos edificios, automóviles y luminarias, contrastaba en su estética con la figura somera de la vendedora gallega. La crónica comienza presentando a la ambulante desde su corporeidad minada: “De sol a sol, por inclemente que sea el tiempo anda por la Avenida de Mayo una infeliz mujer, toda andrajosa, suelta, desgredada, con cara de fatiga y de hambre”. Agudizando la divergencia visual propiciada por la superposición de imágenes, el texto establece una distinción corporal entre la madre y sus hijas, al ser descritas estas últimas desde un registro que proyectaba, idealizadamente, el bienestar de las niñas por medio de atributos físicos como la belleza y la robustez: “Lleva con ella [la vendedora] dos niñas, lindas como querubes, una en brazos, aprisionada fuertemente contra su seno, y la otra, mayorcita, de la mano o prendida de su vestido de percal”. Cabe señalar que hacia comienzos del siglo XX, se había difundido la idea de que por conocer los preceptos de la higiene y alcanzar una mayor expectativa de vida en relación a la población criolla, las inmigrantes cuidaban físicamente mejor de sus descendientes (MALGESINI, 1993, p. 355).

Reconstruyendo narrativamente la *performance* pública de esta vendedora, el autor daba a conocer su parecer sobre lo dramática que le parecía la realidad visionada: “Vende quintos de lotería, y los pregona débilmente, cual si su voz, de acento marcadamente gallego, al pronunciar el pregón -¡Tengo la

‘grande’!- se le quebrara en la garganta. Y va siempre ambulando por nuestra gran avenida con su hermosa y delicada carga, con sus quintos y su dolor”. Dando un giro al eje trágico del relato, el narrador reivindica el esfuerzo pretérito de esta mujer, manifestado en la figura saludable de sus hijas. Así, invierte el registro dramático de la mujer desguarnecida, carente e indefensa, para elaborar la representación de la madre que se desangra y da sentido a su existencia en la lucha diaria por mantener vivas, en cuerpo y espíritu, a sus hijas: “Los pobres también tienen gestos, y la lotera galaica ha tenido uno grande, inspirado en esos ángeles de su alma, lo que demuestra que no es su condición tan miserable como pudiera creerse” (PBT, 1915).

En esta clave, aparece publicado en *Caras y Caretas* un artículo titulado “Modos de vivir que no dan para vivir. Los oficios menudos”, redactado por V. A. Salaverri a propósito de la inquietud que le causó otro texto con el mismo título, escrito anteriormente por M. J. de Larra –conocido como Fígaro, “el gran maestro de periodistas”. Tanto el artículo referenciado como el que finalmente trasciende en la revista, tratan sobre las ocupaciones precarias que las gentes del pueblo desempeñaron para sobrevivir, capitalizando “las migajas que caen de la mesa del hombre pudiente” y generando así, una tradición de oficios informales en la ciudad (CARAS Y CARETAS, 1919a).

Junto a “canillitas”, “traperos”<sup>9</sup>, “buscadores”<sup>10</sup>, lavanderas y pequeños artesanos, asoma conmovedora en el relato de Salaverri, la delgada figura de una madre vendedora que amamanta a su bebe en medio de la calle. Protegiendo sus canastos, aparece en resignada espera, aguardando para que algún transeúnte se detenga y le compre sus frutas. Aunque es una más en la vitrina de los tipos urbanos callejeros que le interesan al autor del relato, sobresale, sin embargo, por la carga simbólica de su impronta de madre y por la humildad de su mercancías, que remiten a la pobreza y a las penurias de un destino trazado.

**Figura 3** - Fotograbado de una vendedora de boletos de lotería junto a sus hijas, en *PBT*



**Fuente:** PBT (1915)

**Figura 4** - Fotograbado de una vendedora de frutas, en “Modos de vivir que no dan para vivir. Los oficios menudos”



**Fuente:** Caras y Caretas (1919a)

La imagen de esta madre cumpliendo con el primero y más indispensable de los objetivos maternos según la convención social, como era el asegurar la subsistencia de los hijos engendrados, pretende generar un impacto visual en la audiencia lectora y facilitar que se establezca como tópico de discusión, el tema de la sobrevivencia de los pobres en la ciudad. Sí bien no se detiene mucho tiempo en ella, comenta cómo su “vida anónima se [...] antoja un milagro” (CARAS Y CARETAS, 1919a).

