

Inés Pérez

Centro de Estudios Sociales y Políticos (CESP),  
Universidad Nacional de Mar del Plata

# Aparatos domésticos y liberación femenina

*El lavarropas para mí es fundamental. Me puede faltar de comer,  
pero no el lavarropas.  
Ama de casa entrevistada por la autora*

La idea de que la incorporación de nuevas máquinas puede reducir o incluso eliminar el trabajo es una de las fantasías recurrentes en torno del potencial de la ciencia y la tecnología. Esta idea no se limita al ámbito de la producción de mercancías; también ha tenido fuerte influjo sobre el trabajo doméstico. La promesa de liberación ha sido un elemento clave en las publicidades de artefactos electrodomésticos y otros para el hogar, en los que la protagonista era una mujer que gracias a ellos ganaba tiempo para hacer otras cosas. Sin embargo, a pesar de que el uso de este tipo de productos se ha extendido notablemente a lo largo del siglo XX, el trabajo doméstico no solo no ha desaparecido, sino que las mujeres le siguen destinando diariamente una cantidad considerable de tiempo.

Los efectos sobre el trabajo doméstico de la introducción de dichos artefactos han generado fuertes controversias en el ámbito de las ciencias sociales. En 1974, la investigadora estadounidense Joann Vanek sostuvo en un texto pionero ('Time spent in housework', *Scientific American*, 231, 5: 116-120) que en su país las mujeres sin empleo remunerado no habían visto disminuir significativamente el tiempo destinado a esa actividad a pesar de disponer de aparatos domésticos. En cambio, en 1988 Jonathan Gershuny, de la Universidad de Bath, y John P Robinson, de la de Maryland, señalaron que para las mujeres británicas de clase trabajadora ese tiempo se había reducido sustancialmente gracias a tales artefactos ('Historical changes in the household division of labour', *Demography*, 25, 4: 537-52).

## ¿DE QUÉ SE TRATA?

Realidades y fantasías sobre los beneficios de los artefactos domésticos



Heladera General Electric con gabinete de acero, única puerta, patas semejantes a las de un mueble de estilo y el compresor arriba. El modelo (llamado *Monitor Top*) data de 1927, cuando se comenzó a vender en los Estados Unidos por el entonces considerable precio de 525 dólares (unos 7600 dólares actuales). Durante la década de 1930 llegó a los hogares argentinos, aunque el número de estos con heladera eléctrica era muy pequeño: solo alcanzó hacia 1947 al 3% del total, y al 7% en la ciudad de Buenos Aires. En 1929, Kelvinator puso en el mercado una heladera con forma de simple palalepípedo, sin patas visibles y con la maquinaria oculta abajo, diseño que en gran medida sigue vigente.

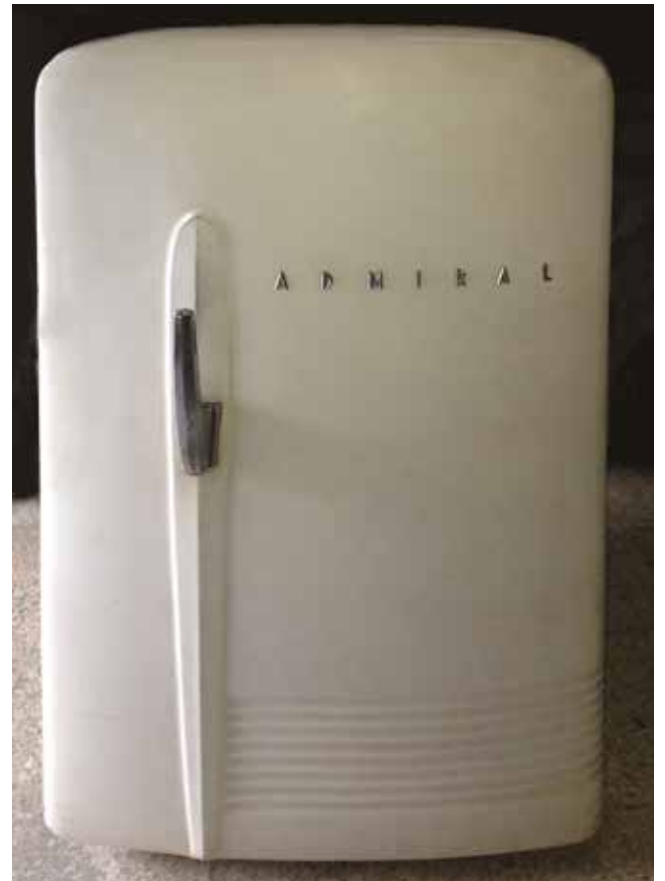
Los nombrados llegaron a estas conclusiones contrarias más a partir de supuestos que de certezas, pues no dispusieron de un andamiaje estadístico adecuado, ni pudieron discernir el efecto específico de los artefactos con relación a otros cambios, como el acceso a electricidad y a agua corriente, el incremento del empleo femenino, etcétera. En tiempos más recientes (2004), tres académicos australianos, Michael Bittman, James Rice y Judy Wajcman, establecieron a partir de información precisa que en su país los artefactos domésticos raramente han disminuido el tiempo destinado al trabajo doméstico no remunerado y que, incluso, pueden haberlo incrementado. ¿Cómo se explica esto? ¿Por qué difiere de lo ocurrido, por ejemplo, con el trabajo industrial?

