



Universidad de Oviedo

**LOS ESTEREOTIPOS MASCULINOS Y FEMENINOS EN LA
REVISTA *ESTAMPA*.**

Trabajo Fin de Máster.

Irene Arroyo Estrada

Tutor: Víctor Rodríguez Infiesta.

Máster en Historia y Análisis Sociocultural

Curso 2015 – 2016.

Febrero 2016

Índice.

● Siglas utilizadas	4
● Introducción	5
1. La evolución de la prensa en España desde principios de siglo hasta la Guerra Civil	8
1.1 La prensa española – 1900 - 1936 –	8
1.2 La prensa propagandística durante la Guerra Civil	15
2. Las revistas gráficas – <i>La Esfera, Nuevo Mundo, Crónica y Blanco y Negro</i> –	17
2.1 <i>La Esfera</i>	17
2.2 <i>Nuevo Mundo</i>	17
2.3 <i>Blanco y Negro</i>	18
2.4 <i>Crónica</i>	19
2.5 Relación entre las revistas <i>La Esfera, Nuevo Mundo, Blanco y Negro, Crónica y Estampa</i>	19
3. <i>Estampa</i>	21
4. La mujer durante la II República	22
5. La moda femenina y su reflejo en las páginas de <i>Estampa</i> ...	24
5.1 Las colaboradoras de las <i>Páginas de la Mujer</i> en <i>Estampa</i>	27
5.1.1 M ^a Teresa Fontanar	27
5.1.2 Magda Donato	28
5.1.3 Marlene	29
5.2 La Vida Frívola	30
6. La publicidad femenina	33
6.1 La mujer como reina de su hogar	35
6.2 La mujer moderna	39
7. La deportista	40

8. La mujer en la Guerra Civil	47
8.1 Las milicianas, mujer en vanguardia	50
8.2 Los trabajos en la retaguardia	51
9. Estampa y su visión del deporte masculino	58
9.1 El fútbol y el futbolista	60
9.2 Boxeo	64
9.3 Tenis	65
10. Publicidad masculina	66
10.1 La fuerza y el vigor masculino	66
10.2 Productos para la higiene masculina	67
10.3 El cabeza de familia	70
10.4 El deportista.....	71
10.5 El fumador	72
11. La Guerra Civil y el arquetipo de soldado republicano	73
12. Recapitulación final	79
Bibliografía	85

● **Siglas utilizadas.**

CEDA: Confederación Española de Derechas autónomas

CNT: Confederación Nacional del Trabajo

URSS: Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas.

JSU: Juventudes Socialistas Unificadas.

PCE: Partido Comunista de España.

● Introducción.

Las revistas gráficas han sido para M. C. Seoane “el único medio de ver mundo, la ventana para asomarse al espacio público”¹ durante el primer tercio del siglo XX; lo que explicaría su éxito comercial dado el abundante material fotográfico de las revistas que posibilitaban su lectura por parte de los analfabetos. La incorporación de fotografía desplazando al dibujo en las revistas gráficas del siglo XX es la principal diferencia con los magazines decimonónicos y aunque “*Blanco y Negro* fue el semanario que abrió las puertas a la difusión de la fotografía y sentó las bases para las publicaciones periódicas de nuevo cuño”², serían las revistas rivales *Crónica* y *Estampa* las que alcanzasen mayor éxito durante la II República.

Al realizar el proceso de recolección de datos sobre las revistas gráficas durante la época republicana y finales de la Dictadura de Primo de Rivera se ha observado que son pocas las obras dedicadas en exclusiva a este tema – destacando la obra de J. M. Sánchez Vigil (2008) –. El estudio de las revistas gráficas se ha centrado en buena medida en la revista *Blanco y Negro*, a la que se le ha dedicado una amplia bibliografía, contando tanto *Crónica* como *Estampa* con una bibliografía más modesta. Además de existir pocos trabajos realizados, los que ya se han hecho son en su práctica totalidad de naturaleza periodística, como el trabajo de Jordi Luengo *Posando en familia durante la II República: análisis foto periodístico de la revista Estampa, crónica y Esto*. O en el caso concreto de la revista *Estampa* los estudios realizados por Francesc Vera, *La fotografía en la revista ilustrada Estampa –1928 - 1938 –* o la *Aproximación a la fotografía de reportatge en la revista Estampa*. La mayor parte de los datos sobre las revistas gráficas se ha obtenido utilizando la información general sobre las revistas gráficas presentes en las monografías sobre la historia del periodismo en España, como son las obras de J. F. Fuentes –1997– Gómez Aparicio–1981–, J. J. Sánchez Aranda –1992 – o M. C. Seoane –1996 – , pero en ninguno se observa el uso directo de las revistas gráficas.

Lo escaso de las aproximaciones, en general, a las revistas gráficas a partir del género ha hecho que se escogiera el tema del presente trabajo, pues la información contenida en las revistas gráficas como *Estampa*, puede servir como base para el conocimiento de la sociedad republicana en este aspecto.

¹ M. C. SEOANE. *Historia del periodismo en España*. Madrid. Ed. Alianza. 1996. Pg 171.

² J. M. SÁNCHEZ VIGIL. *Revistas ilustradas en España; del Romanticismo a la Guerra Civil*. Ed. Trea. 2008. p 89.

Los pasos seguidos en la investigación han sido en primer lugar la consulta de la revista gráfica *Estampa* comprendida entre su aparición en 1928 hasta su desaparición en 1938. Antes de estudiar las revistas, se han elegido determinadas secciones de *Estampa* para su análisis; luego se han consultado los 461 ejemplares disponibles de forma digital –pues faltan varios – en la hemeroteca digital de la Biblioteca Nacional de España. No se ha podido encontrar ningún archivo de la época para el estudio de la empresa editorial de la revista en el Portal de Archivos Españoles –<http://pares.mcu.es/> –. Dado el volumen de revistas y de artículos se ha realizado una criba con aquellos artículos y reportajes más representativos de cada área estudiada.

Partiendo de la información obtenida, se ha dividido el trabajo en tres partes:

La primera se refiere a la situación sociopolítica tanto de la prensa periódica como a las revistas gráficas en el primer tercio del siglo XX. Para ello se han utilizado manuales de historia del periodismo, además de bibliografía específica sobre determinados aspectos presentes en este apartado.

La segunda parte del trabajo se centra en el estudio de la mujer en diversas facetas que aparecen en *Estampa* –no se han examinado todas –. Inicia este apartado una contextualización de la situación socio política de la mujer en la España republicana. Para su elaboración se han utilizado los textos de Aguado –2007, 2008 –, DUBY –1990 – o Anderson –1998 – así como artículos extraídos de revistas de diferente naturaleza.

En un segundo apartado se analizaría la evolución de la moda femenina desde el final de la I Guerra Mundial hasta el estallido de la Guerra Civil, utilizando en este punto como apoyo bibliográfico principal la obra de Boucher –2009–. Se ha analizado la sección para mujeres presente en la práctica totalidad de la revista –salvo los años 1937 y 1938, por su supresión en *Estampa* – llamada primero *Eva* y posteriormente *Páginas de la Mujer en París*; también *La Vida Frívola*, que, aunque no pertenecía a la sección para mujeres compartía con ella los contenidos. *La Vida Frívola*, a diferencia de la sección femenina, estaba escrita por hombres. Se trataba de una sección de carácter paternalista y de publicación intermitente en la revista. Por otro lado, sobre *La página de la Mujer en París* se ha optado por elegir algunos artículos sobre cada una de sus tres colaboradoras con el fin de analizar los diferentes matices de la mentalidad de las tres mujeres.

Ligado a esto último se ha investigado la publicidad femenina presente en la revista para dilucidar aquellos productos dirigidos al público femenino, analizándose una serie de

los mismos por contenido y por el mensaje que se transmite en ellos e incorporando las imágenes extraídas de la revista.

Seguidamente se ha analizado el papel de la mujer en el mundo deportivo, iniciando el apartado con una pequeña contextualización sobre el fenómeno deportivo femenino en la II República, elaborado a partir de distinta información bibliográfica entre la que cabe destacar obras de X. Pujadas –2013– y T. Sentamans –2010–. Además se examinaron una serie de artículos extraídos de *Estampa* para conocer el lenguaje periodístico utilizado en ellos.

El último apartado es el dedicado a la mujer en la Guerra Civil, donde se analiza la participación femenina desde las páginas de la revista. Para su elaboración se ha utilizado sobre todo la obra de M. Nash, *Rojas, las mujeres republicanas en la Guerra Civil* –1999–. Este punto se ha dividido en dos apartados, por un lado las mujeres en el frente y por otro mujeres en retaguardia; cada uno de ellos explicado por reportajes extraídos de *Estampa*.

