

Iconos adaptativos. Reflejos de la evolución del trabajo femenino en la telefonía española

Begoña Villanueva García
Universidad País Vasco/Euskal Herriko Unibertistatea (UPV/EHU)
bego.villanueva@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5552-6059
Javier García Algarra
Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (U-tad)
javier.algarra@u-tad.com
ORCID: 0000-0003-1505-7053

<https://doi.org/10.57149/re-visiones.12.9>

Recibido: 20/05/2022
Aceptado: 05/09/2022

Resumen

La telefonía desarrolló en los inicios del siglo XX un programa de relaciones públicas muy avanzado, en el que la política laboral era uno de sus pilares. Era un negocio intensivo en mano de obra que se desarrollaba en un entorno físico menos hostil que la factoría y los empleados disfrutaban de beneficios sociales de tinte paternalista. La promoción de la imagen de las empresas como generadoras de empleo de calidad, fue una de las metas del citado programa. Los publicistas crearon dos iconos de los tipos masculino y femenino, el *lineman* y la telefonista. Estas representaciones idealizadas entraron en el imaginario popular y fueron asimiladas por la propia fuerza laboral. La evolución de las condiciones de trabajo, tecnológicas y sociales se refleja en los cambios que presentan estas poderosas construcciones visuales.

Palabras clave

Telefonía, telefonistas, publicidad, iconos laborales.

Adaptative icons. Reflections of the evolution of women's employment in the Spanish telephone business

Begoña Villanueva García
Universidad País Vasco/Euskal Herriko Unibertistatea (UPV/EHU)
bego.villanueva@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5552-6059
Javier García Algarra
Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (U-tad)
javier.algarra@u-tad.com
ORCID: 0000-0003-1505-7053

<https://doi.org/10.57149/re-visiones.12.9>

Recibido: 20/05/2022
Aceptado: 05/09/2022

Abstract

The telephone business developed an advanced public relations program at the beginning of the 20th century, with labor policy as one of its pillars. It was a labor-intensive business that was carried out in a less hostile physical environment than the factory, and employees enjoyed paternalistic social benefits. The promotion of the image of the companies as creators of quality jobs was one of the goals of the program. Advertisers created two icons of male and female types, the *lineman* and the telephone operator. These idealized representations entered the popular imagination and were assimilated by the workforce itself. The evolution of working, technological and social conditions are reflected in the changes embodied by these powerful visual constructions.

Keywords

Telephone business, telephone operators, advertising, labor icons.

La telefonía como negocio nació en Estados Unidos, asociada a la patente registrada por Alexander Graham Bell en 1876. Su papel en el desarrollo de este importante sector de la economía fue marginal, pero sus socios construyeron un conglomerado de compañías que usaban el apellido del inventor como marca. Estas empresas de carácter local terminaron consolidándose en el gigante American Telephone and Telegraph —AT&T—, conocido de forma coloquial como el Bell System. Aunque *de iure* solo tuvo el monopolio de las comunicaciones interurbanas, *de facto* se convirtió en la operadora dominante en Estados Unidos hasta su disgregación por decisión judicial en 1984. Durante todo este periodo, AT&T desarrolló una política de relaciones públicas muy intensa para ganar el favor del público y presentarse como un “monopolio querido”¹. El objetivo estratégico, que logró durante décadas, fue evadir los intentos de intervención de diferentes organismos estatales.

• Origen de los iconos laborales de la telefonía

Las comunicaciones telefónicas son un producto de la Segunda Revolución Industrial y, más en concreto, de la aplicación de la electricidad a gran escala. La construcción y operación de estas redes resultaban muy intensivas en capital y recursos humanos.

El establecimiento de las llamadas era realizado de forma manual por las telefonistas. Eran empleadas, por lo general muy jóvenes, de procedencia urbana y con estudios primarios. Se trataba de una actividad que requería atención continua, buena coordinación motora y habilidad para el trato con los abonados. Aunque el sueldo era modesto, la consideración social del trabajo de las telefonistas era positiva y se identificaba

con un empleo de oficinas más que con uno industrial². Al ser mujeres, eran portadoras de calidez humana, amabilidad, empatía, etc., todos los atributos que por norma ha ignorado el capitalismo que plasmó su interés en la fuerza, la rudeza o el aguante, características ligadas a los hombres. La realidad cotidiana estaba mucho más cerca de lo segundo, puesto que estaban sometidas a estrictos controles de productividad. Eso no impidió que muchas mujeres se sintiesen atraídas por este trabajo, que solía terminar cuando contraían matrimonio. Las telefonistas no eran las únicas empleadas del negocio, pues hubo mujeres también ocupando puestos en departamentos de contabilidad o ventas, pero en un número mucho más reducido.

El empleo masculino, más allá de los cargos directivos y las oficinas, se centraba en dos campos, la construcción de las redes y su conservación. En ambos se combinaban las habilidades físicas, cuando no atléticas, con la pericia técnica. El tendido o reparación de las redes era un trabajo al aire libre, no exento de riesgos, cavando zanjas o encaramados a escaleras y postes. Ya fuese en esas condiciones, o en las más protegidas del interior de una central, eran trabajadores especializados. Recibían urbana técnica para poder manejar las herramientas necesarias y poseían conocimientos básicos sobre electricidad y mecánica. Socialmente se consideraba un empleo manual cualificado, pero no había confusión posible con un “white collar”³, apelativo con el que se conocía a los trabajadores de oficina.

La telefonía no disponía de antecedentes sobre los que construir un imagina-

rio laboral, y tampoco se percibía con claridad su carácter industrial. Las compañías propietarias se ocuparon de ocultarlo tras las fachadas de las centrales, que se confundían con el vecindario para evitar el rechazo del público⁴. Las primitivas redes de cable aéreo que afeaban el centro de las ciudades se soterraron por el mismo motivo⁵. No había figuras de héroes proletarios sobre las que construir el discurso. El ferrocarril tenía maquinistas y fogoneros, la siderurgia fundidores que trabajaban impávidos en un entorno infernal y los astilleros disponían de soldados y remachadores. El trabajo de los técnicos de las compañías telefónicas era relativamente desconocido y carente de épica.