La aparición espectral de la vendedora de frutas viene a reforzar las representaciones sobre

la maternidad popular que la revista estaba interesada en difundir. Ante la ausencia de una figura masculina protectora y proveedora acompañando la incursión pública de esta mujer, se da importancia al vínculo primario de la madre devota con el hijo indefenso que mantiene apegado a su seno. Donna J. Guy ha planteado que “el seno y la leche” dan cuenta de la “responsabilidad afectiva” y la “misión biológica” que les cabía a las mujeres como reproductoras (GUY, 1998). Estas dimensiones le confieren a la frutera como madre, un halo de dignidad, ya que al desechar la opción del desamparo, se despoja también de la sospecha que recaía sobre ella en su condición de mujer pobre. Se torna, así, la heroína sobreviviente en la calle de las amargas, redimida ante la indiferencia de la sociedad.

### **La maternidad empresarial**

A las mencionadas imágenes y significados atribuidos al rol materno de las vendedoras, se agrega también el registro de otra experiencia: la madre empresaria. Se trató de mujeres que junto con aparecer menos victimizadas, se transformaron en el centro de unidades productivas familiares. Sus hijos dejan de figurar como una carga y se convierten en colaboradores o asistentes

en la tarea de conseguir el sustento familiar. Un ejemplo interesante sobre esta figura materna se encuentra en la historia de María E. Ísola, más conocida como “la China María”, una de las vendedoras de origen italiano más populares de la ciudad de Buenos Aires.

Caricaturizada como una mujer impetuosa y “de armas tomar”, *Caras y Caretas* sigue su pista. Sobre ella se entregan algunos antecedentes, como por ejemplo, que era madre de 23 hijos, todos vendedores de periódicos, con lo que se convertía en la matriarca de un pequeño batallón que monopolizaba el comercio de impresos en algunos barrios de la capital. Su esquina personal era la conformada por las avenidas Rivadavia y 25 de Mayo.

**Figura 5** - Fotograbado de la china María con uno de sus 23 hijos, en “Los vendedores de periódicos”



La china María con uno de sus 23 hijos, llamado José Ísola

**Fuente:** Caras y Caretas (1908)

Si bien su estampa de madre le otorgaba ante los ojos de quienes la observaban un margen de beneplácito, la actitud dirigente y protagónica de “La China María” entre los vendedores del gremio, además de curiosidad, generó cierta incomodidad. En un artículo del año 1908, dedicado a los vendedores de diarios, *Caras y Caretas* caracteriza a esta mujer en los siguientes términos: “Cada diarero se constituye en un defensor de sus colegas femeninos. Menos en el caso de la *china María*. Esta mujer es un tipo curioso. Ella no necesita defensores. Se defiende siempre sola. Es vigorosa como un escuadrón y es altiva como un vigilante” (CARAS Y CARETAS, 1908). Cuatro años después, la

revista manifiesta, en otro artículo titulado “Los canillitas populares”: “Es una feminista intransigente que no repara en sacar a relucir un tirante de su catre para contener los entusiasmos de la muchachada, cuando se alborota” (CARAS Y CARETAS, 1912a).

“La China María” fue también un referente de maternidad moderna. El vigor de sus 23 hijos daba cuenta de que, además de traerlos al mundo, cuidó

de ellos, nutrió sus cuerpos y les transmitió formas de sociabilidad que les permitieron sobrevivir. Sin embargo, lejos de ser la figura contemplativa representada por otras imágenes sobre la maternidad popular, capitalizó a sus hijos y mostró un manejo particular de sus propiedades como mujer reproductora/productora. Su fama y energía expresada en las instantáneas fue utilizada para cumplir el doble propósito de reconstruir, de manera ilustrativa y referencial, los circuitos de las ambulantes en la ciudad modernizadora, así como también, para hacer notar las contradicciones que se encarnaban en una mujer, que si bien trabajaba y ordenaba trabajar para mantener a su núcleo familiar, escapaba a los modos socialmente concertados que delimitaban la feminidad en el espacio público.