La última parte del trabajo se ha dedicado a la figura masculina y su percepción desde las páginas de *Estampa*. A diferencia de la parte dedicada a mujeres, donde se hace un análisis sobre la moda femenina, se ha descartado hacerlo en su vertiente masculina ya que *Estampa* no cuenta con una sección propia sobre el tema y la única muestra de moda masculina es la aparecida en fotografías que acompañan a los reportajes, siendo de carácter marginal.

El primer punto trata sobre la masculinidad en el deporte español. Comienza con una contextualización sobre el deporte y la prensa deportiva, utilizando para ello la obra de X. Pujadas I Martí –2011–. Posteriormente se analizan tres ejemplos distintos de deportes, elegidos de entre todos los presentes en *Estampa* por su distinta visión de la masculinidad. De estos tres –fútbol, boxeo y tenis– tendrá mayor importancia el fútbol, al existir mayor volumen bibliográfico sobre este deporte y sobre la masculinidad en el fútbol; para su elaboración se han examinado las obras de J. A. Simón Sanjurjo –2011–, X. Torreadella Flix –2014–, J. Uría –2008, 2014– y J. M. Báez y Pérez de Tudela –2012–, entre otros. Tanto el boxeo como el tenis no han tenido más apoyo que el documental aparecido en la propia revista.

En cuanto a la publicidad masculina, se han clasificado los anuncios en función de la visión de la masculinidad que se quiere enviar al lector.

Por último, se analiza la visión del soldado republicano durante la Guerra Civil, utilizando abundante material extraído de *Estampa*, así como apoyo bibliográfico como las obras de J. De Andrés –2005, 2010– o Vázquez Liñán –2001, 2003– entre otros. Para

facilitar la comprensión del texto, se han añadido imágenes pertenecientes a la revista *Estampa* así como carteles propagandísticos de la Guerra Civil.

En el presente trabajo no se ha investigado la sección de tauromaquia ni la figura de la mujer como artista de cine o cantante. En definitiva, los objetivos principales de estudio son la investigación de los estereotipos masculinos y femeninos presentes en la sociedad republicana y plasmada en las páginas de *Estampa*.

1. La evolución de la prensa en España desde principios de siglo hasta la Guerra Civil.

1.1 la prensa española – 1900 - 1936 –

A comienzos del siglo XX se contabilizaban en territorio español más de 1200 publicaciones periódicas. La prensa escrita se encontraba en plena ebullición: “en 1913 dominaban netamente los periódicos políticos que constituían el 29,4 % del total, seguidos muy de lejos por los de información (7,9%) y los católicos (6,9 %)”³. La mayor parte del volumen periodístico correspondería a la prensa semanal y en segundo término a la mensual. Madrid y Barcelona fueron durante mucho tiempo las ciudades que mayor índice de periódicos *per cápita* registraban. Las fuentes de información eran variadas, destacando sobre todo las agencias pero también las embajadas, cargos oficiales y otros protagonistas de la actualidad.

Sobre las primeras, debe tenerse en cuenta que la más reconocida de todas las agencias españolas era *Fabra*, creada en 1867, la cual era la fuente principal para la mayor parte de los diarios, que en muchos casos le dedicaban una zona específica del diario con el título de ésta agencia. La mala situación económica obligó a la agencia *Fabra* a incorporarse dentro de la firma francesa *Harvas* en 1879. En 1918 pasó a ser la *Agencia Telegráfica Fabra*, nacionalizada durante el gobierno de Primo de Rivera.

Pero no era ni mucho menos la única agencia funcionando en España, existían agencias extranjeras que informaban sobre España y nacionales; así operaban *Associated Press*, *International News Service* o *United Press*. De cuño nacional, trabajaban las agencias *Agencia Universal*, *Agencia Española*, *Agencia Almodóvar* o la *Agencia Mencheta*. Ésta última surtía de noticias a los diarios monárquicos y muy conservadores, pero en la II

³ J. M. DESVOIS. *La prensa en España (1900 – 1931)*. Madrid. Siglo XXI. 1977 Pg 3.

República se encontraba ya en decadencia. Otra agencia de importancia fue la creada por Urgoiti, la agencia *Febus* para surtir de noticias a *El Sol*.

En cuanto a la profesión informativa, “todavía a principios de siglo, ser periodista no se consideraba en realidad una profesión”⁴; además estaba mal pagada, muchos estaban pluriempleados — vida mísera—, no tenían sindicato propio, pese a los esfuerzos realizados en la creación de la Asociación de la Prensa, presidida por Miguel Moya.

La primera gran empresa periodística fue la *Correspondencia de España*, fundada por Manuel María de Santa Ana en el siglo anterior, “que tuvo la inteligencia de plantear el periodismo como industria e introdujo en España una serie de novedades como los reportajes, la publicidad comercial y los vendedores callejeros. Su periódico procuraba además llevarse bien con todos los gobiernos y así pudo atravesar sin graves problemas muchas tormentas”⁵. Sin embargo sufre una decadencia cada vez mayor hasta su desaparición en 1925.

El Imparcial, por su parte, se encontraba en gran apogeo a principios de siglo. Sin embargo la independencia de la que hacía gala desapareció cuando su director, Rafael Gasset —hijo del fundador—, fue nombrado ministro de Fomento por Francisco Silvela en 1900. Ello generó una pérdida de su prestigio — que se observa en su tirada, que desciende de 130.000 ejemplares a 80.000—.

Según Pizarroso Quintero “En 1906 Miguel Moya y Antonio Sacristán se asociaron con los Gasset de *El Imparcial* para dar paso a la Sociedad Editorial de España; que desde sus orígenes iba a ser popularmente conocido como el Trust de los periódicos, de vida efímera”⁶.

La neutralidad en la que se mantuvo España durante La I Guerra Mundial supuso un enriquecimiento para España, puesto que empresas de distintos sectores eran colabores con los gobiernos beligerantes —germanófilos o aliadófilos—, “pero fue un crecimiento que afectó sobretudo a los beneficios gracias al aumento del precio generado por el conflicto y no la producción”⁷. Durante estos años el mercado de la comunicación de masas en España — usando el término con todas las precauciones y limitaciones necesarias — intenta

⁴ A. PIZARROSO QUINTERO. “La comunicación de masas en España y Estados Unidos”. *REDEN: Revista Española de Estudios Norteamericanos*. Nº 14. 1997. Pg 128.

⁵ J. M. DESVOIS. *La prensa en España (1900 – 1931)*. Madrid. Siglo XXI. 1977. Pg 11

⁶ A. PIZARROSO QUINTERO, C. AGUILERA CASTILLO. *Historia de la prensa*. Madrid. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. 1994. Pg 291.

⁷ J. M. DESVOIS. *La prensa en España (1900 – 1931)*. Madrid. Siglo XXI. 1977pg 42

asemejarse a sus homólogos extranjeros, sin embargo España arrastraba el lastre del analfabetismo.

A partir de 1920 con la muerte de Miguel Moya se va produciendo un fenómeno de crisis económica. *El Imparcial* se separó del Trust y Rafael Gasset firmó un contrato privado con Urgoiti, que quería un periódico que defendiera sus intereses. Urgoiti crea en 1920 *La Voz*, un diario vespertino que serviría de contrapeso a *El Sol*, —creado en 1917; “eran 12 páginas en gran formato donde no cabían ni la información local, de provincias y del extranjero”⁸ —. Enrique Fajardo fue su director y Manuel Bueno su redactor jefe. *El Sol* fue muy crítico con la Dictadura, y la Papelera fue amenazada con represalias económicas, ya que ésta tenía acciones de *El Sol* —que habían sido cedidas por Urgoiti como pago de una deuda, pasando el diario a manos monárquicas en 1931—

Durante la Dictadura (1923 – 1930), Primo de Rivera impulsa en 1925 “el nacimiento de un órgano oficioso: *la Nación*; la tirada del periódico no superó la de los grandes diarios pero alcanzó los 55.000 ejemplares. Le sobrevivirá al régimen como órgano de la extrema derecha durante la República”⁹. Primo de Rivera no consiguió grandes apoyos en la prensa, ya que “los periódicos de información, sobre todo los de talante más liberal, se distancian rápidamente del régimen y sufrieron por ello numerosas multas y suspensiones”¹⁰. Por otra parte, existió una prensa de oposición que circulaba legalmente, como: *El Sol*, *La Voz*, *El Heraldo de Madrid* o *La Libertad*. Pero también existía una prensa de carácter conservador afín al régimen, como *El Debate*, *ABC*, *Nación*.

Para la profesión periodística, la Dictadura de Primo de Rivera tuvo sus consecuencias positivas —los periodistas mejoraron su situación—.

