

8. Género

ANUNCIOS PUBLICITARIOS EN LA REVISTA ROSARINA *EDILICIA* DE LOS AÑOS TREINTA A SESENTA ¿UN ESPACIO DE MUJERES?

Seri, Romina

rominaseri@gmail.com

Facultad de Arquitectura, Planeamiento y Diseño

Universidad Nacional de Rosario

RESUMEN

El presente trabajo se encuentra inscripto en el marco del proyecto de investigación doctoral¹ que vengo desarrollando desde 2016, a través del cual me propongo abordar la identificación, “mapeo” y re-construcción de huellas físicas y simbólicas de casos testigos de arquitectas referentes locales graduadas en Rosario, en un intento por contribuir a la visibilización del protagonismo histórico de las mujeres en la disciplina y a la re-construcción crítica de bases epistemológicas más justas e inclusivas.

En particular en esta presentación me interesa, hacer foco en el estudio del campo de la comunicación masiva argentina entre las décadas del ‘30 y ‘60, poniendo especial atención en la publicidad gráfica. A los fines prácticos el corpus documental se compone de una selección intencionada de anuncios publicitarios correspondientes a la revista técnica y profesional rosarina *Edilicia*, editada mensualmente desde marzo de 1937 hasta 1961 por la SIAC².

Metodológicamente me propongo someter dicho material a un análisis crítico-interpretativo, tanto del discurso narrativo como gráfico, en un intento por develar mecanismo de acción u omisión, que pudieron haber contribuido históricamente, en los procesos de construcción, reproducción y consolidación de roles e identidades diferenciales por sexo. En este sentido sostengo también, que estudiar en profundidad dichos registros proporcionará material clave para avanzar en la re-construcción del universo de valores que prefiguran la sociedad argentina en general y rosarina en particular, en la que nacen y se forman estas arquitectas protagonistas de mi investigación doctoral.

¹ Titulado provisoriamente: “Huellas de Mujer: la conquista del espacio. Arquitectas protagonistas de las historia argentina. Rosario (1960-1976)”.

² Sociedad de Ingenieros, Arquitectos, Constructores de Obras y Anexos de Rosario.

Palabras clave: espacio, mujer, publicidad, arquitectura, género.

INTRODUCCIÓN

La construcción histórico-social binaria de roles e identidades diferenciales por sexo, ha sido y es una práctica desarrollada y replicada en nuestra cultura occidental androcéntrica patriarcal dominante, desde los más diversos y remotos espacios sociales de acción y relación. Tanto sea si nos concentramos en un estudio de escala, partiendo desde la familia -entendida como unidad primaria mínima de relación del hombre-, hasta analizar las más complejas redes globales de interacción humana. Así como también si decidimos realizar un abordaje por diferenciación de sectores de actividad -llámese campos de acción educativos, profesionales, políticos, mediáticos, formales e informales, reales y virtuales, etc.-, es posible identificar en todos y cada uno de ellos, mecanismos sistemáticos -más o menos evidentes- de reproducción y naturalización de estos estereotipos diferenciales por sexo.

A partir de esta observación es posible inferir y comprobar, a través de numerosas investigaciones a nivel mundial -las cuales escapan de los objetivos de este trabajo-, que el **lugar histórico-cultural asignado a la mujer en la sociedad en general, ha sido el ámbito privado doméstico**. Bajo el reinado del **paradigma de la biología humana, la mujer por la propia “naturaleza” de su cuerpo**, sujeto a ciclos destinados a reproducir, criar, proteger y asegurar la descendencia, ha sido confinada dentro de estos límites espaciales. Estas características han contribuido a definir el rol social de la mujer en la historia, replegándola al mundo doméstico como un ámbito silencioso que opera de sostén de la función pública del hombre. Éste es el **ideal de domesticidad** construido culturalmente como pilar fundamental de la democracia patriarcal.