Los publicistas de la agencia N.W. Ayer & Son, a la que se contrató para desarrollar una de las campañas de creación de marca más audaces de principios del siglo XX, tuvieron que crear unos héroes propios. No era una tarea trivial, esa condición no se adquiere porque lo decida una agencia, tiene que calar en los destinatarios del mensaje. Resulta mucho más eficaz apropiarse de una figura ya existente, dotándola de un significado nuevo.

El primer gran acierto llegó con un anuncio de 1913. AT&T había encargado al ilustrador Frank T. Merritt una obra para honrar el esfuerzo de sus empleados para la sede que se construía en Nueva York. Merritt se inspiró en la historia del técnico de mantenimiento —*lineman*— Angus McDonald, quien trabajó 28 horas para mantener operativa la línea Nueva York-Boston durante la gran nevada de 1888⁶. En la ilustración de Merritt McDonald se mantiene erguido, como los postes de la línea telefónica de la que es responsable, en medio de la ventisca. Los creativos aprovecharon esta emotiva composición para ilustrar un anuncio

con el lema de la compañía: “The Spirit of Service”. Habían encontrado al héroe masculino que necesitaban.

El éxito del *lineman* tuvo como continuación lógica la representación idealizada de la feminidad, que encarnaban en este negocio las telefonistas. Su trato dulce y servicial hacia los clientes era el contrapunto perfecto al despliegue de valor temerario de McDonald. En un anuncio muy celebrado de 1915, los creativos de la agencia inventaron la expresión “tejedoras del habla”⁷ que ponen en contacto a las personas por muy distantes que estén con un tejido de hilos telefónicos. La ilustración de T. S. Skidmore se inspiraba en modelos clásicos, las escenas cotidianas de intimidad femenina de las estelas funerarias grecorromanas. Una hermosa joven, sentada de perfil, teje un tapiz de propiedades mágicas. La trabajadora de principios del siglo XX se entronca por medio de una labor preindustrial con la idea conservadora de su posición en el mundo laboral y en la sociedad del momento. La imagen tuvo un fuerte impacto positivo y se repitió en múltiples variantes durante muchos años.

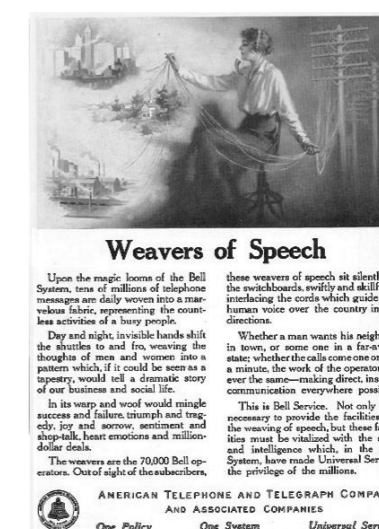


Fig. 1: *Weavers of Speech*. Anuncio de 1915 con ilustración de Thornton Skidmore.

Con el *lineman* y la tejedora, AT&T consiguió una síntesis muy eficaz para encarnar a la propia compañía. Los mismos iconos se transformaron durante las dos guerras mundiales en parte del esfuerzo de propaganda, el *lineman* reparando líneas en el campo de batalla y la tejedora manteniendo el contacto de los soldados desplazados a parajes remotos con sus seres queridos.

● Los primeros años de la telefonía en España

Desde los inicios de la telefonía comercial en España hasta la constitución de la Compañía Telefónica Nacional de España —CTNE— en 1924, transcurrieron cuatro décadas. Se caracterizaron por un débil desarrollo del servicio, legislación errática, dispersión de las operaciones entre pequeñas empresas privadas y organismos de las administraciones⁸. El caso español se inscribe dentro del retraso general de la telefonía en Europa respecto de la de Estados Unidos antes de la Segunda Guerra Mundial, en línea con los países del sur, incluida Francia.

El teléfono fue durante esa primera época un producto de lujo urbano y las telefonistas llamaron de inmediato la atención de la prensa. La concentración de mujeres casi adolescentes en un trabajo desconocido era un cebo para la imaginación. ¿Qué ocurría dentro de las paredes de la central? ¿De qué hablaban entre ellas?

Los periodistas abordaron el asunto desde una perspectiva muy paternalista. Uno de los testimonios más tempranos lo dejó en 1886 Manuel de Foronda, de la Sociedad Geográfica de Madrid. En un artículo en forma de carta abierta al director de Telégrafos, relata su visita a la primera central telefónica que hubo en Madrid, en la Casa de Correos.



Fig. 2: Interior de la primera central telefónica de Madrid, 1886. Dibujo de Manuel Alcázar. *La Ilustración Española y Americana*.

En estos cuadros primitivos las telefonistas trabajaban de pie, las sillas solo se usaban mientras esperaban entre una llamada y la siguiente. El atuendo tampoco estaba pensado para la comodidad de estas mujeres. La empleada en primer plano es la supervisora que controla el trabajo de un grupo de telefonistas. La que está sentada en el escritorio es la jefa de turno.

Para poner en contexto los comentarios del autor, hay que aclarar que los centros telegráficos eran operados por funcionarios del Cuerpo de Telégrafos. Los telegrafistas accedían por oposición y tenían una formación técnica avanzada. Las telefonistas habían sido contratadas temporalmente, con un jornal de 10 reales diarios, pero no pertenecían ni a la escala subalterna del Cuerpo Auxiliar, de ahí el título del artículo. Sin embargo, el turno de noche lo desempeñaban funcionarios. Foronda se lamentaba de esta situación:

No entiendo la causa por la cual no hayan de prestar el servicio completo día y noche las telefonistas. No es muy propio que un hombre que ha hecho estudios de importancia, y cuyo ingreso en el Cuerpo

de Telégrafos supone ciencia y talento, se vea dedicado a poner en comunicación a los conferenciantes.⁹

Para el autor, el trabajo de las telefonistas no requería la competencia técnica del telegrafista, aunque su impresión general era positiva:

Agradable aspecto ofrece la Central telefónica donde todo es orden y deseo de complacer al público. Los conmutadores del sistema americano, en número bastante para servir hasta 900 estaciones particulares, se hallan elegantemente instalados. Las telefonistas, colocadas delante de sus respectivos tableros y teniendo cada una a su cargo cincuenta números correspondientes a otros tantos abonados, responden incesantemente a las continuas llamadas de éstos con el sabido "central", "presente", "con mucho gusto", etc., etc.; y anotando al punto y en listas preparadas al efecto los números de los que piden y reciben comunicación, se hallan siempre en continuo movimiento y atentas al servicio. Espectáculo es este que ensancha el ánimo y que se presta a las más halagüeñas consideraciones.¹⁰

A pesar de algunas observaciones condescendientes, la carta de Foronda estaba escrita como un informe técnico neutro. Aunque consideraba la ocupación de las telefonistas poco cualificada, abogaba por su ingreso en el Cuerpo Auxiliar de Telégrafos. Esta circunstancia no se produjo porque la explotación del servicio se concedió a empresas privadas mediante el procedimiento de subasta pública en junio de ese mismo año de 1886.

Al año siguiente se inauguró la central de la Sociedad de Teléfonos de Madrid, de capital francés, en la Calle Mayor 1, que per-

maneció en servicio hasta 1926. El 18 de junio el semanario *Madrid Cómico* publicó un poema titulado "Central de Teléfonos", firmado por Sinesio Delgado e ilustrado por Ramón Cilla. Delgado escribía cada semana unos versos sobre un asunto de actualidad y Cilla lo interpretaba gráficamente. Era un producto destinado a una audiencia muy popular. El tono, entre humorístico y rijoso, refleja muy bien la curiosidad que despertaron estas trabajadoras.

En un atento / los que dirigen la Sociedad / me convidan para que viera las oficinas de la Central. / Yo, lo confieso, ya hacía rato / tenía mucha curiosidad... / así es que excuso decir ahora / con cuanto gusto me iría allá. / Sólo sabía que hay unos hilos / que en el espacio vienen y van, / formando redes en cuyas mallas / se agita presa la gran ciudad / y si oprimía dos o tres veces / el botón blanco para llamar / voces alegres, frescas y suaves / me respondían - Aquí Central. / Siempre el misterio nos ilusiona / siempre a lo oculto la mente va, / y aquellos dulces ecos lejanos / me iban ganando la voluntad. / ¡Esto parece, pensaba a ratos, / un caprichito de Satanás, / que en esta caja tiene en prisiones / una doncella como un coral! / Y eso, en resumen, es el sistema: / cientos de alambres forman un haz, / bajan, se empujan, tuercen, ondean, / y al fin y al cabo van a parar, / ora enroscados en los carretes, / ora en botellas, ora en zigzag, / a unas mocitas como unos soles / que hacen las veces de electro-imán. / ¡Cuánto trabajan las pobrecitas! / Punzón abajo, cordón allá, / tocar el timbre, lanzar corriente, / y en todas partes: ¡Central! ¡Central! / Si no obtuviera como merece, / ganancia pingüe la Sociedad, / siga un consuelo que se me ocurre, / y que de fijo se le ha de dar. / Anuncie un día la entrada libre; / toda la Corte desfilará, / y si se entera de aquellas chicas / y aquel prodigio de actividad, / allí

en el acto seguramente/ se abona toda la capital.../ izon tan bonitas y están tan monas,/ con sus trapitos de acristianar!¹¹

Las coplillas de Delgado no son excepcionales. La central, como serrallo tecnológico era un escenario ideal para las fantasías románticas. En 1891 se estrenó en París la opereta burlesca *La demoiselle du Téléphone*¹², con libreto de Antony Mars y Maurice Desvallières y música de Gaston Serpette. La trama era muy simple, con telefonistas cotillas que espiaban las conversaciones y hablaban de sus devaneos amorosos¹³. Tuvo un gran éxito en la capital francesa y dos años después la adaptó al español Salvador María Granés, que trasladó la acción a la central de Madrid. Se estrenó en 15 de julio de 1893 en el Tívoli de Barcelona, con una fría acogida por el crítico del diario *La Dinastía*: "La trama, muy endeble, tiene carácter de *vaudeville*. [...] Los chistes son casi todos de subido color y esto es lo más lamentable"¹⁴.

Mucho más demoledora fue la opinión de Eduardo Bustillo, en la *Ilustración Española y Americana*, cuando el espectáculo se presentó en Madrid en octubre:

Desde las primeras escenas vio nuestro público que se trataba de una obra desprovista de interés, escasísima de gracia y llena de atrevimientos ofensivos a la moral, no atenuados por el verdadero ingenio. Dos horas mortales de zarzuela en que parte de los espectadores concluyó por distraerse acompañando de mala manera los compases de una música vulgarísima después de protestar a grito herido contra las inconveniencias de un diálogo inadmisibles.¹⁵

Tras el fiasco de la adaptación francesa, las telefonistas tuvieron algunas oportunidades más en la escena española. En 1896, se

publica el librito de Felipe Pérez y González *Fuegos artificiales. Versos y artículos amenizados con un prólogo-mazurca para canto y piano. Letra y música del popular maestro D. Federico Chueca*. Contiene un romance titulado "Central", dedicado a Carlos Arniches, en un estilo muy similar al de Sinesio Delgado, e ilustrado con el grabado de la primera central de Madrid. Comienza así:

Señoritas del teléfono/ según he oído decir/ sois todas de lo más listo /y más bello y más gentil, / que Dios ha criado, para/ hacer al hombre feliz; que a inteligentes y a lindas/ no hay quien pueda competir/ con vosotras, pues cada una, / por su talento y su chic, / es por dentro un Edissón (sic)/ y por fuera un querubín.¹⁶

Volvemos a encontrar a la telefonista como protagonista de un cuplé de la revista musical *Los Placeres*, en 1914¹⁷. Ya en el periodo de la CTNE, se estrenó en 1930 el sainete musical en dos actos *Paca la telefonista, o el placer está en la vista*, de Luis Fernández de Sevilla y Anselmo G. Carreño, con música del Maestro Daniel¹⁸.