Como es bien sabido, después de las elecciones municipales del 12 de abril de 1931 que les dio el triunfo a los republicanos, el rey Alfonso XIII abandona la Jefatura de Gobierno y se proclama la II República, el 14 de abril. “El cambio de régimen se explica, pues tanto por el empuje de la oposición republicana que fue cobrando fuerza a lo largo de 1930 hasta constituir una amplia plataforma política y electoral como por la incapacidad de la Monarquía, social y políticamente aislada.”¹¹. La vuelta a la situación anterior era imposible por el cambio sufrido por la sociedad española en los años 20; el desarrollo de las ciudades mermaba la población rural, más tradicional y anclada en el pasado, la población

⁸ A. PIZARROSO QUINTERO, C. AGUILERA CASTILLO. *Historia de la prensa*. Madrid. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. 1994. Pg. 291.

⁹ *Op. Cit.* Pg 294.

¹⁰ *Ibíd.*

¹¹ J. F. FUENTES, J. FERNÁNDEZ SEBASTIÁN. *Historia del periodismo español*. Ed. Síntesis. 1997. Pg 221.

activa ocupada en la industria era un porcentaje mayor que la que se ocupaba de la agricultura. Tanto Madrid como Barcelona contaban cada una con un millón de habitantes, unido a un descenso del analfabetismo y que “los nuevos medios de comunicación, transporte y entretenimiento seguían el espectacular despegue de la década anterior y contribuían a acotar las distancias y a difundir mitos, imágenes y símbolos universales”¹². El final de la dictadura primorriverista está marcado por la publicación de uno de los artículos más importantes de la historia del periodismo español: “El error Berenguer”, publicado en *El Sol* el 15 de noviembre de 1930 y firmado por Ortega y Gasset, el texto es una crítica a la monarquía. “El gran efecto causado por éste escrito se explica probablemente por la capacidad del autor para ejemplificar la trayectoria seguida por una buena parte de la opinión pública española, que en 1930 sentía una mezcla de frustración y resentimiento por el fracaso de una política que inicialmente había merecido su aplauso”¹³.

Ortega y Gasset fue el arquetipo tanto de la intelectualidad del momento como de hombre perteneciente a la clase media urbana que se había adherido al republicanismo. Sin embargo, este artículo trajo una serie de consecuencias ya que “provocó una escisión interna en su equipo de redactores (...), el conflicto desencadenado por el artículo de Ortega no haría más que confirmar que el nuevo Consejo de Administración de *El Sol* no estaba dispuesto a respaldar la línea editorial e informativa del diario, cada vez más decantado hacia el republicanismo frente a las crecientes presiones del poder para dar al periódico un sesgo más conservador”¹⁴. Los propietarios del diario implantaron un cambio de rumbo lo que supuso la dimisión de sus principales redactores y colaboradores, como Ortega y Gasset, Azorín, Gómez de la Serna o Pérez de Ayala; “todos ellos, con Urgoiti a la cabeza pusieron en marcha pocos días después un periódico titulado *Crisol*, que venía a continuar la trayectoria progresista e independiente de *El Sol*”¹⁵.

En los inicios de la República se derogó la Ley de Jurisdicciones de 1906 pero no la Ley de Imprenta de 1883. Fueron suspendidos los periodismos monárquicos como el *ABC* o *El Debate* así como el semanario comunista *Mundo Obrero*. Todo ello por los enfrentamientos entre monárquicos y republicanos que se saldaron con la quema de conventos; fue una decisión salomónica entre la libertad de expresión y la legalidad. Para el mantenimiento del orden público así como para contener la hostilidad de la prensa, el Gobierno aprobó la Ley de Defensa de la República en octubre de 1931; bajo esta ley se

¹² *Ibíd.* .

¹³ *Op. Cit.* Pg 222.

¹⁴ *Ibíd.*

¹⁵ *Ibíd.*.

fijaron sanciones y suspensiones a diversos periódicos —*ABC, El Debate, Solidaridad Obrera...*—. “Tras el fracaso del golpe de Estado monárquico de agosto del 32, el Gobierno decretó, con arreglo a la Ley de Defensa de la República, la suspensión temporal de 127 publicaciones consideradas afines a los golpistas”¹⁶, suspensión que fue anulada a las pocas semanas por el Consejo de Ministros. La Ley de Defensa de la República fue sustituida en 1933 por la Ley de Orden Público.

La falta de prensa “independiente” afín al gobierno fue un problema para Azaña. Sí que existía prensa adicta al gobierno, pero eran los periódicos de los partidos políticos. En 1932 Azaña rechaza el ofrecimiento del director de *El Sol*, Manuel Aznar de ponerse al servicio del régimen; ese mismo año, se intentó crear una gran operación comercial conocida como el Trust Azañista, conglomerado de los diarios *El Sol, La Voz y Luz* que tenía como objetivo respaldar el gobierno Azaña. “El nuevo grupo no contaría ni con la dirección empresarial de Urgoiti ni con el aliento intelectual de Ortega, cada vez más distanciado del gobierno Azaña y cuya sensación de fracaso rotundo y personal le lleva a abandonar la política y el periodismo, consciente del nulo eco que sus opiniones tenían en el poder como en la oposición”¹⁷. El Trust Azañista fue un fracaso. En 1933 tenía déficit económico, falta de anunciantes y era totalmente inservible como órgano oficioso del gobierno; “el desmoronamiento del Trust puso fin al principal intento de crear desde el poder un grupo periodístico con el que hacer frente al feroz acoso de la prensa de oposición y volver a conectar con amplios sectores de opinión que se habían ido distanciando de la mayoría gobernante”¹⁸.

El hundimiento en las elecciones de 1933 de las agrupaciones de centro izquierda se debió a distintos factores, comenzando por su incapacidad para solucionar los problemas más acuciantes tras haber llevado a cabo una moderada política de reformas. “El malestar generado por las esperanzas insatisfechas de cambio social fraguan los graves incidentes de orden público que jalonan la historia de estos dos años y que fueron tema preferente de la prensa española de la época”¹⁹. Esto supone que el gobierno azañista sea incapaz de mantener el orden. Los sucesos de Casas Viejas estuvieron relacionado con la caída definitiva de Azaña.

A consecuencia del fracaso electoral, se forma en 1934 Izquierda Republicana, una nueva formación política formada por “azañistas, parte de los radical – socialistas, los

¹⁶ *Op. Cit. Pg 226*

¹⁷ *Op. Cit. Pg 230*

¹⁸ *Ibíd..*

¹⁹ *Op. Cit. Pg 232.*

republicanos autonomistas gallegos (...) y personas procedentes de los partidos republicanos moderados, como los liderados por Maura y Alcalá Zamora”²⁰. No contó con una red de prensa propia pero se benefició de la simpatía de parte de la prensa republicana, como *El Heraldo de Madrid*, *El Liberal* o *La Libertad*. Además de su órgano oficial, *Política*, formado por suscripción popular en 1935 pero que no tuvo mucha tirada. En ese mismo año, también surgió Unión Republicana, formada por sectores procedentes del Partido Republicano Radical leales a Martínez Barrio y del sector más moderado del Partido Radical Socialista. También tenía su órgano oficial —*U. R*— y contó con un modesto apoyo en la prensa con periódicos como los andaluces *Renacer*, *El popular* y *Democracia*.

Los siguientes años de la II República, gobernó España el tándem formado por el Partido Radical y la CEDA, —Confederación Española de Derechas Autónomas— una federación de pequeños partidos regionales fundado en 1933 y fue el más votado en las elecciones de noviembre de ese mismo año. El nuevo gobierno encontró pronto apoyos en la prensa, formando una compleja red de periódicos afines como *El Debate*, *Ya*, *El Diario Palentino*, *El Ideal Gallego* o *El Diario Montañés*, entre otros. “Además, la CEDA va a contabilizar en la capital del Estado un importante grupo de revistas (...) de influencia nacional y en algunos casos, de importantes tiradas”²¹. Para Checa Godoy, “la prensa de la CEDA llega a su apogeo durante la campaña electoral de 1936; entonces cuenta (...) con diarios en 40 provincias españolas”²²

En todo caso, el periodismo era visto como un puente hacia la carrera política pues muchos políticos trabajaron en diarios, como el caso de Gil Robles —subdirector de *El Debate*— o Federico Salmón, ministro de Trabajo y director del murciano *La Verdad*. En 1933 se proclama la Ley de Orden Público, que aplicaba la censura. La represión se volvió más cruenta tras la Revolución de Octubre del 34, donde “sufrieron suspensión mas o menos prolongada las principales publicaciones obreras y catalanistas. *Avance*, *Euskadi Roja*, *La Nació Catalana*, *la Campana de Gracia*, *el Heraldo de Madrid*, *Mundo Obrero* y *El Socialista*”²³. La censura en prensa estará presente hasta enero de 1936; así, “en virtud de un decreto de 2 de noviembre de 1934 quedaba prohibido que las publicaciones afectadas

²⁰ A. CHECA GODOY. *Prensa y partidos políticos durante la II República*. Ed Universidad de Salamanca 1989. Pg 129

²¹ *Op. Cit.* Pg 163.