Por todo lo dicho hasta acá, resulta inevitable convocar al filósofo británico John Langshaw Austin ("How to do things with words", 1962), quien contribuye al desarrollo de los estudios de la **filosofía del lenguaje**, teorizando acerca de cómo el lenguaje condiciona nuestro pensamiento. En tanto pensamos de acuerdo a cómo hablamos, y el lenguaje (hablado y escrito) es una construcción cultural del hombre (masculino, blanco, burgués, heterosexual y sano) dentro de su propio ámbito de acción -la esfera pública-, podemos deducir que **la mujer ha sido excluida del ámbito público también desde el propio lenguaje**.

Austin contribuye en este sentido al desarrollo de la teoría feminista, la cual desvela el **sistema de argumentaciones/excusas que desde el propio lenguaje, han moldeado nuestro pensamiento** acerca de la “naturaleza” de cada sexo. Así a lo largo de la historia, la sociedad ha ido estableciendo cuáles son las actividades “naturales” a cada sexo,

organizando la **división sexual del trabajo** y definiendo en consecuencia, los lugares en donde deben ser desarrolladas cada una de ellas. En este esquema, la mujer ha sido replegada a la esfera privada doméstica, siendo consecuentemente privada de sus derechos de ciudadana, laborales, a la educación, sobre sus hijos, al divorcio, a decidir sobre su propio cuerpo, por mencionar algunos. Derechos que tras las luchas de los movimientos feministas desde 1860, comienzan lenta y arduamente a ser conquistados.

OBJETIVOS

A partir de analizar críticamente los documentos de estudio nos proponemos, desde un punto de vista amplio, contribuir a los procesos de revisión de las bases epistemológicas de la Historia Argentina en general y de la Historia de la Arquitectura en particular. Desde un punto de vista específico, nos proponemos contribuir en el proceso de identificación, descripción y re-construcción, desde una perspectiva de género, de los campos de formación y acción de los arquitectos recibidos en la ciudad de Rosario entre 1960-1976; a fin de visibilizar construcciones identitarias individuales y socialmente aceptadas. En esta misma dirección nos interesa evaluar y determinar el lugar atribuido a las mujeres arquitectas y sus producciones en los diferentes espacios de difusión/formación; identificando y describiendo posibles mecanismos de selección e intencionalidades subyacentes discriminatorias hacia las féminas, que contribuyen a perpetuar roles diferenciales por sexo.

MATERIALES Y MÉTODOS

De acuerdo con lo planteado al inicio del trabajo, nos proponemos hacer foco en el estudio del campo de la comunicación masiva argentina entre las décadas del '30 y '60, poniendo especial atención en la publicidad gráfica. A los fines prácticos el corpus documental se compone de una selección intencionada de anuncios publicitarios correspondientes a la revista técnica y profesional rosarina **Edilicia**, editada mensualmente desde marzo de 1937 hasta 1961 por la Sociedad de Ingenieros, Arquitectos, Constructores de Obras y Anexos de Rosario (SIAC).

La mencionada publicación fue creada por la SIAC en marzo de 1937, como una renovada propuesta sucesora del proyecto original conocido como *El Constructor Rosarino*³. Pensada

³ De acuerdo con el artículo escrito por la arquitecta e investigadora rosarina Noemí Adagio, *El Constructor Rosarino* fue la primera publicación rosarina, pensada como órgano oficial de la Sociedad de Ingenieros, Arquitectos, Constructores de Obras y Anexos (SIAC). Comenzó a editarse en 1925 como periódico quincenal hasta 1926, año en que cambió el formato a revista mensual hasta 1934. Por razones de déficit económico y

como espacio de difusión de debates teóricos, proyectos arquitectónicos y artículos de orden técnico, tanto nacionales como internacionales; además de asuntos gremiales, permisos municipales de construcción y publicidad de empresas proveedoras de productos y servicios para la construcción. En cuanto a los criterios de selección de las obras locales, estaba más bien relacionado con la participación de sus socios en la editorial de la revista, que con criterios estéticos o técnicos. Así esta sección se planteaba como un espacio de promoción y posicionamiento de sus agentes dentro de un campo en construcción y consolidación⁴.