Las compañías telefónicas españolas no tenían la capacidad técnica ni financiera de AT&T, ni una campaña de imagen comparable. Las fotografías anteriores a 1924 son escasas, pero tienen una autenticidad imposible de encontrar en las composiciones norteamericanas. Un buen ejemplo es el del centro telefónico de la Compañía Peninsular de Teléfonos en Villafranca. En una postal de 1920, de autor desconocido, podemos ver a la plantilla al completo: tres telefonistas adolescentes, una supervisora muy joven en avanzado estado de gestación y un recadero de no más de doce años. En la pared, las normas básicas de actuación que estaban en todas las centrales del grupo. Es la realidad del trabajo precario e infantil,

muy alejada de las ensoñaciones literarias y musicales.



Fig. 3: Centro telefónico de la Compañía Peninsular de Teléfonos en Villafranca, 1920. Archivo histórico de Fundación Telefónica.

● Las telefonistas de la CTNE

En 1924 el Gobierno de Primo de Rivera concedió el monopolio para la construcción y explotación de una red telefónica moderna a la Compañía Telefónica Nacional de España. La CTNE era filial de la neoyorquina International Telephone and Telegraph, propiedad de los hermanos Behn y sin afiliación con AT&T, pese al nombre similar que no era una coincidencia. Los Behn ya controlaban las redes telefónicas de Cuba y Puerto Rico y trasplantaron a España el modelo de negocio norteamericano en todas sus vertientes. En la tecnológica, se construyó una red automática que no necesitaba telefonistas en las comunicaciones urbanas de las grandes ciudades. Seguían siendo imprescindibles en las comunicaciones a larga distancia, que se incrementaron de forma espectacular, y por tanto exigieron la contratación de muchas de ellas. Las relaciones públicas eran una fiel copia de las de AT&T, el encargado de desarrollarlas en España fue Kenneth McKim, que años más tarde llegó a ser vicepresidente de ITT¹⁹.



Fig. 4: Artículo de Kenneth McKim en Revista Telefónica Española, 1926. Archivo histórico de Fundación Telefónica.

Con la llegada de McKim, la telefonista símbolo comenzó a aparecer en la prensa. En el artículo de 1926, titulado "Medio siglo de telefonía", encontramos una primera reinterpretación hispana del "Weavers of Speech", por el ilustrador Arribas. La composición es una repetición de los anuncios de AT&T.



Fig. 5: Artículo de la CTNE. *Nuevo Mundo*, 28 de noviembre de 1928.

Una copia literal de un anuncio estadounidense se encuentra en el semanario *Nuevo Mundo* en 1928. La imagen no deja lugar a dudas, el escenario es Nueva York, con el rascacielos de la New York Telephone Co. y el Woolworth Building fácilmente reconocibles. Incluso el texto parece una traducción deficiente del inglés. En primer plano aparecen los iconos laborales. Ella es muy diferente a las telefonistas de la postal de 1920. Es una chica moderna, con atuendo de *flapper*, el apelativo que recibían las mujeres que en los años veinte rompían las normas de sus antepasadas, vestían minifalda, llevaban el pelo corto y bailaban charleston. Las telefonistas en el imaginario americano eran agentes de la modernidad, y ese es el papel que la publicidad de Telefónica les otorgó.

● Condiciones de trabajo de las telefonistas en la CTNE

Las telefonistas de la Compañía Telefónica comenzaron su trabajo paralelamente a la creación de la CTNE. Desde setiembre de 1924 la nueva compañía inició su despliegue por el país y comenzaron a ser contratadas. La presencia de la plantilla de telefonistas en la CTNE era obligada, ya que en esa época la comunicación telefónica era manual, es decir, las telefonistas debían poner en contacto al abonado que llamaba y al que recibía la llamada.

A los centros de Telefónica se incorporaron muchas telefonistas, chicas jóvenes en su mayoría, bastantes de ellas con experiencia laboral en otras compañías que ofertaban servicio telefónico en ese momento, como la Compañía Peninsular de Teléfonos (Barcelona) o la Real Compañía Interurbana de Teléfonos (Madrid). Algunas de ellas debían disponer de conocimientos avanzados, como las del departamento internacional, que dominaban idiomas, francés principalmente.



Fig. 6: Telefonistas en la sala de descanso de la central de Málaga, con atuendo de verano, 1928. Fotógrafo: Francisco Sánchez. Archivo Histórico de Telefónica. Negativo 04235.

El trabajo de las telefonistas se desarrollaba en tres turnos en las grandes ciudades —Madrid, Barcelona o Bilbao—, mientras que en las ciudades pequeñas las centrales cerraban por la noche, quedando en dos los turnos de trabajo.

Con una supervisora controlando el correcto desarrollo del trabajo en cada turno de trabajo, la religión hacía acto de presencia en el turno de noche en los centros telefónicos de Bilbao y Logroño. A las tres de la mañana se establecía conexión entre ambas ciudades y se rezaba de forma conjunta. En esos turnos de noche solamente permanecían en el centro las telefonistas y el mecánico que debía atender las posibles averías que llegaran a producirse.

Estos son datos que se conocen gracias al testimonio de una de las telefonistas: la Doctora en Historia por la Universidad de Deusto Celina Ribechini²⁰. Sabemos que las telefonistas recibían casi a diario invitaciones a actos como teatro o cine y que las llamadas repetidas de algunas de esas personas se convirtieron pronto en habituales, generan-

do en algunos casos relaciones de confianza que trascendieron la conversación telefónica.

Por otra parte, la imagen de las telefonistas fue un revulsivo de modernidad. Sus uniformes, inspirados en los de Estados Unidos, eran mucho más funcionales y elegantes que los que se usaban en las compañías españolas antes de la CTNE. Las centrales disponían de salas de descanso y lectura con decoración cuidada. Los nuevos equipos estaban diseñados con criterios ergonómicos y, por ejemplo, se generalizaron las sillas giratorias que permitían trabajar durante todo el turno sentadas.