Las referencias sobre este tipo de maternidad son escasas. Además de las alusivas a “La China María”, se han encontrado en *PBT* otras sobre Manuela Aquino, vendedora de periódicos que también trabajó junto a sus hijos. En una fotografía que la retrata rodeada de los pequeños “canillitas” se especifica, para despejar las dudas que pudieran surgir en torno a la posible explotación infantil, que los niños iban “constantemente al colegio”. Además, se aclara en el artículo que “Ninguno de ellos puede vender más que por la noche; por eso entre ellos y la madre apenas reúnen ochenta o noventa pesos al mes” (*PBT*, 1912a, 1912b).

**Figura 6** - Fotograbado de la china María, en “Canillitas populares”

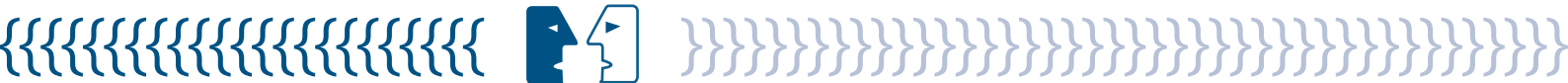


**Fuente:** Caras y Caretas (1912a)

**Figura 7** - Fotograbado de Manuela Aquino junto a sus hijos, en “Los canillitas”



**Fuente:** Caras y Caretas (1912a)



## La erosión de la maternidad futura

Sí bien las representaciones sobre las vendedoras ambulantes analizadas hasta el momento no contuvieron necesariamente una crítica explícita a la presencia femenina en el espacio público, la situación cambió radicalmente a partir de la exhibición de un caso en particular: las niñas “canillitas”. La experiencia de estas pequeñas, específicamente en un rubro masculinizado como fue la venta de periódicos, gatilló reacciones enérgicas sobre el nivel real de tolerancia que existía frente a los cambios sociales y culturales propiciados por la modernización. Su presencia daba cuenta del fracaso de las políticas de protección a la infancia y de las iniciativas médicas que buscaron frenar el abandono y otros males como la mortalidad infantil. Además, y como problemática de fondo, se subrayó el hecho de que si bien eran niñas, también eran mujeres, por lo cual su figura menuda en un el mundo peligroso de la calle, adelantaba el peor de los escenarios, la corrupción temprana de los cuerpos de las futuras madres de la nación.

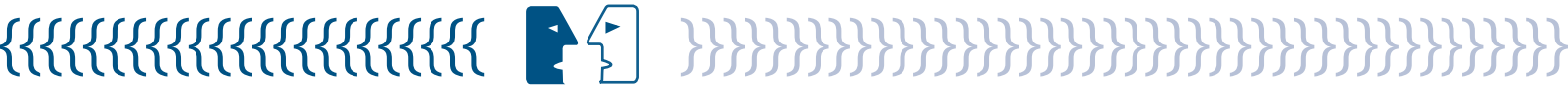
El año 1913, *Caras y Caretas* publicó un artículo titulado “La niña que vende diarios”, donde el cronista José María Salaverría explicita el riesgo de que mujeres a corta edad estén ocupadas en ejercicios tan poco dignos para su sexo. Los enunciados de su texto remiten a la influencia positivista en la pluma local. Salaverría comienza relatando su encuentro con la joven vendedora:

**Figura 8** - Ilustración de una “canillita”, en “La niña que vende diarios”



**Fuente:** Caras y Caretas (1913)

Mientras estamos tomando café, una chica se nos acerca gritando, con el tono habitual de los canillitas [...] Es una chicuela vivaz, flacucha, de ojos inteligentes y gesto descarado. Podrá tener hasta doce años [...] Languirucha y esmirriada, pálida, con la palidez de la mala comida y de la infecta habitación, tiene, sin embargo, la nerviosidad de los pajarillos, la malicia de los gorriones. Y después de dejar a lo largo de las mesas su grito mecánico: ‘¡La Razón, el Diario!’, salta corriendo a la calle y desaparece (CARAS Y CARETAS, 1913).