Fig. 1. Portadas revistas: "El Constructor Rosarino", N°63, Enero 1929; "Edilicia", N°7, Julio 1944

disminución de la publicidad, en 1934 se decidió suspender su edición, alcanzando un total de 119 números. Sus publicaciones se centraron en artículos de ingenieros "socialmente consagrados", artículos de orden técnico, obras de arquitectura nacionales (de sus socios y hasta 1930 solo producciones rosarina), proyectos de reconocido valor histórico (hasta 1929), obras internacionales (desde 1928), asuntos gremiales y permisos municipales de construcción. Su dirección estuvo siempre en manos de varones, iniciando el constructor Víctor A Valle, continuando el ingeniero José V. Díaz Valentín y llegando más tarde los arquitectos Francisco Casarrubia, José Micheletti y Carlos Véscovo respectivamente. A partir de 1937 se renovará la iniciativa del proyecto original, bajo el nombre de *Edilicia*. Para ampliar veáse ADAGIO, Noemí (2004). "El Constructor Rosarino (CR)" en Diccionario de Arquitectura en la Argentina (tomo e/h) de Jorge Francisco Liernur y Fernando Aliata. Buenos Aires: Clarín, pág. 25 a 26.

⁴ Como ejemplos de obras locales podemos mencionar: "El Palomar" del Ing. Juan Spirandelli y el Arq. Carlos Spirandelli; "Edificio Pompeyo Rasetti" construido por Candia y Cía; "Dos Casas Económicas" de Gerbino y Ocampo. Todos ellos integrantes del comité editorial la revista.

La publicación fue pensada con un formato de edición mensual, arrancando en marzo de 1937 con un primer número trimestral, para luego regularizar su periodicidad a una por mes. Esta propuesta de tirada pudo sostenerse hasta 1953, año donde las ediciones de los dos últimos meses aparecieron contenidas en un único número. A partir de entonces se registra un proceso progresivo de reducción de los números publicados anualmente, así como también un recorte en el contenido de publicaciones profesional y publicitario, que se acentúa en los '60 determinando el cierre definitivo a finales de 1961⁵. A lo largo de sus 24 años de edición, se publicaron un total de 300 números.

La presencia de mujeres arquitectas en Edilicia

La revista estuvo **siempre dirigida por técnicos y profesionales (arquitectos e ingenieros) varones. Su comité editorial estuvo también liderado exclusivamente por el sexo masculino a lo largo de sus 24 años de edición.** A partir de la observación que pudimos realizar respecto del contenido general de sus artículos, detectamos que en general salvo contadas excepciones, no figuran menciones a mujeres dentro del espacio de los mismos. En esta misma dirección pudimos identificar **tres momentos diferentes a lo largo de su trayectoria histórica: un primer momento donde el espacio de la publicación está vedado a la presencia femenina (1937-1942), un segundo momento relacionado con la aparición de las mujeres arquitectas argentinas en el "contenido" de los artículos o bien profesionales extranjeras autoras de notas traducidas al castellano (1942-1951) y un tercer y último momento cuando las mujeres arquitectas argentinas logran conquistar un espacio como autoras de artículos publicados en la misma (1951-1961)**⁶.

Lo curioso que se verifica y reproduce en todos los momentos señalados, es la participación de las **mujeres como protagonistas del espacio de las publicidades de empresas proveedoras de productos y servicios para la construcción y confort de la vivienda. Proyectada como la imagen publicitaria por excelencia, modelo de una sociedad progresista que se intentaba instalar en los hogares rosarinos. Se la muestra como**

⁵ En 1961 la cantidad de ediciones se redujo solo a tres: N°1-2-3 (Enero, Febrero, Marzo), N°4-5-6-7-8-9-10 (Abril-Octubre), N°11-12 (Noviembre, Diciembre).