Fig. 7: Josefina Villanueva Osca, telefonista de Valencia. Imagen tomada con propósito publicitario hacia 1928. Archivo Histórico de Telefónica. Negativo 04226.

Fueron desde el comienzo un colectivo bien pagado en comparación con otros sectores y con buenas condiciones laborales, dos aspectos que pudieron disfrutar durante muchos años, diferenciándolas claramente de las condiciones de otras trabajadoras. Como todos los empleados de la CTNE, disponían de un seguro médico y tenían acceso a actividades lúdicas y recreativas organizadas por la Asociación Cultural. Esta política de beneficios sociales era también una práctica

importada, AT&T se ocupó siempre de que sus empleados disfrutasen de buenas condiciones para evitar huelgas.

No todo eran ventajas, desde el comienzo sabían que si contraían matrimonio perdían su puesto de trabajo. Por esta razón, bastantes telefonistas permanecieron solteras.

Como se ha indicado en la introducción, la organización de su trabajo se regía por principios tayloristas, como puede comprobarse en este párrafo publicado en un artículo de la revista interna de la CTNE en 1927: "Ha de llegarse a tal grado de perfeccionamiento que las operadoras, mientras están en su posición, han de parecer autómatas [...], el hacer la operación en la forma indicada, trae un menor desgaste de energías físicas y aun morales"²¹.



Fig. 8: Telefonistas del centro telefónico de la CTNE en Bilbao. Archivo Histórico de Telefónica.

En otros países las telefonistas tuvieron la oportunidad de organizarse en sindicatos desde los que plantearon huelgas con las que intentar mejorar sus condiciones de tra-

bajo²². Sí tuvieron la capacidad de organizar y protestar las telegrafistas, quienes protagonizaron una huelga con el objetivo de conseguir mejoras que consideraban necesarias en sus trabajos²³. Las telefonistas de la CTNE, quizá por las circunstancias que tuvieron que vivir, no desarrollaron esa capacidad de organización y/o protesta por la mejora de sus condiciones laborales. Sin embargo, hay noticias de algunas acciones de reivindicación durante la Segunda República. El caso más conocido fue el de Luisa Fernández Cuevas, detenida durante la huelga convocada por la CNT en julio de 1931. Se da la circunstancia de que Luisa había sido elegida Miss Telefónica en 1930, una de las mencionadas actividades recreativas que promovía la Asociación Cultural. La noticia de su detención se ilustra en el número del 10 de julio de 1931 con una sonriente instantánea del día de su elección.

El proceso de automatización de las líneas telefónicas emprendido por la CTNE desde 1926 supuso una amenaza, en principio, para el trabajo de algunas telefonistas. En algunos lugares las telefonistas dejaron de trabajar, ya que, a partir de ese momento, su trabajo ya no era necesario. La comunicación telefónica entre abonados era directa, sin obligación de la intervención de las telefonistas. El proceso se desarrolló solo en las principales ciudades, en otras zonas las telefonistas pudieron seguir desarrollando su trabajo con toda normalidad. La guerra civil que asoló España entre 1936 y 1939 influyó en el trabajo de las telefonistas, que además en algunas ciudades sufrieron la represión asociada a su trabajo, ya que por ley debían guardar silencio en sus conversaciones con los abonados²⁴.



Fig. 9: María Luisa Cuevas, Miss Telefónica 1930, detenida durante la huelga convocada por la CNT en julio de 1931. Archivo Histórico de Telefónica. Negativo 03752.

Tras el final de la guerra, la plantilla de telefonistas y de otros trabajadores de la CTNE debió ser reordenada. Las condiciones laborales que se dieron en las empresas antecesoras de la CTNE, en las redes provinciales del País Vasco y durante las primeras décadas de existencia de Telefónica, no mejoraron durante el franquismo. Al contrario, empeoraron por la imposibilidad de asociarse para defender sus derechos laborales y el énfasis en el ideal nacional católico de la mujer como elemento subalterno de la sociedad, cuyo lugar y actividad naturales estaban en el hogar²⁵. Los manuales de los años cincuenta contienen una concepción muy conservadora del trabajo, e incluso la estética es más pacata que en algunas de las propias publicaciones anteriores a 1936: "Se precisa, por tanto, respetar las normas establecidas y acatar las decisiones de sus superiores en el trabajo. Lo que más ayuda a trabajar bien y ahorrar esfuerzos

inútiles es la disciplina individual, base de la colectiva"²⁶.

La condición de trabajo casi secreto se mantuvo durante toda la existencia laboral de las telefonistas. En 1964, José María Peman visitó la central de Cádiz y escribió un breve artículo para ABC, en el que parecen revivir sus antecesores de finales del siglo XIX:

Le entra a uno una oleada de contrición al ver a las destinatarias de nuestros malhumores. ¿Dónde hay allí sitio ni tiempo para la imaginada taza de café o la novela o el chisme o el chicoleo con el abonado? Entré de puntillas y no vi más que espaldas azules curvadas sobre unos diálogos tan automáticos como los instrumentos.²⁷

La consideración social del trabajo seguía siendo positiva. En la película *Más bonita que ninguna* (César Amadori, 1965), la protagonista, interpretada por Rocío Dúrcal, esconde a su novio su verdadero empleo de cerillera en un cabaret. Se hace pasar por telefonista y la pareja acude cada noche al edificio de Gran Vía donde ella se despide y finge entrar a cumplir su turno.



Fig. 10: Portada del *Manual de la Telefonista*, documento interno de la CTNE, 1952. Archivo documental de Fundación Telefónica.

Las telefonistas solo podían aspirar al cargo de jefa de turno, era la máxima categoría laboral de estas empleadas. En los años sesenta, la tecnología les abrió nuevos horizontes. Las telefonistas que atendían los servicios de información y averías empezaron a usar terminales informáticos. Estos puestos fueron ocupados por empleadas jóvenes con mejor formación y menos conformistas que sus antecesoras.