Sucede que en el ámbito industrial las máquinas automatizan tareas que forman parte de un proceso. La reducción del tiempo de trabajo necesario para elaborar un producto no solo depende de la introducción de maquinaria sino, también, de la división y especialización del trabajo y de la escala de producción. En el trabajo doméstico, en cambio, no hay división del trabajo ni economías de escala: por lo general una sola persona —una mujer— realiza la totalidad de las tareas y, aun cuando las máquinas simplifiquen algunos labores, el ahorro del tiempo total es limitado. El diseño de los artefactos domésticos se apoyó en la premisa de que debía haber una heladera, un lavarropas, una aspiradora, etcétera, por hogar. De ese modo, los artefactos domésticos no solo no

pusieron en cuestión la división sexual del trabajo, de acuerdo con la cual a las mujeres les cabe la responsabilidad del hogar: reforzaron además el concepto de que ese trabajo es responsabilidad de cada grupo doméstico, lo cual excluyó la posibilidad de realizarlo de manera colectiva, como lo proponían algunas feministas a fines del siglo XIX.

Por otro lado, la introducción de nuevos artefactos pensados para simplificar el trabajo doméstico fue de la mano de la creación de nuevas tareas, y de un aumento en los estándares a que debían ajustarse sus resultados. Así, los lavarropas, que inicialmente no eran automáticos, ahorraban parte del esfuerzo de lavar, pero en muchos casos obligaban a pasar la ropa por unos rodillos para extraerle el agua y agilizar su secado. Y si los lavarropas actuales son mucho más eficientes en cuanto a ahorro de tiempo y de trabajo, su uso resultó acompañado por un incremento de la cantidad de ropa que usamos y de la frecuencia de su lavado.

En materia del tema que estamos tratando, es conveniente considerar también las representaciones sociales que informan no solo la compra de los aparatos domésticos sino, también, su uso. En muchos casos, en los cursos comerciales que los promocionaban y explicaban



Heladera Admiral de industria argentina del tipo en uso en la década de 1960.

su funcionamiento subyacía el concepto de que el tiempo que los artefactos liberaban sería naturalmente utilizado en el cuidado de la familia. Quedaba así sobreentendido que unas tareas domésticas seguramente más tediosas o cansadoras serían reemplazadas por otras más placenteras, pero que el tiempo total que las mujeres destinaban al trabajo doméstico no variaría.

En los tiempos iniciales de la masificación de los aparatos electrodomésticos, este tipo de discurso probablemente buscaba conjurar las ansiedades despertadas entre las amas de casa por tales bienes, pues podían temer que, por tenerlos, se las considerara inclinadas a la ociosidad. Esas ansiedades, en consecuencia, podrían generar una resistencia a comprarlos. Estos significados implícitos persistieron en el tiempo, y aún hoy vemos publicidades que presentan una versión más moderna de la división sexual del trabajo que no es sino la reedición actualizada del modelo de mujer doméstica, e incluso asignan incrementadas responsabilidades a esta.

## Clase, género y domesticidad

Si bien algunos elementos reseñados son comunes a distintas sociedades, la extensión del consumo y los sentidos que se dieron y se dan a los artefactos domésticos varían de manera sustantiva en distintos contextos. En la Argentina, los artefactos para el hogar fueron parte de un proceso de ampliación y diversificación del consumo, asociado con la expansión de la industria nacional, en el que las políticas peronistas y luego desarrollistas tuvieron un papel clave. La producción de lavarropas y heladeras eléctricas, por ejemplo —que había comenzado hacia me-

Ahora,  
también es  
necesaria una  
**SIAM?**

Ya lo creol! Porque...  
**en la cocina siempre es verano!**

Para conservar en perfectas condiciones  
la carne, leche, verduras, huevos, manteca, etc.,  
una SIAM es imprescindible todo el año,  
porque en la cocina siempre es verano!  
Compre **ahora** la heladera de mayor calidad,  
amparada por todas la garantías de una  
marca responsable y consagrada:

**SIAM**  
Con MENOS dinero, MAS heladera!

Florida 602 - T. E. 32 - 6011 - Avda. de Mayo 1302 - T. E. 38-0001

Publicidad de heladeras SIAM, ubicuas en las décadas de 1950 a 1960. La Sociedad Italiana de Amasadoras Mecánicas (SIAM), fundada por Torcuato Di Tella en 1911 para producir máquinas de uso en panaderías, fue un actor importante en el mercado de las heladeras en las décadas de 1940 a 1960.