⁶ Para ampliar véase la ponencia presentada en mayo del 2018 por la arquitecta SERI, Romina junto a la estudiante FARRÉ, Ivana: *"El espacio de las mujeres arquitectas graduadas en Rosario y sus producciones en las publicaciones disciplinares"*. En el VIII Encuentro de Docentes e Investigadores en Historia del Diseño, la Arquitectura y la Ciudad. Eje temático 2: Investigación en historia, teoría y crítica del diseño, la arquitectura y la ciudad. Realizado el 23 y 24 de Mayo en la ciudad UNC, Córdoba, Argentina.

jefa del espacio privado doméstico recluida dentro de sus propios límites, asociada a valores de belleza, sofisticación, protección, sensualidad y cuidado. En contraposición al hombre se lo muestra como propietario del conocimiento científico y técnico, asociado con valores de fuerza física, poder económico y autoridad otorgada por el conocimiento de la mano de la razón y la capacidad de liderazgo, dentro y fuera de los límites de lo privado doméstico.

Metodología de abordaje de corpus documental

Metodológicamente la propuesta implica someter el corpus documental preseleccionado a un **análisis crítico-interpretativo del discurso**, tanto narrativo como gráfico. A través del empleo de esta técnica propia del análisis de documentos, **desde un punto de vista feminista**, intentaremos develar estrategias de acción u omisión, que pudieron haber contribuido históricamente, en los procesos de construcción, reproducción y consolidación de roles e identidades diferenciales por sexo. En este sentido resulta ineludible realizar también un **estudio histórico en profundidad del contexto temporal-espacial** de la sociedad rosarina en su conjunto y del universo de relaciones propias del campo arquitectónico. Sostenemos en consecuencia, que los aportes de este trabajo colaborarán ampliamente para avanzar en la re-construcción del universo de valores que prefiguran la sociedad argentina en general y rosarina en particular, en la que nacen y se forman estas arquitectas protagonistas de mi investigación doctoral.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

"La casa del hombre es el mundo, el mundo de la mujer es la casa".

(Frase atribuida al escritor y científico alemán Johann Wolfgang von Goethe, 1749-1832).

A lo largo de la segunda mitad del siglo XX, de la mano del gobierno peronista por medio de sus Planes Quinquenales, la Argentina atravesó una fase de crecimiento progresivo. El mismo estuvo asociado a una fuerte presencia del Estado de Bienestar, con políticas orientadas a la industrialización, el proteccionismo y fuerte nacionalismo. En esta dirección y de acuerdo con lo que plantea la arquitecta Anahí Ballent ("La publicidad de los ámbitos de la vida privada. Representaciones de la modernización del hogar en la prensa de los años cuarenta y cincuenta en México", 1996) el proceso de tecnificación y modernización de los hogares, produjo una serie de transformaciones de las formas del habitar doméstico

urbano y sus representaciones en el imaginario colectivo, que tuvieron como centro el espacio arquitectónico del “hogar” y a la “mujer” como jefa y reina del mismo.



Fig. 2.
Publicidades en la revista “Edilicia”.
En orden de izquierda a derecha: 1941, 1943, 1944.

De acuerdo al planteo sugerido por Raquel Pelta (“El nuevo ángel del hogar. Electrodomésticos y publicidad (1880-1960)”, 2012), a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX de la mano de los nuevos valores representativos del mundo moderno, comenzaron a cambiar las ideas sobre el **rol de la mujer en el hogar como ama de casa**. Producto de transformaciones como la gradual desaparición de los sirvientes, la influencia de las teorías de la economía doméstica orientadas a maximizar el tiempo libre de la mujer como símbolo de reposicionamiento social y cultural de una clase media asalariada, la idealización de la familia nuclear y, más adelante, los conceptos sobre la higiene y la organización científica del trabajo doméstico; la mujer comenzó a asumir el rol de cuidada y educación de sus hijos como guardiana y educadora de los mismo y así también el espacio doméstico quedó cargado de una nueva serie de valores morales.