Fueron apenas unos segundos los que bastaron para que la imagen de esta niña quedara grabada en el narrador, quien increpa a los lectores para que tomen conciencia de la gravedad que conlleva la escena reproducida:

Comprendéis lectores, la especie de revolución que este hecho significa? Se desmorona, por de pronto, la mágica leyenda de la América dorada. Si un país cuenta ya con muchachitas que venden sobre el barro las hojas diarias, no podrá considerarse más como la tierra de promisión para los desvalidos del mundo. Si yo fuera, pues, una autoridad, mandaría retirar inmediatamente a esa chica que vende diarios, en aras de la gran reputación americana y por conservar el viejo prestigio del país del oro (CARAS Y CARETAS, 1913).

La pequeña niña personificó, de acuerdo a Salaverría, la analogía de la feminización de la sociedad y el derrumbe del “sueño americano” que promovió el arribo de millones de inmigrantes cada año a la Argentina. Con un dejo determinista, se sitúa la experiencia de niñas trabajando como una enfermedad que corroía el alma de la nación; imagen articulada en torno a una concepción romántica del orden social, que tipificaba los espacios y roles que a cada cual le corresponden dentro de la comunidad:

Se ha particularizado Buenos Aires hasta ahora por una cualidad hermosa: ha sido siempre una ciudad varonil. Trabajan los hombres: corren y sudan sólo los hombres. Esta preciosa forma de civilización masculina, que ha dado un carácter tan enérgico y singular a la metrópoli, comienza a desvirtuarse. Y si la mujer, si especialmente la infancia femenina invade el vasto palenque de la ciudad y arrastra su tristeza por entre los duros entreveros de la lucha por la vida (CARAS Y CARETAS, 1913).

Para el narrador se trata, en definitiva, de una “injuria palpable a la civilización”, imposible de omitir tanto por sus consecuencias sociales como por las implicancias morales asociadas al desplome de la estructura de roles que permitía la sobrevivencia de la principal forma de organización en las comunidades civilizadas: la familia.

Con ocasión de la publicación del libro *Glosario de la farsa urbana* de Roberto Gaché, *Caras y Caretas* publica un extracto de la obra titulado “Orden y Progreso”, que también hace referencia al impacto que le provoca al observador masculino letrado, la imagen de una niña vendiendo periódicos. Describiendo la esquina vertiginosa de la ciudad donde se encuentra con la “canillita”, se sitúa al lector en el clima cultural que se dejaba sentir en Buenos



Aires a comienzos del siglo XX. Detallando cuidadosamente el momento del encuentro, Gaché escribe:

**Figura 9** - Ilustración de una niña que vende diarios, en “Orden y progreso”



**Fuente:** Caras y Caretas (1919b)

Más abajo, casi por el suelo, yo he visto una cosa pequeña y rosada que pasa generalmente desapercibida. Esta cosa pequeña y rosada pasea entre las piernas del vigilante, entre las polleras de las busconas y entre los estribos de los automóviles. Y para entrar en tratos con los hombres que viven allá, muy arriba de su cabeza, debe gritarles con su voz chillona y menuda poniendo en el llamado toda su fuerza. Esta cosa pequeña y rosada vende diarios en la esquina de mi crónica, es mujer y tiene seis años (CARAS Y CARETAS, 1919b).

Continúa así el narrador imaginando la historia de esta “menuda obrera” por medio de los tópicos de la “cuestión social” y la problemática del abandono de la infancia como expresión de la desmoralización del pueblo:

Es una historia vulgar y conocida. Tiene un padre haragán y borracho. O tiene una madre viciosa que corre su vida de calle en calle y de hombre en hombre, para perpetuarse en prole abundante el propio vicio y abandono. Quizá, también, no tiene padre ni madre y ella –la obrerita- se halla recogida por alguna mala gente que la explota. O acaso, en fin, vive sola y abandonada a sí misma en la ciudad magnífica, mísero desierto para ella, sin agua y sin sombra (CARAS Y CARETAS, 1919b).