### Felicitaciones señora

Usted ya es  
dueña de la secarropa  
**KOH-I-NOOR**,  
una máquina realmente  
buena. Siga  
cuidadosamente las  
instrucciones de este  
manual, y durante  
mucho, mucho tiempo  
sólo tendrá  
satisfacciones...  
y mucho, mucho  
más tiempo  
libre para  
dedicarlo a  
los suyos.



Comienzo de las instrucciones para el uso de la secadora por centrifugado Koh-I-Noor, 1974. El mensaje promocional se centra en la liberación del tiempo de las amas de casa para 'dedicarlo a los suyos'.

diados de la década de 1930—, cobró un fuerte impulso durante la de 1950 y, especialmente, la de 1960. En trece años, entre 1947 y 1960, los hogares argentinos en los que había por lo menos uno de tales artefactos pasaron de ser el 3% del total a ser el 40%. Pero tanto las diferencias de clase como las regionales continuaron siendo sumamente significativas. Los hogares obreros solo se incorporaron masivamente al mercado de algunos bienes durables, como heladeras y televisores, en la década de 1960. Por otra parte, según el Censo Nacional de Vivienda de 1960, mientras que ese año alrededor del 42% de los hogares en la provincia de Buenos Aires tenía una heladera eléctrica, solo el 13% de ellos la tenía en la provincia de Catamarca.

Los cambios en el consumo tuvieron fuerte incidencia en las identidades de clase y en la generación de distancias sociales. A mediados del siglo XX, el atractivo de los artefactos residía menos en la posibilidad de reducir el tiempo de trabajo, que en la de jerarquizar a su nue-

Una

"SERVIDUMBRE"



moderna y eficiente:  
**ENSERES ELECTRICOS**



**GENERAL  
ELECTRIC**  
SOCIEDAD ANONIMA



Los productos General Electric, S. A. y G E S A son fruto de largos años de trabajos e investigaciones. Por eso pueden garantizar hoy una labor fiel y eficiente, brindando a las amas de casa más confort, más bienestar y más seguridad.



*Usted puede  
confiar en los productos de*  
**GENERAL ELECTRIC**  
SOCIEDAD ANONIMA

En venta en las buenas casas del ramo de todo el país.



Escucho todos los viernes a las 21.45, los Grandes Conciertos General Electric, por LRI Radio El Mundo y Cadena.

va dueña como reina del hogar y, consecuentemente, a quien lo había comprado para ella, como rey. Comprar una heladera o un lavarropas no era solo una cuestión de trabajo, sino de estatus.

La familia y el mundo doméstico están condicionados por la clase, pero a su vez forman parte de los modos en que las personas acumulan capital económico, social y simbólico, y de sus maneras de distinguirse. Los estudios feministas han puesto de relieve que la respetabilidad familiar, de la que depende la posición de clase, se sostiene, entre otras cosas, en la posibilidad de adecuarse a un modelo de domesticidad preciso. En este sentido, si bien el modelo de domesticidad de clase media —un matrimonio con clara división de funciones entre padre y madre que reside con sus hijos en una vivienda independiente, en lo posible propia y equipada con los últimos adelantos—, fue postulado como ideal de respetabilidad a alcanzar por sujetos provenientes de distintos sectores sociales, también fue apropiado, disputado e incluso confrontado de formas diversas.

Adquirir estos bienes era un modo de mostrar capacidad económica y de tener servidumbre, aunque fuese eléctrica, como aparecía en algunas publicidades de la época. Evidenciaba también una economía moral, que privilegiaba usar el dinero para el bienestar familiar. Para muchos, más que facilitar el trabajo doméstico o disminuir el tiempo destinado a él, esos artefactos permitían hacerlo de un modo específico que le sacaba mayor provecho. Así, una licuadora o una heladera eléctrica permitían preparar platos de mayor complejidad, y con ellos impresionar a posibles invitados. Del mismo modo, ciertas tareas simplificadas por los artefactos solo resultaban necesarias luego haber adquirido bienes que evidenciaban el estatus de sus tenedores. Solo compraban una lustradora, por ejemplo, quienes tenían un piso de parquet u otro material que requiriese lustrado.