Tal como es posible observar en esta serie de publicidades, y siguiendo a Ballent, la tecnificación del hogar no transformó el rol históricamente definido a la mujer. La mujer del hogar moderno continuó desempeñando el papel fundamental de esposa y madre, aunque realizara con menos esfuerzo físico las tareas domésticas. De esta manera su rol tradicional continuaría siendo el de organizadora de la vida familiar, encargada de sugerir, proponer y llevar a la práctica transformaciones del espacio doméstico, entendiendo el hogar como su espacio “natural” y la decoración como un tema de interés femenino.

Los **avisos publicitarios** colaboraron en la construcción y consolidación de este “ideal” de modernidad, reproduciendo un modelo de familia y sociedad de consumo tomado del

“american dream”, como símbolo de la modernidad hegemónica mundial alcanzada por EEUU tras la segunda posguerra. En esta puesta en escena del espacio doméstico como un nuevo mercado, tuvo a la mujer -tradicional “reina” del mismo-, como centro de las apelaciones publicitarias, debido principalmente a que la venta de infinidad de productos dependía mayoritariamente de su elección. La figura más desdibujada y menos presente en el hogar fue el hombre, quien sólo en parte pertenecía a la vida doméstica, ya que su verdadero lugar era el mundo exterior, la calle y el trabajo. **De esta manera la publicidad contribuyó a reforzar y consolidar las estructuras sociales patriarcales.**



Fig. 3. Publicidades en la revista “Edilicia”. En orden de izquierda a derecha: 1943.

A lo largo de esta primera serie de anuncios publicitarios que van de 1937 a 1944, podemos identificar el rol marcado de la mujer, restringida y recluida dentro de la esfera del espacio privado doméstico, en contraposición del hombre. En relación al rol profesional del arquitecto, es clara la referencia sexista de que corresponde exclusivamente a una tarea desempeñada por los varones.



Fig. 4. Publicidades en la revista “Edilicia”. En orden de izquierda a derecha: 1949, 1952, 1955.

A partir de la década del '50 es posible identificar un cambio respecto del posicionamiento espacial de la mujer, donde evidentemente sigue siendo la “reina y ama” del hogar, pero su participación en la toma de decisiones acerca de la decoración y tecnificación del hogar es más fuerte. A través del lenguaje corporal expresado en la gráfica, pareciera que a la mujer ya se le permite estar fuera de la cocina, dialogando mano a mano con el arquitecto (que sigue siendo varón), leyendo e interpretando un plano de su hogar.



Fig. 5. Publicidades en la revista “Edilicia”. En orden de izquierda a derecha: 1958, 1961, 1960.

Por último podemos reconocer un cambio desde finales de la década del '50 y más precisamente a partir de la década del '60, donde la mujer se la muestra ya fuera de la esfera privada doméstica del hogar, trabajando en la industria, como un engranaje más de la cadena de producción del sistema capitalista. Continúa siendo la “jefa” del hogar, encargada de todas las decisiones en lo que a dicho espacio refiere, desde el exterior y representada en una escala sobredimensionada, dirige y planifica la organización de su vivienda. En el espacio público es la reina del buen gusto en lo que compete a decoración y refinado gusto estético. **La mujer se ha modernizado, con vestimenta y look renovado (pantalones y pelo corto), pero “cuidado” que sólo se le permite salir al espacio público para desempeñar tareas menores o bien colaborar en el sistema de producción masiva, el conocimiento científico y técnico, junto con la propiedad del capital, continúan siendo patrimonio exclusivo del varón.**

Por último siguiendo a Ballent, nos resulta interesante hablar acerca de la estructuración de las publicidades gráficas. En ellas es posible identificar el papel clave de los epígrafes, como una nueva forma de aproximación a la difusión del habitar. Los mismos colaboraban en el proceso de enseñar a “ver”, indicando qué era lo que se debía mirar en la fotografía, a modo

de clave de lectura. En las primeras se puede observar en ellas un carácter más argumentativo, porque se basaban en la exposición de las razones por las cuales un ambiente debía organizarse de una manera o de otra. Con el paso del tiempo y la incorporación cultural de los ideales de modernidad, esto desaparece de los anuncios. En relación a la técnica de presentación de los temas del habitar, es posible identificar como modelo de representación, la reproducción de la forma en que se mostraba la moda de indumentaria, entendiendo este como un código que las mujeres conocían y manejaban perfectamente.