Fig. 11: Sala del servicio información en los principios de la década de los setenta. Archivo documental de Fundación Telefónica.

La inquietud laboral dentro de la CTNE creció en paralelo a la de la sociedad del tardofranquismo. Así, a mediados de la década de los setenta del pasado siglo, debido a la escala de violencia en el País Vasco, el Gobierno decidió militarizar las plantillas de telefonistas que atendían el servicio en esos centros por si en algún momento la situación se agravaba y era necesaria su intervención.

El empleo femenino se había ido extendiendo a otras áreas organizativas y administrativas de la CTNE, aunque los puestos puramente técnicos seguían siendo masculinos. Esta situación se mantuvo hasta finales de la década de los setenta. En Estados Unidos,

AT&T había desarrollado durante esos años una campaña de publicidad que trataba de romper con los estereotipos creados bajo su patrocinio a principios del siglo. Utilizando ejemplos de minorías en puestos de trabajo hasta entonces vedados a determinados grupos, quería demostrar que era una empresa inclusiva. Las primeras *linewomen* tuvieron un fuerte impacto social, porque era un oficio tan masculinizado como la milicia o la minería. La CTNE siguió la misma línea y en la *Memoria de Accionistas* del ejercicio de 1980 aparece por primera vez la imagen de una mujer desempeñando dicho puesto.

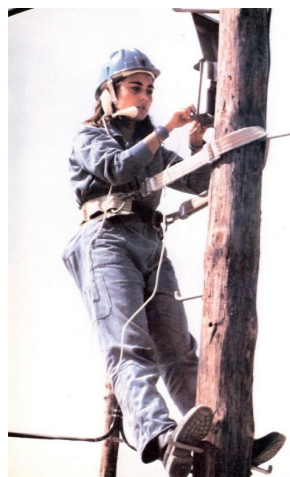


Fig. 12: Una de las primeras celadoras de la CTNE, trabajando en una caja de pares en un poste telefónico. *Memoria de Accionistas* de 1980, pág. 51.

Para entonces, las telefonistas tenían un oficio en extinción. La automatización de la red de los años setenta había eliminado a estas trabajadoras de las comunicaciones interurbanas y solo quedaban como reliquia en los pequeños centros rurales. El último de ellos se cerró en Polopos (Granada) el 19 de julio de 1988. Magdalena Martín fue la última telefonista de la compañía ²⁸.

● Conclusiones

Las telefonistas fueron una pieza imprescindible en la operación de este servicio desde su creación, porque, al establecer la comunicación de forma manual, su trabajo era un imperativo técnico. En algunos países desaparecieron en fecha temprana a medida que las líneas telefónicas fueron automatizadas. En España, por el contrario, permanecieron activas hasta bien avanzados los años ochenta del pasado siglo.

Constituyen uno de los primeros colectivos de empleo netamente femenino de la Segunda Revolución Industrial, la asociada a la electricidad. Su sueldo era moderado y su formación básica, pero, pese a ser de extracción urbana humilde, la consideración social del empleo era positiva y suponía una oportunidad de progreso muy deseada para las jóvenes. Disfrutaban de una reputación equivalente a la de algunos empleos tecnológicos actuales.

Las telefonistas se convirtieron en iconos laborales por una mezcla de interés popular y de estrategia corporativa de relaciones públicas. La prensa las presentaba como mujeres modernas, dentro de los escasos márgenes que ofrecía el trabajo femenino, y las hizo personajes queridos del paisaje urbano. Esta popularidad fue explotada por las compañías como recurso publicitario. Eran chicas, generalmente muy jóvenes, que disfrutaban de la relativa libertad económica que les proporcionaba su salario. Desde las empresas se aprovechó esta impresión positiva sobre sus empleadas, para transmitir la idea de que estas instituciones se preocupaban de los clientes con los valores tradicionales de la feminidad, como la dulzura en el trato o la empatía.

La realidad era mucho menos amable, desde unos inicios con duras condiciones físicas —de pie, con ropa y equipos incómodos—, hasta un control taylorista de tiempos que las concebía como autómatas humanas cuando la tecnología hizo algo menos penoso el oficio. Era un empleo exigente y con pocas perspectivas de progreso, con la amenaza cierta de cancelación en caso de contraer matrimonio.

La telefonista idealizada por la publicidad evolucionó con el paso del tiempo, para adecuar el estereotipo a los cambios sociales. Así, después de la autarquía se desarrolló una estética pop durante el desarrollismo y se asoció este trabajo a los movimientos de liberación de la mujer en los años setenta. Para entonces, la telefonía manual estaba en vías de desaparición y la imagen popular de las últimas empleadas es la de mujeres de mediana edad en minúsculos centros rurales con equipos obsoletos.

Resulta sorprendente cómo ha evolucionado la percepción de este oficio desaparecido en el siglo XXI. Por una parte, se produjo un renacimiento de la percepción glamourosa de la telefonista a raíz del estreno de la serie de Netflix *Las chicas del cable* en 2017. El argumento se centra casi exclusivamente en las relaciones personales que van estableciendo las telefonistas con sus compañeras o con diversos jóvenes. Solamente de forma breve el espectador conoce que se acababa de crear la Compañía Telefónica Nacional de España, pero nunca aparecen los aspectos más duros del oficio. Es la misma fascinación que sintieron por ese universo desconocido los periodistas de finales del siglo XIX, pero trasladada a una audiencia joven mayoritariamente femenina, envuelta en vestuario y decorados de época. Una recreación frívola que hubiese hecho las delicias de los publicistas de AT&T y sus herederos en España.

Ocurre lo contrario con las sucesoras naturales de estas mujeres, las teleoperadoras de servicios de atención al cliente o telemarketing. Se trata de un empleo mayoritariamente femenino, mal remunerado y en muchas ocasiones externalizado a países con condiciones no equiparables a las de la Unión Europea. Sin embargo, apenas difiere técnicamente del trabajo que realizaban las telefonistas del sistema de información de Telefónica o de cualquier empresa equivalente. La cualificación no es menor que la que tenían sus antecesoras, pero las condiciones son objetivamente peores.