La elevación de los estándares a partir de los que se evaluaba el trabajo doméstico estaba relacionada con las miradas de clase sobre orden y limpieza, los que se traducían en una larga y minuciosa lista de tareas solo parcialmente y de manera limitada simplificable por artefactos domésticos. Esto implicaba más trabajo para las mujeres que debían ejecutarlas, que no siempre eran las amas de casa, pues muchas veces recurrían a empleadas. Si el trabajo doméstico permitía sostener la respetabilidad familiar, el peso de realizarlo se dividía desigualmente no solo entre varones y mujeres sino, también, entre diferentes mujeres. Entre los criterios que regían esa división, además del género estaban la clase, la edad, el origen migratorio, etcétera.

En la actualidad mucho de lo anterior persiste. La difusión de nuevos productos que buscan simplificar el trabajo doméstico y prometen liberar de él a las mujeres está

acompañada por imágenes de hogares impecables mantenidos gracias a la inversión de una gran cantidad de tiempo, ya sea de la dueña de casa o de una mujer más pobre a la que le paga por reemplazarla.

La evidencia histórica muestra, sin embargo, que los cambios tecnológicos mediante los cuales se pudo redu-



Look at all the exciting no-work features Bendix gives you for unmatched washing, rinsing, damp-drying.

**Water-Rationer or Rins-Saver:** Each keeps an eagle eye on your hot water supply. Each saves you gallons every wash! **Dyna-Surge tumble-action, or agitator washing:** Choose your favorite washing action—know that you've chosen the best of its kind.

**Enduring porcelain tops:** for extra work space.

**Why be a "Wringer Washer"?** For 13 years, Bendix automatic washers have been giving actual home service to millions. They wash better, damp dry better, save you work, time, and money.

**See a free demonstration.** Marvel at thorough Bendix washing, repeated rinsings, efficient damp-drying. Then remember that right now your new Bendix costs less than many old-fashioned washers!

Knowing all these facts... isn't it time you bought a Bendix?



BENDIX GRAMATIC WASHER

SEE THE WONDERFUL ALL-NEW BENDIX WASHERS  
Suggested retail prices begin at only \$179.95



BENDIX ECONOHAT WASHER

PRODUCTS OF BENDIX HOME APPLIANCES, INC.  
See the exciting "Chance of a Lifetime" over ABC-TV every Wednesday night at 7:30 NYT

19

Publicidad de lavarropas Bendix en una revista femenina estadounidense, *Woman's Day Magazine*, 1950. Sin ponerlo en palabras, las imágenes muestran cómo, gracias al artefacto, la mujer se libera de la carga del trabajo doméstico.



Representaciones de las amas de casa estadounidenses en la publicidad de artefactos electrodomésticos en la década de 1960.

cir el tiempo y el esfuerzo asociados con dicho trabajo tuvieron menos que ver con artefactos que podían adquirirse en el mercado, y más con transformaciones llevadas a cabo por el Estado. Nos referimos, sobre todo, a la extensión de las redes de provisión de agua potable y de gas. Pero la limitada cobertura de estas redes aun hoy es origen de fuertes desigualdades de la realidad con la cual se enfrentan mujeres de distintos sectores sociales.

En todo caso, las innovaciones técnicas por sí solas no alcanzan. Mientras los discursos y las representaciones so-

ciales a partir de los cuales se diseña, fabrica, comercializa y adquieren los nuevos productos refuerzan la división social y sexual del trabajo doméstico, y mientras la difusión de esos nuevos productos no vaya acompañada de mejoras en los mencionados servicios públicos e incluso en la provisión de determinadas prestaciones sociales (cuidado de la primera infancia, educación preescolar, salud materno-infantil, cuidado de la vejez), difícilmente pueda pensarse en reducir el tiempo que las mujeres dedican cotidianamente a las tareas del hogar. **CH**

## LECTURAS SUGERIDAS

**MÍGUEZ E**, 1999, 'Familias de clase media: la formación de un modelo', en DEVOTO F y MADERO M, *Historia de la vida privada en la Argentina*, vol. 2, Taurus, Buenos Aires, pp. 21-45.

**MILANESIO N**, 2014, *Cuando los trabajadores salieron de compras. Nuevos consumidores, publicidad y cambio cultural durante el peronismo, Siglo XXI*, Buenos Aires.

**NOLAN M**, 1990, 'Housework made easy. The taylorized housewife in Weimar Germany's rationalized economy', *Feminists Studies*, 16, 3: 549-577.

**PÉREZ I**, 2012, *El hogar tecnificado. Familias, género y vida cotidiana (1940-1970)*, Biblos, Buenos Aires.

**PITE R**, 2016, *La mesa está servida. Doña Petrona C de Gandulfo y la domesticidad en la Argentina del siglo XX*, Edhasa, Buenos Aires.



### Inés Pérez

Doctora en ciencias sociales y humanas, Universidad Nacional de Quilmes.

Investigadora adjunta del Conicet en el CESP, UNMdP. Jefa de trabajos prácticos, UNMdP.

[inesp18@yahoo.com](mailto:inesp18@yahoo.com)