CONCLUSIONES

"Se trata de restituir el rol de la crítica, como una de las claves para enfrentar el discurso hegemónico que impone las conductas en forma indiferenciada; de restablecer el valor del disenso, de la polémica diferencia como construcción histórica."

(Arquitecto argentino Pablo Vicente, 2017:105).

A través del estudio realizado acerca de las publicidades gráficas argentinas en la revista rosarina técnica y profesional *Edilicia*, hemos podido probar cómo el espacio de la publicaciones ha oficiado históricamente como medio de reproducción y transmisión - consciente o inconsciente- de todo un universo de valores con los que se identifica y representa un determinado grupo social, en un tiempo-espacio particular.

Tomar consciencia histórica de estas construcciones culturales nos permite hoy, desnaturalizar conductas y prácticas cotidianas heredadas, que aún replicamos. Al respecto resulta oportuno convocar a la filósofa feminista estadounidense Judith Butler ("Gender trouble: feminism and the subversion of identity", 1990), quien trabaja desde la **teoría performativa del género** ("Gender trouble: feminism and the subversion of identity", 1990). A través de la misma Judith infiere que las **identidades diferenciales de género, se fijan por repetición cotidiana de comportamientos ("actuaciones")** en un espacio, tiempo y entorno social concreto. De esta manera estos estereotipos diferenciales son naturalizados y apropiados como valores propios representativos de un colectivo cultural particular. Identidades que se **transmiten generacionalmente sin revisión crítica alguna, siendo asumidas por las generaciones subsiguientes como una herencia incuestionable y fundamentada principalmente en la "naturaleza" femenina y masculina.**

Consecuentemente a lo largo de la historia, la sociedad ha ido estableciendo cuáles son las actividades “naturales” a cada sexo, organizado la **división sexual del trabajo** y definiendo los **lugares** en donde deben ser desarrolladas cada una de ellas. **La mujer** por tanto, ha sido **históricamente asociada y recluida en el espacio privado doméstico**, como su ámbito de dominio y acción culturalmente asumido y legitimado por la sociedad occidental en su conjunto, o bien asociada con un desempeño laboral y profesional de menor jerarquía en relación al varón. Frente a estos procesos, aquellas **referencias identitarias femeninas que accionaron dentro del ámbito público, han sido histórica y sistemáticamente borradas, negadas o bien reconocidas como "casos de excepción" positiva al sistema, como si de exotismos se trataran.**

En relación al campo de la **disciplina arquitectónica occidental** en general -como marco objeto de mi investigación doctoral-, las conductas funcionales asumidas respecto de estas construcciones identitarias, han contribuido en la definición y consolidación de un **canon propio excluyente de toda alteridad**. Si el hombre masculino, blanco, burgués y heterosexual ha sido el modelo de profesional aceptado y legitimado por el relato canónico de la disciplina, el campo disciplinar se presenta entonces como "club" de varones, que dominan y gobiernan los espacios de formación, producción, difusión y reconocimiento.

Desde esta perspectiva pensar a la mujer arquitecta ingresando en dicho campo -cargada con todo un universo de valoraciones androcéntricas dominantes y discriminatorias del sistema cultural patriarcal-, conlleva imaginar una serie de obstáculos y estrategias que deberá desarrollar para hacer frente a las presiones de los propios actores dentro del campo académico-profesional, de la familia en particular y de la sociedad en su conjunto. Conciliar internamente todas estas tensiones, requerirá de parte de cada una de ellas, de una extraordinaria destreza física, emocional y psicológica.