El contraste de percepciones sobre un mismo oficio revela la importancia de la iconografía laboral y de su poder para influir en la sociedad. Si se percibe como servil, las compañías tienen menos problemas en mantener condiciones precarias. Si, por el contrario, se proyecta como un puesto deseable, estas tenderán a mejorar con el tiempo. Este es un mecanismo de gestión capitalista, basado puramente en la imagen, que no se ha explorado lo suficiente en la literatura laboral de los países hispanos, aunque sí es un lugar recurrente en la anglosajona. Consideramos que un enfoque multidisciplinar que aúna análisis propios de la historia del arte con los de la sociología y de la teoría de la organización de empresas puede contribuir a descubrir aspectos ignorados de la historia laboral femenina.

BIBLIOGRAFÍA

Anónimo (1893) Breve en *La Dinastía*, 16 de julio, p. 4.

Anónimo (1914) Breve en *La Vanguardia*, 15 de agosto, p. 7.

Bachrach, S. (1984) *Dames Employees: The feminization of postal work in nineteenth-century France*. Londres: Routledge.

Bustillo, E. (1894) Breve en *La Ilustración Española y Americana*, Núm. XI, 30 de octubre, p. 5.

CTNE (1952) *Manual de la Telefonista*. Manual interno.

Dassas, M. (2014) *La demoiselle du téléphone*. París: Marivole.

Delgado, S. (1887) "Central de Teléfonos". En *Madrid Cómico*, 18 de junio, pp. 4-7.

Foronda, M. de (1886) "Las jornaleras del Estado". En *La Ilustración Española y Americana*, Núm. XI, 22 de marzo, pp. 187-188.

García, A. (1988) "La telefonía manual se jubila en España". En *El País*, 20 de diciembre, p. 2.

García Algarra, F. J. (2010) "The American influence in Telefónica's public relations strategy during the 20's and 30's". En *2010 Second Region 8 IEEE Conference on the History of Communications*, pp. 1-6.

(2012) *De Gran Vía al Distrito C: el patrimonio arquitectónico de Telefónica*. Tesis Doctoral, UNED.

García Larrea, R. (1927) "El Departamento de Tráfico en general y el personal de operación en particular". En *CTNE, Curso de Conferencias Semanales*, Año I, Núm. 11, noviembre, pp. 3-14.

Hu, X., Kaplan, S. y Dalal, R. S. (2010) "An examination of blue-versus white-collar workers' conceptualizations of job satisfaction facets". En *Journal of Vocational Behavior*, 76 (2), pp. 317-325.

Marchand, R. (1998) *Creating the Corporate Soul: The Rise of Public Relations and Corporate Imagery in American Big Business*. Berkeley (California): University of California Press.

McKim, K. (1926) "Medio siglo de telefonía". En *Revista Telefónica Española*, Año II, Vol. 2, Núm. 3, marzo, pp. 31-39.

Moral Vargas, M. del (2008) "La reivindicación sigilosa. Las telegrafistas sin plaza (1909-1914)". En *I Encuentro de Jóvenes Investigadores en Historia Contemporánea de la Asociación de His-*

toria Contemporánea: Zaragoza, 26, 27 y 28 de septiembre de 2007. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.

Narvarte, G. P. (2019) "Discurso de género y realidad cotidiana en la inmediata posguerra: ¿ángel del hogar o deshonrada por la sociedad?". En Cuadrado, J. (Ed.) *Las huellas del franquismo: pasado y presente*. Albolote (Granada): Comares, pp. 676-695.

Pemán, J. M. (1964) "Desagravio a las telefonistas". En *ABC*, Sevilla, 9 de mayo, p. 3.

Pérez Sanjuán, O. (2016) "El secreto de las comunicaciones". En *Ciencia y Técnica, entre la paz y la guerra: 1714, 1814, 1914*, Vol. 1, pp. 645-652.

Pérez y González, F. (1896) *Fuegos artificiales*. Madrid: Librería de Fernando Fé.

Pérez Yuste, A. (2004) *La Compañía Telefónica Nacional de España en la dictadura de Primo de Rivera (1923-1930)*. Tesis Doctoral, UPM.

Pinilla García, A. (2006) "La mujer en la posguerra franquista a través de la *Revista Medina (1940-1945)*". En *Arenal. Revista de historia de las mujeres*, 13(1), pp. 153-179.

Porter, S.S. (2015) "De Obreras y Señoritas. Culturas de trabajo en la Ciudad de México en la Compañía Ericsson, en la década de 1920". En Porter, S. S. y Fernández Aceves, M. T. (Eds.) *Género en la encrucijada de la historia social y cultural de México*. Zamora y Michoacán: El Colegio de Michoacán y CIESAS.

Richard, J. (2005) *Telephomania: The Contested Origins of the Urban Telephone Operating Company in the United States, 1879-1894*. University of Illinois at Chicago, Working paper: GCP-05-02.

Rivera García, M. X. (2017) "Tejer y resistir. Etnografías visuales y narrativas textiles". En *Universitas. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, Núm. 27, *Cambios y continuidades en la antropología audiovisual contemporánea: Un enfoque L.A.*, septiembre 2017-marzo 2018, pp. 139-170.

Vilches de Frutos, M. F. y Dougherty, D. (1997) *La escena madrileña entre 1926 y 1931: un lustro de transición*, Vol. 116. Madrid: Editorial Fundamentos.

Yael, D. y Darré, S. (2020) "El triunfo de las señoritas telefonistas: El primer sindicato de mujeres del Uruguay y el impacto de la huelga de 1922". En *Revista Zona Franca*, Núm. 28, pp. 270-302.