²² *Op. Cit.* Pg 177

²³ J. F. FUENTES, J. FERNÁNDEZ SEBASTIÁN. *Historia del periodismo español*. Ed. Síntesis. 1997. Pg 221Pg 235.

dejaran rastros visibles del paso de la censura, aparte de un entrefilete de *visado por la censura*²⁴.

La prensa durante el Bienio Negro radicaliza su línea ideológica; esto ocurre sobre todo en las revistas de derechas, “si Menéndez Pelayo era su máximo referente intelectual, el Krausismo, la generación del 98 y Ortega y Gasset serían los blancos predilectos de la crítica de Acción Católica en el terreno ideológico e intelectual. Su dedicación a las cuestiones doctrinales no le impidió lanzarse a una guerra sin cuartel contra la República y en general, contra la democracia y el liberalismo”²⁵. Unos días antes de las elecciones, Portela Valladares había suprimido la censura “para que la campaña electoral pudiera discurrir con plenas garantías democráticas”²⁶; pero se prohibió todo tipo de propaganda realizada por radio. Se sucedieron los incidentes de orden público —ocupación de tierras, violencia anticlerical, ataques a periódicos de derechas —, también se retoma la censura dado que el país se encuentra inmerso en un estado de alarma. “Como la información parlamentaria era la única exenta de censura, las sesiones de cortes fueron aprovechadas por la oposición como privilegiado vehículo de comunicación con la opinión pública, de forma que, en muchos sentidos, prensa y parlamento actuaron como auténticos vasos comunicantes”²⁷.

Frente a la II República, se encontraban tendencias políticas distintas pero que compartían su desprecio por el gobierno republicano, entre ellas cabe mencionar a dos grupos de gran importancia. Por un lado los grupos monárquicos. Se contaban entre ellos los Tradicionalistas, fuerzas políticas antiliberales herederos del carlismo decimonónico. Las tres tendencias existentes en el Tradicionalismo (Integristas, Jaimistas y Mellistas) se fusionan en la Comunión Tradicionalista; en su bastión navarro contaban con numerosa prensa afín, como *La Tradición Navarra*, *El Pensamiento Navarro* y *El Diario de Navarra*. Y también debe mencionarse a los monárquicos alfonsinos, con una red considerable de prensa durante el periodo primorriverista, que sufrió un importante retroceso durante la II República.

Por otro lado, la prensa fascista, que tuvo en el periódico *La Conquista del Estado* las primeras muestras del fascismo español. Fue costeadado por José Félix de Lequerica, el principal financiador de la prensa fascista en España. Durante el Bienio Radical – Cedista, aparece el órgano de expresión de Falange Española, *F. E.*, de carácter marginal y sustituido en 1935 por *Arriba*. El éxito electoral del Frente Popular hace que todos la mayor parte de

²⁴ *Op. Cit.* Pg 235 – 236.

²⁵ *Op. Cit.* Pg 237.

²⁶ *Op. Cit.* Pg 238

²⁷ *Op. Cit.* Pg 239.

los grupos políticos antirrepublicanos se aglutinen en Falange, cuyo órgano periodístico oficial será *Arriba*, fundado por José Antonio Primo de Rivera en 1935. También contó con las simpatías de *La Nación* e *Informaciones*.

Tras el triunfo del Frente Popular, se preparó un golpe de Estado con el apoyo de una parte del ejército. La incapacidad del Gobierno para reprimir rápidamente la sublevación, y de los golpistas para imponerse, desembocó en la Guerra Civil.

1.2 La prensa propagandística durante la Guerra Civil.

El gobierno republicano contaba con mayor infraestructura para su propaganda en prensa, radio y cine; “el gobierno de Largo Caballero, en su remodelación de 4 de noviembre de 1936 creó un Ministerio de Propaganda a cuyo frente estuvo Carlos Esplá, de Izquierda Republicana”²⁸. En Madrid se organizó una Junta de Defensa, “que asumió también las labores de propaganda a través del Consejo de Orden Público primero y luego una específica Delegación de Propaganda y Prensa a cargo de José Carreño España”²⁹; dicha Delegación contaba con dos Secretarías; una de Propaganda dedicada a los medios audiovisuales y otra de Prensa. El Ministerio de Propaganda fue sustituido por Negrín por una Subsecretaría a cuya cabeza se encontraba el arquitecto Manuel Sánchez Arcas y que dependía del Ministerio de Estado.

No sólo desde el Gobierno se llevaban a cabo maniobras propagandísticas. Ejemplo de ello fue el papel clave en la distribución de la publicidad republicana de la Alianza de los Intelectuales Antifascistas Para la Defensa de La Cultura, que realizó emisiones de radio, mítines y publicó la revista *El mono azul*.

Hora de España era otra revista, de naturaleza literaria, que servía también a los intereses propagandísticos del Estado. Estaba patrocinada por el Ministerio de Cultura, contaba con las mejores plumas de la época como Machado, Alberti o Cernuda. “A diferencia de *El mono azul*, no tenía una orientación popular sino más literaria y elitista, publicó 23 números, el último de los cuales impreso en Barcelona poco antes de su ocupación no pudo llegar a distribuirse”³⁰.

Los gobiernos autonómicos vasco y catalán también tenían su propia organización propagandística; la propaganda vasca se caracterizaba por la presencia de clero afín a la

²⁸A. PIZARROSO QUINTERO, C. AGUILERA CASTILLO. *Historia de la prensa*. Madrid. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. 1994. Pg 303

²⁹*Ibíd.* .

³⁰*Op. Cit.* Pg 304

República, mientras que la catalana se organizaba en un Comisariado de Propaganda dirigido por Jaime Miravalles, de Esquerra Republicana.

Además de las revistas, los periódicos siguieron siendo una fuente importante de noticias sobre el frente, pero en la zona republicana, los periódicos afines a la derecha fueron incautados; *La Vanguardia* se convirtió en el órgano oficioso de Negrín. Otro problema al que se tenía que enfrentar el gobierno republicano en el tema propagandístico era la repercusión del conflicto en el extranjero. Para ello se creó La Sección de Prensa y Propaganda, dependiente del Ministerio de Estado y que vigilaba y censuraba aquello que escribían los corresponsales extranjeros que acudían a cubrir el conflicto. El Gobierno español republicano también utilizó a los diplomáticos, quienes repartían folletos en sus respectivos destinos. Para frenar la propaganda que pudiera realizar el bando sublevado, muchos periódicos afines a la derecha fueron incautados durante la Guerra Civil por los consejos obreros de UGT y CNT.

Por otra parte, desde el primer momento de la sublevación militar, Franco contó con el apoyo de la gran mayoría del clero español, poniéndose al servicio de los insurrectos; “aportando gran parte del contenido ideológico de lo que iba a ser el nuevo régimen y proporcionando a los generales rebeldes la justificación necesaria para su acción”³¹. En 1937 se crea la Delegación de Estado para Prensa y Propaganda, dependiente de la Secretaría General del Estado. El 22 de abril de 1938 se promulgó la Ley de Prensa de Serrano Súñer, la cual “concibe a la prensa como un servicio público y que los organismos pertinentes del Estado puedan intervenir en su gestión y en sus contenidos en toda ocasión”³².

Para Pizarroso Quintero, “los periódicos tradicionalmente de derechas siguieron funcionando sujetos a rígida censura. Surgieron otros nuevos, la mayor parte de ellos procedentes de la incautación de los periódicos que era propiedad de sindicatos o partidos de izquierdas”³³. Al mismo tiempo que en la zona republicana se editaban las revistas *El mono azul* y *Hora de España*, en la España ocupada por los sublevados se distribuía la revista *Vértice*; Creada en 1937 por la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda; “era un lujoso y voluminoso magazine, una revista general, que publicaba obras de creación y crítica literaria al lado de reportajes de guerra (...). Con secciones de cine, teatro, deportes, decoración y modas, todo ello con abundante material gráfico”³⁴. También se vigilaba a los

³¹ *Op. Cit.* Pg 305.

³² *Op. Cit.* Pg 307

³³ *Op. Cit.* PG 306.