Finalmente tras todo lo analizado en el presente trabajo, resulta insoslayable señalar que las estructuras de valoraciones propias de una cultura en un tiempo y espacio determinado, son construcciones cristalizadas en la medida que todos y cada uno de sus actores sociales las repliquen sin cuestionamiento alguno. Asumir por tanto el grado de responsabilidad que tenemos como sujetos históricos activos, desde los campos de acción en que cada uno nos toque interactuar, implica una toma de consciencia personal acerca de dónde reside el verdadero poder de cambio. En tiempos de la cultura de la globalidad, caracterizado por la producción incesante de imágenes de consumo masivo, se torna necesario rescatar y poner en valor la capacidad de reflexión crítica-interpretativa del sujeto.

BIBLIOGRAFÍA

- AUSTIN, John Langshaw (1962. First Edition). "How to do things with words. The William James lectures delivered in Harvard University in 1955". Cambridge, MA: Harvard University Press.
- BALLENT, Anahí (1996). "La publicidad de los ámbitos de la vida privada. Representaciones de la modernización del hogar en la prensa de los años cuarenta y cincuenta en México". *Alteridades*, vol. 6, núm. 11. Distrito Federal, México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa.
Obtenido de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711339006>
- BOURDIEU, Pierre (1993). "El sentido práctico". Madrid: Taurus.
- BUTLER, Judith (1990). "Gender trouble: feminism and the subversion of identity". United States: Routledge.
- CIRVINI, Silvia A. (2004). "Nosotros los arquitectos. Campo disciplinar y profesión en la Argentina moderna". Mendoza: Zeta Editores.
- ESPEGEL, Carmen (2007). "Heroínas del espacio. Mujeres arquitectos en el Movimiento Moderno". Buenos Aires: Nobuko.
- GARRIDO, Hilda B. (2004). "La historia de las mujeres y los estudios de género en la Universidad Nacional de Tucumán". En *Actas del 1º Congreso: La Historia de la Universidad Nacional de Tucumán*. San Miguel de Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán
Obtenido de http://www.archivo.unt.edu.ar/attachments/059_garrido2.pdf
- LIERNUR, J. Francisco (2001). "Arquitectura en la Argentina del siglo XX. La construcción de la modernidad". Buenos Aires: Artes Gráficas Corín Luna.
- MOLINA PETIT, Cristina (1995). "La metáfora espacial doméstica en la definición de lo femenino". En *Ciudad y Mujer. Actas del curso urbanismo y mujer. Nuevas versiones del espacio público y privado*. Málaga 1993. Toledo 1994. (págs. 339-343). Madrid: Seminario Permanente Ciudad y Mujer.
- NOVAS, María (2014). "Arquitectura y género. Una reflexión teórica". Catellón, España: Instituto Universitario de Estudios Feministas y de Género, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Universitat Jaume I.
Obtenido de http://www.dexeneroconstrucion.com/mnovas_arquitecturaygenero.pdf
- PAYNE, Michael (2008). "Diccionario de Teoría Crítica y Estudios Culturales". Buenos Aires: Paidós.

- PELTA, Raquel (2012). "El nuevo ángel del hogar. Electrodomésticos y publicidad (1880-1960)". *Pensar la Publicidad*, vol. 6, nº especial, pp. 117-146, ISSN: 1887-8598. Obtenido de: http://dx.doi.org/10.5209/rev_PEP.2012.v6.40640
- SCOTT BROWN, Denise (1989. Republicado 2009). "Room at the Top? Sexism and the Star System in Architecture". En E. P.
- VALCÁRCEL, Amelia (2008). "Feminismo en un mundo global". Madrid: Cátedra S. A.
- VICENTE, Pablo (2017). "Pabellón Holandés en la Exposición de Hannover 2000". *A&P continuidad*. N.06/4 Julio 2017. Rosario: UNR.
- WAISMAN, Marina (Marzo-Junio de 1969). "La mujer en la arquitectura". *Revista de la Universidad Nacional de Córdoba*. Año X. Nº 1 y 2. 2º Serie. Córdoba: Dir. Gral. de Publicaciones. Ciudad Universitaria. Nº Especial, p. 379 a 393.
- WAISMAN, Marina (Dic.1995- Ene.1996). "Sexo débil". *Summa más.*, Buenos Aires: Donn. Núm. 16, p. 112.