¹Roland Marchand, profesor de Berkeley, escribió un manual sobre la creación de imagen corporativa que se ha convertido ya en un clásico. El capítulo 2, en el que describe en detalle la política de relaciones públicas de AT&T, lo tituló "Creating the Corporate Soul". El máximo ejecutivo de la compañía, Theodore Vail, había enunciado en varias ocasiones la idea de que la telefonía era un monopolio natural. Este concepto es la base sobre la que gira toda la citada política y las campañas publicitarias diseñadas por la firma neoyorquina N.W. Ayer & Son a partir de 1908.

²Esta posición intermedia entre trabajo industrial y de oficinas procedía de los Estados Unidos y fue común a todos los países en los que se extendió el negocio. "Tanto en México como en Estados Unidos, Canadá y otros países, la identidad de clase de las telefonistas en los años veinte podría ser ambiguo, siendo que se posicionó entre la clase media y la clase obrera. Las telefonistas se ubicaban en la confluencia de la historia del trabajo de oficina, asociada con identidades 'clases medias' donde a las mujeres jóvenes y solteras solían llamarlas 'señorita'". Porter, S.S. (2015) "De Obreras y Señoritas. Culturas de trabajo en la Ciudad de México en la Compañía Ericsson, en la década de 1920". En Porter, S. S. y Fernández Aceves, M. T. (Eds.) *Género en la encrucijada de la historia social y cultural de México*. Zamora y Michoacán: El Colegio de Michoacán y CIESAS, p. 331.

³Hu, X., Kaplan, S. y Dalal, R. S. (2010) "An examination of blue-versus white-collar workers' conceptualizations of job satisfaction facets". En *Journal of Vocational Behavior*, 76 (2), pp. 317-325.

⁴García Algarra, F. J. (2012) *De Gran Vía al Distrito C: el patrimonio arquitectónico de Telefónica*. Tesis Doctoral, UNED, p. 623.

⁵Richard, J. (2005) *Telephomania: The Contested Origins of the Urban Telephone Operating Company in the United States, 1879-1894*. University of Illinois at Chicago, Working paper: GCP-05-02, p. 22.

⁶La memoria de este desastre meteorológico se puede encontrar mucho después en la letra de la canción "Put the blame on Mame" en labios de Rita Hayworth en Gilda (1946).

⁷Rivera García, M. X. (2017) "Tejer y resistir. Etnografías visuales y narrativas textiles". En *Universitas. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, Núm. 27, *Cambios y continuidades en la antropología audiovisual contemporánea: Un enfoque L.A.*, septiembre 2017-marzo 2018, p.139-170.

⁸Pérez Yuste, A. (2004) *La Compañía Telefónica Nacional de España en la dictadura de Primo de Rivera (1923-1930)*. Tesis Doctoral inédita, UPM.

⁹Foronda, M. de (1886) "Las jornaleras del Estado". En *La Ilustración Española y Americana*, Núm. XI, 22 de marzo, p. 187.

¹⁰Loc. cit.

¹¹Delgado, S. (1887) "Central de Teléfonos". En *Madrid Cómico*, 18 de junio, p. 7.

¹²Dassas, M. (2014) *La demoiselle du téléphone*. París: Marivole.

¹³Bachrach, S. (1984) *Dames Employees: The feminization of postal work in nineteenth-century France*. Londres: Routledge.

¹⁴Anónimo (1893) Breve en *La Dinastía*, 16 de julio, p. 4.

¹⁵Bustillo, E. (1894) Breve en *La Ilustración Española y Americana*, núm XI, 30 de octubre, p. 5.

¹⁶Pérez y González, F. (1896) *Fuegos artificiales*. Madrid: Librería de Fernando Fé.

¹⁷Anónimo (1914) Breve en *La Vanguardia*, 15 de agosto, p. 7.

¹⁸Vilches de Frutos, M. F. y Dougherty, D. (1997) *La escena madrileña entre 1926 y 1931: un lustro de transición*, Vol. 116. Madrid: Editorial Fundamentos, p. 518.

¹⁹García Algarra, F. J. (2010) "The American influence in Telefónica's public relations strategy during the 20's and 30's". En *Second Region 8 IEEE Conference on the History of Communications*, p. 1.

²⁰Celina Ribechini trabajó como telefonista en el centro de Pamplona desde los años cuarenta. A su traslado a Bilbao desarrolló su trabajo hasta su jubilación como comercial de la CTNE.

²¹García Larrea, R. (1927) "El Departamento de Tráfico en general y el personal de operación en particular". En *CTNE, Curso de Conferencias Semanales*, Año I, Núm. 11, noviembre, pp. 3-14.

²²Yael, D. y Darré, S. (2020) "El triunfo de las señoritas telefonistas: El primer sindicato de mujeres del Uruguay y el impacto de la huelga de 1922". En *Revista Zona Franca*, Núm. 28, pp. 270-302.

²³Moral Vargas, M. de (2008) "La reivindicación sigilosa. Las telegrafistas sin plaza (1909-1914)". En *I Encuentro de Jóvenes Investigadores en Historia Contemporánea de la Asociación de Historia Contemporánea: Zaragoza*, 26, 27 y 28 de septiembre de 2007. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, p. 50.

²⁴Pérez Sanjuán, O. (2016) "El secreto de las comunicaciones". En *Ciencia y Técnica, entre la paz y la guerra: 1714, 1814, 1914*, Vol. 1, pp. 645-652.

²⁵Pinilla García, A. (2006) "La mujer en la posguerra franquista a través de la Revista Medina (1940-1945)". En *Arenal. Revista de historia de las mujeres*, 13(1), pp. 153-179; Narvarte, G. P. (2019) "Discurso de género y realidad cotidiana en la inmediata posguerra: ¿ángel del hogar o deshonrada por la sociedad?". En Cuadrado, J. (Ed.) *Las huellas del franquismo: pasado y presente*. Albolote (Granada): Comares, pp. 676-695.

²⁶CTNE (1952) *Manual de la Telefonista*. Manual interno, p. 8.

²⁷Pemán, J. M. (1964) "Desagravio a las telefonistas". En *ABC*, Sevilla, 9 de mayo, p. 3.

²⁸García, A. (1988) "La telefonía manual se jubila en España". En *El País*, 20 de diciembre, p. 2.