³⁴ J. M. MARTÍNEZ. *Periodismo y periodistas en la Guerra Civil*. Fundación Banco Exterior. Madrid 1987. Pg 30.

extranjeros que tenían muy mermada capacidad de movimiento y estaban sujetos a una rigurosa censura por la Delegación del Estado para la Prensa y la Propaganda.

2. Las revistas gráficas — *La Esfera, Nuevo Mundo, Crónica, Blanco y Negro* —.

2.1 *La Esfera*

Fundada a principios de 1914, propiedad de la empresa Prensa Gráfica de Francisco Verdugo Landi y Mariano Zavala. Formaba parte de un conglomerado editorial con las revistas *Nuevo Mundo* y *Mundo Gráfico*. Todas ellas rivalizan con *Blanco y Negro*; sin embargo, *La Esfera* era la más cara de todas. “Impresa con un diseño modernista y en gran formato que caracterizará al magazine, destacan en ella sus reproducciones a color y sus magníficas fotografías a toda plana.”³⁵.

La revista, que tenía alrededor de 50 páginas, “dedicaba especial atención a la literatura, sin olvidar temas de actualidad, sobre los que informa cumplidamente, aunque presta escasa atención a la política;”³⁶ También incorporaba contenidos de entretenimientos, moda y cultura ya que periodistas y escritores afamados como Pérez de Ayala, Unamuno y Ramiro de Maeztu fueron asiduos colaboradores de *La Esfera*. Para M. C. Seoane, “la revista, de gran calidad, con sus reproducciones de cuadros en color y sus magníficas fotografías a toda plana, marcó una época en el periodismo gráfico”³⁷.

2.2 *Nuevo Mundo*

Fue creada en 1894 por José Del Perojo, colaborador de *La Ilustración Española y Americana*; pertenece a la órbita de magazines de carácter moderno que se caracterizan por el amplio uso de la fotografía frente a los grabados que utilizaba el resto de la prensa, “solía decorar sus portadas con retratos fotográficos femeninos de artistas populares y ponía especial esmero en la información gráfica de los grandes acontecimientos de actualidad, como las guerras coloniales”³⁸. Era una revista semanal, que salía al mercado en un primer

³⁵ <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:003030059&>.

³⁶ M. C. SEOANE. *Historia del periodismo en España*. Madrid. Ed. Alianza. 1996. Pg 309.

³⁷ *Op. Cit.* Pg 175

³⁸ J. J. SÁNCHEZ ARANDA, C. BARRERA DEL BARRIO. *Historia del periodismo español. Desde sus orígenes hasta 1975*. Pamplona Ediciones Universidad de Navarra S. A. 1992. Pg 296.

momento los miércoles para posteriormente editarse los jueves, cuyo precio rondaba los 20 céntimos. Su humilde apariencia contrastaba con el público burgués al que estaba dirigido; *Nuevo Mundo* analizaba las noticias nacionales e internacionales y además contaba con un anexo fotográfico. “Sus 40 páginas se estructuraban en ocho secciones: arte, literatura, geografía, actualidad, historia, deportes, publicidad y nuestras visitas, esta última ideada por José María Carretero Novillo que firmaba con el seudónimo del *Caballero Audaz*”³⁹. Con la muerte de su creador, José del Perojo, en 1908 se generan dos facciones diferentes: por un lado aquellos fieles a Miguel de Maeztu, persona designada por los herederos de Perojo y por otro la mayoría al frente de la cual estaba Mariano Zabala y que abandonaron *Nuevo Mundo* para crear *Mundo Gráfico*.

2.3 Blanco y Negro.

La génesis de esta revista se encuentra en un viaje a Alemania de Luca de Tena, quien conoció allí la revista *Fliegende Blätter* e ideó la creación de un semanario gráfico. De tal manera que el primer número de *Blanco y Negro* vio la luz el 10 de mayo de 1891. “*Blanco y Negro* (...) consiguió desplazar a *La Ilustración* por su mayor agilidad y dinamismo en el tratamiento de los temas y por su precio, muchísimo más barato”⁴⁰. Entre sus secciones destacaban: una parte cultural, otra de espectáculos y deportes así como noticias; “Los contenidos de *Blanco y Negro* como mezcla de revista literaria y de información general, limitaron en principio la aplicación de la fotografía frente a los dibujos de los ilustradores”⁴¹. El éxito y la fama de este magazine fue la causa de que en 1906 se crease el periódico *ABC*; fama lograda en parte por la presencia de Emilia Pardo Bazán o Azorín en *Blanco y Negro*.

Durante la Guerra Civil fue confiscada por el gobierno republicano aunque siguió vendiéndose, pero la postguerra y la consiguiente crisis económica fue la causa de su muerte.

³⁹ J. M. SÁNCHEZ VIGIL “la evolución de la prensa ilustrada en España”, en: Juan miguel SÁNCHEZ VIGIL. *La documentación fotográfica en España, revista la esfera*. Pg 138

⁴⁰ J. J. SÁNCHEZ ARANDA, C. BARRERA DEL BARRIO. *Historia del periodismo español. Desde sus orígenes hasta 1975*. Pamplona Ediciones Universidad de Navarra S. A. 1992. Pg 296.

⁴¹ J. M. SÁNCHEZ VIGIL “la evolución de la prensa ilustrada en España”, en: Juan miguel SÁNCHEZ VIGIL. *La documentación fotográfica en España, revista la esfera*. Pg 115. .

2.4 Crónica

Considerada como una de los magazines españoles de mayor tirada de la época — 200.000 ejemplares—, “nace explícitamente para competir con *Estampa*”⁴², y su vida impresa corrió paralela a ella. Nace en 1929 y ambas dejan de publicarse durante la Guerra Civil. Su director fue Antonio González Linares, quien había trabajado como corresponsal en París, donde conoció los magazines franceses e intentó aplicar este mismo modelo de revista en España. Sus secciones eran prácticamente las mismas que las de la revista *Estampa*; “Además del abundante material fotográfico y publicitario, en sus páginas va a incorporarse la información política, dado el significativo periodo histórico en que se publicó, con un carácter liberal, republicano y más popular que la conservadora *Estampa*”⁴³.

De tirada semanal —aparecía el domingo, con un precio de unos 20 céntimos, más barata que *Estampa*, que era 10 céntimos más cara, — uno de los mayores errores editoriales de *Crónica*, fue la incorporación de desnudos femeninos en sus páginas, idea tomada por Linares de los magazines parisinos; “ a partir del número extraordinario de Navidad de 1934, empezó a publicar fotografías de arte, del vienés Manasse, con mujeres escasas de ropa y en actitudes sugerentes”⁴⁴; sin embargo, esto no generó en el público la aceptación esperada ya que la revista era leída por toda la familia y muchos lectores encontraron indecente la aparición de este tipo de fotografías en *Crónica*.

2.5 Relación entre las revistas *La Esfera*, *Nuevo Mundo*, *Blanco y Negro*, *Crónica* y *Estampa*.

El público que consumía este tipo de revistas era un público burgués. Los contenidos en *La Esfera*, *Blanco y Negro*, *Estampa* y *Crónica* son muy similares, un formato magazine con contenidos dirigidos hacia el entretenimiento, con matices literarios y la inclusión de noticias, así como uso indiscriminado de la fotografía; sin embargo, la desaparición en 1930 de *La Esfera* y la decadencia de *Mundo Gráfico*, *Nuevo Mundo* y *Blanco y Negro* supuso el éxito tanto de *Crónica* como de *Estampa*.

⁴² A. PÉREZ ÁLVAREZ. “Los textos biográficos en las revistas gráficas españolas de la II República”, en: Actas II Congreso Intencional Latina de Comunicación Social. Universidad de la laguna. Diciembre 2010. Pg 6.

⁴³ <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?lang=es&q=id:0003258528>

⁴⁴ M. C. SEOANE. *Historia del periodismo en España*. Madrid. Ed. Alianza. 1996. Pg 500.

Hay una clara distinción entre las revistas más antiguas pero también con mayor obsolescencia como son *Nuevo Mundo* o en sus inicios, *Blanco y Negro* y los nuevos magazines que contaban con información nueva — la inclusión de la moda—, como *Crónica* o *Estampa*. Similitudes entre ellas encontramos en el hecho de su periodicidad semanal. Estas revistas dan cada vez mayor importancia a la información de actualidad.

La rivalidad entre dos revistas fue algo normal en el ámbito periodístico: como la disputa entre *Nuevo Mundo* y *Blanco y Negro*, ambas dirigidas al público burgués, diferenciándose la primera en su naturaleza más frívola y progresista que *Blanco y Negro*. Otra rivalidad comercial se produce años después entre *Estampa* y *Crónica*. “Sus respectivos números eran materialmente arrebatados todas las semanas de manos de los vendedores y tanto una como otra llegaron a alcanzar tiradas superiores a los 200.000 ejemplares”⁴⁵.