Gaché se violenta con esta realidad. Su indignación lo lleva incluso a increpar a la autoridad, ya que en la figura de esta niña se encarna el fracaso del proyecto socio-cultural que motivó la inmigración:

Y bien, ¿qué hace ahí ese vigilante, con su palo, su machete, su comisario, su juez, su código y su cárcel, mientras a su lado chilla vendiendo diarios nuestra inquieta muñeca de seis años? Frente a la ínfima personilla rubia de mi historia, más parecen burdas mentiras los gobiernos y leyes. Burdas mentiras, farsas de





los hombres que ella acusa con su pregón, áspero ya, anémico, fatigado. [...] Felicitémonos, que somos felices. Pero, con todo, ¿por qué vende diarios en la esquina la niña rubia de seis años? (CARAS Y CARETAS, 1919b).

Las “canillitas” fueron consideradas el rostro y el cuerpo de una realidad escalofriante que amenazaba con trucar la promesa de la nación moderna. No se trataba únicamente de una crítica en resguardo de la niñez desvalida, sino de una reacción visceral frente el riesgo que significaba la corrupción de la infancia femenina, especialmente para la conservación del sistema sexo-genérico hegemónico. Lo anterior queda en claro al verificarse que, si bien la realidad de los “canillitas” varones, en tanto niños trabajadores, causó reacciones filantrópicas y fuertes críticas contra las autoridades al no brindarles mejores condiciones materiales para que pudiese desenvolverse en la sociedad, nunca despertó en emociones, lo que provocó el caso de sus homólogas mujeres.

### Conclusiones

El artículo buscó profundizar en las representaciones que vincularon la experiencia de las vendedoras ambulantes inmigrantes en la ciudad de Buenos Aires, con su trayectoria de movilidad y condición atribuida como cuerpos reproductivos. Esto por medio del análisis de imágenes en las que se pueden leer no sólo las percepciones de sus contemporáneos respecto al tipo de oficio que desempeñaron, sino que también, su potencial cultural y político para el orden nacional en formación.

La presencia de estas mujeres en la ciudad masificada fue significada por las revistas *Caras y Caretas* y *PBT* en tres niveles que se superponen. El primero las reconoció como parte de la trama urbana, incluyéndolas en la vitrina de tipos populares que nutrían las crónicas y textos sobre la ciudad. Esto en la medida que su movilidad cotidiana les daba visibilidad y las hacía reconocibles ante las audiencias de lectores. El segundo nivel registra su experiencia productiva en el contexto mayor del debate sobre los límites y posibilidades del trabajo femenino. El tercer nivel naturaliza su función social y afectiva según la ideología de la maternidad.

Deconstruir las representaciones de las vendedoras inmigrantes implicó reconocer los argumentos que operaron en la formulación de arquetipos de maternidad popular, al tiempo que pesquisar en las estrategias comunicacionales a través de las cuales las revistas difundieron dichos modelos mediante distintos



registros discursivos. Vale la pena destacar que no por encontrarse estas publicaciones imbuidas en el circuito comunicacional moderno, recurrieron a planteamientos que puedan ser considerados transgresores en el plano sexogenérico. Por el contrario, el tono despectivo que permeó algunas de las crónicas dedicadas a la incursión de la mujer en el mundo del trabajo asalariado, así como la mirada paternalista a través de la cual se evaluó la presencia de las madres o futuras madres en las calles de la ciudad, deja de manifiesto el sesgo ideológico de los artefactos analizados.

Así, es posible reconocer, a partir de las representaciones en torno a estas mujeres, los imaginarios sexuados que exhibieron los magazines porteños entre fines del siglo XIX y comienzos del XX, tanto como las formas a través de las cuales se instrumentalizó, temáticamente, lo femenino-popular con el propósito de captar consumidores y transmitir determinadas políticas normativas.

## Referencias

BEIGBEDER, Silvia Cristina; MELONI, María Isabel. PBT, de la sátira a la apología (1904-1918/1950-1955). *Historia de las Revistas Argentinas*, Buenos Aires, v. 3, 1999.

BERTONI, Lilia Ana. *Patriotas, cosmopolitas y nacionalistas: la construcción de la nacionalidad argentina a fines del siglo XIX*. Buenos Aires: FCE, 2001.

CARAS Y CARETAS: II Época. Argentina, n. 1063, 15 feb. 1919a.

CARAS Y CARETAS: II Época. Argentina, n. 1079, 7 jun. 1919b.

CARAS Y CARETAS: II Época. Argentina, n. 178, 1 mar. 1902.

CARAS Y CARETAS: II Época. Argentina, n. 23, 11 mar. 1899.

CARAS Y CARETAS: II Época. Argentina, n. 500, 2 mar. 1908.

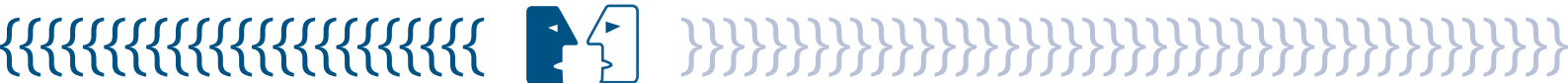
CARAS Y CARETAS: II Época. Argentina, n. 646, 18 feb. 1911.

CARAS Y CARETAS: II Época. Argentina, n. 729, 21 set. 1912b.

CARAS Y CARETAS: II Época. Argentina, n. 780, 13 sep. 1913.

CARAS Y CARETAS: II Época. Argentina, n. 713, 1 jun. 1912a.

DALLACORTE, Gabriela; PIACENZA, Paola. Cartas marcadas: mujeres,



identidad e inmigración en la Argentina, 1880-1920. *Signos Históricos*, México, v. 7, n. 13, p. 70-93, 2005. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S166544202005000100070&script=sci\\_abstract&tlng=en](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S166544202005000100070&script=sci_abstract&tlng=en). Acceso em: 25 sept. 2019.

DE LOMNITZ, Larissa. *Cómo sobreviven los marginados*. México: Siglo XXI, 1978.

DEVOTO, Fernando. *Historia de la inmigración en la Argentina*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana, 2004.

EUJANIAN, Alejandro. *Historia de revistas argentinas 1900-1950 la conquista del público*. Argentina: A.A.E.R., 1999.

FIGARI, Maria Rosa; HOVHANNESIAN, María Marta; SACCHETTI, Laura. *Ni tan caras ni tan caretas; representaciones femeninas en el Centenario*. 2011. <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/3588/1/Hovhannessian.%20Ni%20tan%20Caras%20ni%20tan%20Caretas%20representaciones%20femeninas%20%20y.pdf>. Acceso em: 25 agosto 2019.

FREHSE, Fraya. *Ô da Rua! O transeunte e o advento da modernidade em São Paulo*. São Paulo:EUDSP, 2011.

GUY, Donna. Madres vivas y muertas. Los múltiples conceptos de la maternidad en Buenos Aires. En: BALDERSTON, Daniel; GUY, Donna J. (comp.). *Sexo y sexualidad en América Latina*. Buenos Aires: Paidós, 1998. p. 231-256.

MALGESINI, Graciela. Las mujeres en la construcción de la Argentina en el siglo XIX. En: DUBY, Georges; PERRO, Michelle (dir.). *Historia de las mujeres en Occidente*. Taurus, 1993. v. 4, p. 653-666.

NARI, Marcela. *Políticas de maternidad y maternalismo político*. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2004.

PBT: I Época. Argentina, n. 116, 2 feb. 1907.

PBT: I Época. Argentina, n. 194, 22 jun. 1912a.

PBT: I Época. Argentina, n. 395, 22 jun. 1912b.

PBT: I Época. Argentina, n. 546, 15 mayo 1915.

PBT: I Época. Argentina, n. 626, feb. 1917.

PIGNATELLI, Adrian. Caras y Caretas. *Historia de Revistas Argentina*, Buenos



Aires, t. 2, p.273-348, 1997.

ROGERS, Geraldine. *Caras y Caretas: cultura, política y espectáculo en los inicios del siglo XX argentino*. La Plata: Editorial de la Universidad de La Plata, 2008.

ROMANO, Eduardo. *Revolución en la lectura: el discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*. Buenos Aires: Editores El Calafate, 2004.

ROMERO, José Luis. *Breve historia de la Argentina*. Buenos Aires: Ediciones Tierra Firme, 2009a.

ROMERO, José Luis. *La ciudad occidental: culturas urbanas en Europa y América*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2009b.