Durante la Guerra Civil, fueron “convertidas en instrumentos políticos al servicio del bando republicano, como todas las publicaciones editadas en Madrid que no fueron clausuradas durante la contienda”⁴⁶. En cuanto a los precios, *La Esfera* era el magazine más caro, en 1930 costaba 3 pesetas. Tras ella, se situaba *Nuevo Mundo* cuyo precio por ejemplar ese mismo año era de 50 céntimos; *Blanco y Negro* y *Estampa*, costaban 30 céntimos, mientras que *Crónica* costaba 20 céntimos.

En la línea política, *Estampa* y *Crónica* eran feroces competidoras, ya que la primera tenía un carácter más conservador y la segunda más liberal. *Crónica* se situó en la línea de Izquierda Republicana en la II República, mientras que *Estampa* fue centrista moderada. Y también en los contenidos de ambas revistas se podía apreciar las diferencias, pues “*Crónica* era más frívola, en general, que *Estampa*”⁴⁷. *Blanco y Negro*, al ser su fundador Torcuato Luca de Tena, era más conservadora.

Existían dos grandes empresas editoras que aunaban a todas las publicaciones, *Nuevo Mundo*, *Crónica* y la *Esfera* pertenecían a Prensa Gráfica, mientras *Blanco y negro* a Prensa Española y *Ahora* y *Estampa* integraban el Grupo Montiel. *Nuevo Mundo*, *Mundo Gráfico* y *La Esfera* presentaban un estilo mas avejentado, además de la invariabilidad de sus

⁴⁵P. GOMEZ APARICIO *Historia del Periodismo español. De la Dictadura a la Guerra Civil. Tomo IV*. Madrid. Ed Editora Nacional. 1981. Pg 159.

⁴⁶A. PÉREZ ÁLVAREZ. “Los textos biográficos en las revistas gráficas españolas de la II República”, en: Actas II Congreso Intencional Latina de Comunicación Social. Universidad de la laguna. Diciembre 2010. Pg 6.

⁴⁷J. J. SÁNCHEZ ARANDA, C. BARRERA DEL BARRIO *Historia del periodismo español. Desde sus orígenes hasta 1975*. Pamplona. Ediciones Universidad de Navarra S. A. 1992. Pg 298.

contenidos, lo que fue una ventaja para las revistas de nuevo cuño, tanto *Estampa* como *Crónica*.

3. *Estampa*.

Como dice P. Gómez Aparicio, “*Estampa* introdujo en España el concepto de revista ultra pirenaica, con un abrumador predominio de lo gráfico sobre lo literario, también incorporó progresivamente a sus páginas, mediante el incentivo de una gran tirada una masa de publicidad hasta entonces inédita en los periódicos”⁴⁸. El primer número apareció en los quioscos el 3 de enero de 1928, con el subtítulo *Revista Gráfica y Literaria*, que con el tiempo se cambiará por *Revista Gráfica*. Este magazine sería un fuerte adversario de *Crónica*; ambas revistas se presentaron como ejemplos de la modernidad en el periodismo gráfico. *Estampa* contó desde sus inicios con un estilo importado por su diseñador, Antonio González Linares, de las revistas francesas. Así mismo fue fomentada por el empresario Luis Montiel Balanzat quien “en 1916 se hizo propietario de una modesta imprenta titulada *Gráficas Excelsior* y tres años después de los veteranos y envejecidos talleres *Sucesores de Rivadeneyra*; de la fusión de ambos establecimientos nació el *Rivadeneyra* actual”⁴⁹. Luis Montiel ya había creado varias revistas de diferente naturaleza antes de *Estampa*: en 1926 aparece *La Novela Mundial* —semanario literario—, *Gutiérrez* —de naturaleza humorística—, pero también para el público infantil con *Macaco* y *Macaquete*. Los éxitos tanto de difusión como económicos que generaron todas estas publicaciones fueron el origen de la creación tanto de *Estampa* como de *Ahora*, e incluso del semanario *As*, fundado en 1932.

Estampa supuso un cambio con respecto a las revistas que la precedieron. En 1930 González Linares se incorpora a la competencia directa de *Estampa*, *Crónica*; siendo sustituido por Montiel y por Vicente Sánchez Ocaña, que procedía del *Heraldo de Madrid*. *Estampa* era mas barata que sus homólogas —salvo *Crónica* —pero contaba con más páginas y un estilo mas moderno, “junto a su bajo precio su diseño novedoso (...), su mayor calidad, amenidad y rigor, variedad y también moderación de los contenidos la hará propicia para entrar en los hogares por lo que su éxito fue fulminante”⁵⁰.

⁴⁸ P. GOMEZ APARICIO. *Historia del Periodismo español. De la Dictadura a la Guerra Civil. Tomo IV*. Madrid. Ed Editora Nacional. 1981. Pg 158.

⁴⁹ *Op. Cit.* Pg 156.

⁵⁰ <http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?lang=es&q=id:003386571>.

Tenía secciones dedicadas a la literatura —*los cuentos de la Estampa*—, espectáculos, deportes, tauromaquia y arte, y contaba así mismo con un fascículo de carácter histórico. Daba gran importancia a la moda femenina, desde una perspectiva moderna; fue una revista que dio prioridad a la fotografía sobre el texto o los dibujos. En conclusión; “estaba centrada en las informaciones gráficas sobre acontecimientos curiosos, pintorescos o exóticos, en las noticias sobre gente famosa y en abundantes reportajes sobre lo cotidiano; con los cuales se identificaban los lectores”⁵¹.

En un principio la aparición de noticias propiamente políticas era escasa, pero con el advenimiento de la II República se acrecentó la incorporación de noticias políticas. En sus primeros años de existencia, coincidiendo con la decadencia de la Dictadura de Primo de Rivera, su posición fue conservadora. Durante la II República su carácter conservador cambia hacia un centrismo moderado, pues su propietario había evolucionado hacia el liberalismo desde las ideas monárquicas de Juan de la Cierva y Peñafiel.

En los días posteriores al levantamiento del 18 de julio, los talleres fueron incautados, haciéndose cargo de la *Editorial Estampa* un consejo formado por delegados obreros. “Antes de agosto de 1936, el Consejo Obrero había aprobado la suspensión provisional de todas las publicaciones salvo *Ahora y Estampa*”⁵². Ese mismo mes, el Consejo obrero aprueba el despido de los empleados afines a Falange y a los que participaron en la huelga de impresores de 1934.

4. La mujer durante la II República.

La proclamación de la II República supuso una modernización cultural y social para la sociedad española, sobre todo para las mujeres, que habían estado tradicionalmente subyugadas al hombre y relegadas al ámbito doméstico; para ellas, “la II República significó la consecución de la ciudadanía política y social por las mujeres, del sufragio y de derechos y libertades individuales”⁵³.

⁵¹A. PÉREZ ÁLVAREZ. “Los textos biográficos en las revistas gráficas españolas de la II República”, en: Actas II Congreso Intencional Latina de Comunicación Social. Universidad de la laguna. Diciembre 2010. Pg 6.

⁵² J. C. MATEOS FERNÁNDEZ. *Bajo el control obrero, la prensa diaria en Madrid durante la Guerra Civil 1936 – 1939*. Pg 154.

⁵³ A. AGUADO. “Identidades de genero y culturas políticas en la II República”. *Pasado y memoria: Revista de historia contemporánea*. Nº 7. 2008. Pg 126.

Uno de las primeras alegrías que la II República dio a muchas mujeres fue la promulgación del artículo 25 de la Constitución de 1931, que permitía el derecho al voto a todo ciudadano mayor de 23 años y que supuso el principio de igualdad entre hombres y mujeres. “A partir de la constitución se eliminaron las reglamentaciones laborales que establecían discriminaciones genéricas para las mujeres casadas, aunque todavía subsistieron algunas normas segregadoras en los contratos de trabajo”⁵⁴. El derecho al voto femenino fue aprobado en febrero de 1932. ; “la nueva condición de las mujeres como electoras y elegibles influyó decisivamente en su polarización; todas las tendencias políticas pusieron sus miras en la captación del voto femenino y la presencia de las mujeres en las diversas instancias políticas se amplió notablemente”⁵⁵. Un mes más tarde, en marzo, es ratificada la Ley de Divorcio, que permitirá a muchas mujeres poner fin a matrimonios desgraciados y que para la Iglesia será inadmisibile.

Con el gobierno republicano, las mujeres empiezan a incorporarse a organizaciones políticas; sin embargo, no eran tratadas en igualdad de condiciones; por ejemplo, la CNT — Confederación Nacional del Trabajo— “dejaba asistir a las mujeres a los ateneos, sindicatos y organizaciones, donde tuvieron la oportunidad de formarse, pero a la hora de intervenir en los mismos, lo único que provocaban (...) era la risa de sus compañeros”⁵⁶.

A modo de organización opositora al gobierno republicano se crea en 1934 la Sección Femenina de Falange, caracterizadas por sus valores de sumisión y abnegación que “se encargaron de la atención de los presos políticos”⁵⁷

En cuanto a la situación cultural y económica de las mujeres, muchas seguían siendo analfabetas y sin otras aspiraciones que fundar una familia o ingresar en un convento; sólo un pequeño porcentaje de mujeres, que pertenecían a la clase media o alta tenían carrera y preocupaciones intelectuales. Pero eran muy pocas las que decidiesen quedarse solteras y vivir de su trabajo. La crisis tras el Crack del 29 supuso un freno a la incorporación de la mujer al mercado laboral, quedando otra vez relegadas al hogar. Como afirma Ana Aguado, “en estos años, los modelos culturales de género trataron de adaptarse a las nuevas exigencias sociales, económicas y demográficas. Se produjo también un cambio en los

⁵⁴ B. ANDERSON, J. ZINSSER. *Historia de las mujeres, una historia propia*. ED. Crítica. Barcelona. 1998. Pg 1178.

⁵⁵ *Ibíd.*

⁵⁶ L. SÁNCHEZ BLANCO. “El anarcofeminismo en España: las propuestas anarquistas de Mujeres Libres para conseguir la igualdad de género”. *Foro de educación*. Nº 9. 2007. Pg 231

⁵⁷ B. ANDERSON, J. ZINSSER. *Historia de las mujeres, una historia propia*. ED. Crítica. Barcelona. 1998. Pg 1181.

discursos sobre la feminidad, protagonizada por médicos y científicos que defendían frente a la teoría de la desigualdad sexual, la de la diferencia y complementariedad de mujeres y hombres”⁵⁸.

Durante los años 30, pueden observarse dos estereotipos de mujer española: Por un lado la Mujer Moderna, que va a la moda y que estudia o trabaja y que motiva actitudes transgresoras para hacer frente a las costumbres en contra del *ángel del hogar*. Esta actitud desobediente hacia las normas impuestas se refleja en todos los ámbitos de la vida, por ejemplo: “se puede apreciar un ligero cambio de actitud en las mujeres jóvenes frente al matrimonio”⁵⁹ Por otro lado la mujer de familia conservadora y religiosa, que no tiene más miras en la vida que casarse o llevar una existencia monástica; es pues una mujer encorsetada por la Iglesia y por su familia.

En contra de lo que pueda pensarse, durante el gobierno republicano, “la mayoría de las mujeres españolas eran conservadoras, muchas de ellas influenciadas por la Iglesia Católica”⁶⁰; la mujer de derechas “lucha contra la secularización del Estado y la escuela y por otra parte, el combate electoral”⁶¹. La Mujer Española, para las señoras de derechas, es la Hija de Isabel; patriótica y católica —“la extrema derecha española recurrió a la sacralización y la mitificación de la Patria, erigiéndola como objeto de culto”⁶²—. Las mujeres republicanas y modernas eran vistas por las primeras como una degradación moral; la Antimujer, que “era la versión en negativo de la *auténtica* mujer española; en lugar de virtudes estaba plagada de terribles y despreciables defectos. Simbolizaba la vulgaridad, la desviación sexual y la degradación”⁶³.

5. La moda femenina y su reflejo en las páginas de Estampa.

Las primeras dos décadas del siglo XX suponen un punto de inflexión en la historia de la moda gracias a la relegación definitiva del corsé, la incorporación de la mujer a la producción fabril durante la I Guerra mundial —proceso transformador— y la moda

⁵⁸ A. AGUADO, M^aD. RAMOS PALOMO. “La modernidad que viene: mujeres, vida cotidiana y espacios de ocio en los años 20 y 30”. *Arenal: Revista de historia de las mujeres*. Vol. 14. N° 2. 2007. Pg 277.

⁵⁹ Eva DE LA PEÑA PALACIOS y otros. *Historia del feminismo en España*. pg 24.

<http://www.nawey.net/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Historia-del-feminismo-en-Espa%C3%B1a.pdf>

⁶⁰ *Ibíd.*

⁶¹ D. BUSSY GENEVOIS. “Mujeres de España.”. G. DUBY y M. PERROT, *Historia de las mujeres en occidente*. 5. el siglo XX. Ed. Taurus Minor. 1990. Pg 233.

⁶² T. ORTEGA LOPEZ. “Hijas de Isabel: Discurso, representaciones y simbolizaciones de la mujer y de lo femenino en la extrema derecha española del periodo de entreguerras”. *Feminismo/s*. N° 16. 2010. Pg 213.

⁶³ *Op. Cit.* Pg 225.

transgresora de las modistas como Chanel o Schiaparelli —entre otros—. En 1918 las mujeres llevan cierto aire masculino que evoluciona en los años 20 hacia el modelo *garçonne*, “la silueta se transforma radicalmente y abandona las faldas largas tipo directorio, por primera vez en la historia las mujeres adoptan faldas cortas”⁶⁴. Las características de la línea corporal de los años 20 cambian de la figura en *S* —talle a la cintura— a la en *H* —talle a la cadera—; pero además de los cambios en la ropa, aparecen las mujeres masculinas con el pelo *a la garçonne*, cortado en peluquería de caballero; que quieren estudiar y trabajar fuera de su hogar además de que “se maquillan y ya no se distingue la mujer honesta de la que no lo es, por su manera de vestirse”⁶⁵. Las revistas de moda se opondrán de plano a estos cambios estéticos, aludiendo a la desaparición de la feminidad en las mujeres modernas; este tipo de revistas se propone educar a las mujeres en la decoración de su hogar y el cuidado de los hijos.

Es en esta época donde aparecen los trajes diseñados expresamente para la práctica deportiva, en una búsqueda de la comodidad. La moda se creará “para una mujer mas libre, acostumbrada al trabajo, que practica el deporte y el baile, la moda debe ser práctica, deja de marcar la cintura, el pecho, se acorta la falda, elimina el corsé y adopta el liguero, innova en el pijama de noche y propone el pelo corto”⁶⁶. Durante el periodo de entreguerras los diversos medios de comunicación trasmiten un nuevo modelo femenino.

Los años 20 son la década de la rebelión; “es como un paréntesis feliz donde la vida se acelera y es espontánea con el afán de vivir al máximo”⁶⁷. Los “gurús” de la moda como Chanel, Patou y Lelong imponen una silueta tipo *garçonne*. Las pamelas pasarán de moda y serán sustituidas por sombreros tipo casco llamados *Cloche*; la pieza clave de la burguesía para diferenciarse del proletariado. El talle desciende y hacia 1925 se sitúa sobre las caderas, “la falda se lleva más corta que nunca; el talle sigue siendo bajo y poco marcado (...), cabellos lisos, tocados con un sombrero en forma de campana y encasquetados hasta los ojos, zapatos muy escotados”⁶⁸. En 1925 se produce un hecho revolucionario para la moda: se celebra en París la Expo de Artes Decorativas que influyó de manera notable en las indumentarias, que pasaran a inspirarse en objetos de arte y popularizará el uso de joyas falsas. Los modistos intentan imponer una figura unisex, con la masculinización de la ropa

⁶⁴ F. BOUCHER *Historia del traje en occidente*. Ed. Gustavo Gili. Pg 398.

⁶⁵ A. PERINAT (Coord). M. I. MARRADES. *Mujer, prensa y sociedad en España (1800 - 1939)*. Madrid. Monografías del centro de Investigación Sociológicas. 1980. Pg 156.

⁶⁶ F. BOUCHER *Historia del traje en occidente*. Ed. Gustavo Gili. Pg 397.

⁶⁷ *Historia de la Moda. Siglos XIX y XX. Polinka*.

<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbntanNhbW9kYXxneDo3M2I4YmNiOTkZWY4MzQ5>

⁶⁸F. BOUCHER *Historia del traje en occidente*. Ed. Gustavo Gili. Pg 398.

femenina, prima la sencillez y la comodidad en el vestir; se utiliza mucho el maquillaje junto con las joyas y los broches Art Decó; también se ponen de moda los *clutches* o bolsos de mano y las bomboneras.