SZIR, Sandra. De la cultura impresa a la cultura de lo visible: las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el siglo XIX. *En: GARABEDIAN, Marcelo; SZIR, Sandra; LIDA, Miranda (ed.). Prensa argentina siglo XIX: imágenes, textos y contextos*. Buenos Aires: Ediciones Biblioteca Nacional: Teseo, 2009. p.53-83. (Colección Biblioteca Nacional).

SZIR, Sandra. Entre el arte y la cultura masiva. Las ilustraciones de la ficción literaria en Caras y Caretas (1898-1908). *En: MALOSETTI, Laura; GANÉ, Marcela (comp.). Impresiones porteñas: imagen y palabra en la historia cultural de Buenos Aires*. Buenos Aires: Edhasa, 2009. p.109-139.

VICTORIANO, Felipe; DARRIGRANDI, Claudia. Representación. *En: SZURMUK, Mónica; MCKEE IRGWIN, Robert. Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*. México: Siglo XXI, 2009. p.249-254.

WALKOWITZ, Judith. *La ciudad de las pasiones terribles: narraciones sobre peligro sexual en el Londres victoriano*. Madrid: Cátedra, 1995.

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo y literatura*. Barcelona: Ediciones Península, 1980.

## Notas

<sup>1</sup>Algunas de las reflexiones planteadas en este texto, derivan de la investigación realizada para la tesis de magíster titulada “Oficios femeninos urbanos y representaciones sexuadas. Santiago de Chile y Buenos Aires en la vuelta del siglo XIX al XX”, presentada al Centro de Estudios Culturales Latinoamericanos de la Universidad de Chile. Otras ideas relacionadas con el concepto de movilidad, fueron desarrolladas en la tesis de doctorado titulada “Modernização urbana e mobilidade: Itinerários do bonde em Santiago do Chile,

1857-1934” presentada al programa de Historia Social de la Universidade de São Paulo. Las investigaciones contaron con el financiamiento de Conicyt, Capes Pec-pg y Sylff Tokio Foundation.

<sup>2</sup>Profesora e investigadora posdoctoral de la Universidad de Santiago de Chile. Doctora en Historia Social por la Universidade de São Paulo.

<sup>3</sup>Canillitas fue el nombre dado a niños o niñas que vendían revistas y periódicos en las calles de la ciudad.

<sup>4</sup>Esta fecha inaugura la segunda época de la revista. La primera, tiene su origen en la ciudad de Montevideo entre los años 1890 y 1897. Para un análisis en profundidad sobre la historia, condiciones de producción, circulación y consumo de esta publicación, ver Eduardo Romano (2004); Geraldine Rogers (2008); Adrian Pignatelli (1997); Alejandro Eujanian (1999); Sandra M. Szir (2009a, 2009b).

<sup>5</sup>El valor de la revista fue de 0.30 centavos en un comienzo para luego de un mes disminuir a 0.20 centavos. El precio de *Caras y Caretas* fue popular considerando que, según explica Eduardo Romano, “las publicaciones ilustradas previas costaban \$1.50 y \$0.50” (2004, p. 181).

<sup>6</sup>La primera época de *PBT* va entre los años 1904 y 1918, mientras que la segunda, cubre el período 1950-1955. El precio de cada ejemplar variaba de 0.20 centavos en la Capital Federal a 0.25 centavos en las provincias del interior, manteniendo la tendencia de ofrecer bienes culturales atractivos a costos populares. Beigbeder y Meloni (1999, p. 283).

<sup>7</sup>En números, estas oleadas arrojaron “más de 1.000.000 en el decenio 1880-1890; 800.000 en el decenio siguiente y 1.200.000 sólo en los cinco años anteriores a 1910”. José Luis Romero (2009a, p.113).

<sup>8</sup>La noción de marginalidad se vincula con la propuesta desarrollada por Larissa Adler de Lomnitz en torno a este concepto, definiéndolo estructuralmente “por su desvinculación con el sistema de producción económico urbano-industrial” (1978, p. 20).

<sup>9</sup>Recolectores de prendas de vestir desechadas.

<sup>10</sup>Dedicados a encontrar y reparar objetos dañados de todo tipo para revenderlos al público popular.