Más tarde, coincidiendo con el Crack del 29, la revolución en la moda se apaga, se vuelven a alargar las faldas y el pelo, desaparece el sombrero *cloche* y “la obsesión por la cintura hace resucitar un ligero corsé que desapareció en la Segunda Guerra Mundial”⁶⁹. El prototipo de mujer dista mucho de la mujer rellenita; el ejemplo a seguir en los años 30 será el de la actriz norteamericana Greta Garbo. En esta década se busca la simplicidad y el confort en el vestir; además crece la importancia de los adornos. El inicio de los 30, supone una vuelta a las norma clásica; los trajes de noche serán en corte al bies y de corte largo, ligeramente ajustados y sin decoración en exceso. Durante el día la silueta será suelta pero ya no andrógina como en la década anterior. “La silueta vuelve a hacer referencia al arquetipo femenino de un cuerpo bien torneado en el que el pecho, cintura y caderas se realzan gracias al sujetador y a la faja. La crisis del 29 va acompañada de un retorno al clasicismo en la indumentaria”⁷⁰.

En los 20 era atípico que las mujeres llevaran pantalones; “no se concibe una mujer con pantalones por la calle”⁷¹, pero esto cambiará en la década siguiente cuando se generalice el uso del pantalón de deporte en las mujeres sin que ello genere ningún escándalo.

Otra novedad de la época es el nuevo traje de baño que permite ver las piernas de las mujeres, quedando *demodé* aquellos primeros trajes que estaban formados por mucha tela y que eran muy incómodos, muy comunes a fines del XIX. Con la difusión del traje de baño se extiende la costumbre de ir a la playa, aunque “los baños de mar se popularizaron desde mediados del siglo XIX, cuando comenzaron a acotar playas y aparecieron los primeros clubes, de carácter lúdico e higienista, un preludio de la afición por los deportes acuáticos”⁷².

En el presente trabajo, no se ha realizado ningún análisis sobre la moda masculina durante la II República, dado que *Estampa* no contaba con una sección para ello. Las únicas muestras de moda para hombres se encuentran en las fotografías que representan la vida

⁶⁹ C. CASAJUS QUIRÓS. *Historia de la fotografía de moda*. Tomo I. universidad complutense de Madrid. Madrid 1993. Pg 193.

⁷⁰ F. BOUCHER *Historia del traje en occidente*. Ed. Gustavo Gili. Pg 403.

⁷¹ J. L. VILA SAN JUÁN. *La vida cotidiana en España durante la dictadura de Primo de Rivera*. Ed. Argos Vergara. 1984. Pg 151.

⁷² T. SENTAMANS. *Amazonas mecánicas: engranajes visuales, políticos y culturales*. Ministerio de cultura. 2010. Pg 61.

cotidiana; también puede verse un atisbo en la publicidad dirigida a un lector masculino. Por considerarse estas muestras de carácter marginal se ha optado por no realizar ningún análisis.

5.1 Las colaboradoras de *Página de la mujer desde París*.

Durante los diez años de vida de *Estampa*, fueron tres las colaboradoras que escribieron su reportaje semanal para la sección femenina. Si en un principio esta sección recibía el nombre de *Eva*, el número 19 correspondiente al 8 de mayo de 1928 cambia de nombre pasando a llamarse *Página de la mujer desde París*, nombre que mantendrá durante el resto de la vida de la revista. La sección femenina cuenta con gran profusión de material fotográfico, primando más que el texto. En cada número, el título de la sección así como los recuadros donde aparecen las fotografías son distintos. A partir del número 450 perteneciente al 28 de agosto de 1936 la sección dedicada a la mujer desaparece.



29 de enero de 1929. Nº 56. Pg 28.



26 de enero de 1935. Nº 367. Pg 29

5.1.1 M^a Teresa fontanar.

No ha sido posible obtener información sobre ésta mujer, pero en sus escasos diez meses al frente de la sección hace duras críticas hacia diversos temas: es muy conservadora y monárquica. Critica la tendencia masculinizadora de la moda femenina, para ella, “la femineidad es lo único que en la mujer atrae y complace al hombre”⁷³; expresa que la moda

⁷³ M^a Teresa FONTANAR. “Eva, páginas de la mujer”. *Estampa*. Nº 13. 27 de marzo de 1928 Pg 33.

a la *garçonne* no atrae a los hombres, “disfrazada de muchacho, la muchacha dejaba de serlo mentalmente y por lo contrario, bastan ahora algunos centímetros más de cabello (...) para devolver la gracia (...) a la inquieta soberana rebelada un tiempo contra sí misma”⁷⁴. Da consejos sobre interiorismo así como la educación de los niños, como en el artículo llamado: *Los niños en la mesa*, artículo a modo de contestación a la pregunta de una lectora sobre si los niños tienen que comer a la misma hora que los adultos.

5.1.2 Magda Donato.

Magda Donato o Eva María Nelken, nació en Madrid en 1898 en el seno de una familia judía pudiente. “Puede ser considerada el prototipo de Mujer Nueva que en las grandes ciudades españolas puso en tela de juicio el modelo tradicional de femineidad en términos políticos, éticos y estéticos”⁷⁵, además, se la relacionó sentimentalmente con Bartolozzi, dibujante de *Pipo y Pipa* en *Estampa*. En sus artículos para otras publicaciones desarrolla un discurso feminista, pero estas ideas casi no aparecerán en su sección de *Estampa*; al contrario, sus artículos son extremadamente tradicionales en ocasiones, seguramente por ser ésta revista de corte conservador. En ellos, se pueden observar multitud de críticas, siempre enfocadas a los temas de la moda, la decoración o la educación.

De lo que sí que peca en la gran mayoría de sus artículos es de cierto chovinismo, como por ejemplo en el artículo del número 155, correspondiente al 27 de diciembre de 1930, donde habla sobre el problema de la altura de los tacones. Compara el caminar de distintas mujeres europeas, criticando el caminar de alemanas e inglesas —por falta de coquetería en su opinión, por ser nórdicas—, de las francesas escribe que su fragilidad es un inconveniente para su coquetería. Sin embargo “la mujer española, que es indiscutiblemente la mujer del mundo que anda con más gracia es también la que gasta los tacones más altos, más finos y más puntiagudos”⁷⁶. Magda Donato se convierte en una férrea censuradora de las nuevas modas en algunos de sus artículos cuando en otros es mucho más liberal, sufriendo una especie de *bipolaridad literaria* en muchas ocasiones. Por ejemplo en el número 113, correspondiente al 11 de marzo de 1930, habla del hábito de fumar en las mujeres realizando la siguiente crítica: “yo sospecho que la mujer se ha aficionado al tabaco

⁷⁴ *Ibíd.*

⁷⁵ M. D. RAMOS. “Magda Donato una mujer moderna. Su labor como articulista en la prensa española”. *Revista Arenal: Revista de Historia de las Mujeres*. Vol. 17, Nº 1. 2010. Pg 178.

⁷⁶ Magda DONATO. “Página de la mujer desde París”. *Estampa*. Nº 121. 6 de mayo de 1930 Pg 19.

menos por su sabor o por la gracia del gesto que presta o por su espíritu de independencia que por utilizar todas estas monerías como boquillas o el encendedor”⁷⁷. O en la serie de artículos que dedica al luto. Afirma en uno de ellos que “el verdadero luto, en su concepto primitivo integral, era el que usaban las mujeres españolas hasta hace pocos años, el que todavía se conserva tradicional, celosamente en los pueblos”⁷⁸.

Estos dos artículos de clara base tradicional chocan con otros donde se reclama el lugar de la mujer en la sociedad. Como en el número 127, donde habla sobre la casa de campo, en el que parece querer concienciar a las mujeres sobre la extenuación que produce el trabajo en su hogar durante todo el año, sin vacaciones para descansar. En 1930 critica los trajes de novia, que en su opinión son doblemente injustos: injusticia estética porque ese día, la mujer se viste para ser la protagonista e injusticia económica porque el traje de novia es muy caro y no se lo puede volver a poner; sin embargo el novio sí. Se hace eco de dos propuestas de dos modistos de París que proponen que la mujer vaya vestida normal o que el hombre compre un traje que solo lo pueda poner una vez. Este artículo es uno de los pocos donde, de manera sutil, expone su ideario feminista.

5.1.3 Marlene.

Es claramente un pseudónimo el utilizado por esta colaboradora pero, como en el caso de M^a Teresa Fontanar, no ha sido posible la verificación de su identidad. Aparecerá por primera vez en el número 306 correspondiente al 18 de diciembre de 1934 donde Magda Donato será sustituida por Marlene.

Marlene también es muy conservadora en sus opiniones sobre el mundo femenino, sin embargo, en muchos aspectos se muestra más progresista que su antecesora. En sus artículos es muy crítica con las novedades en materia de moda de los pasados años 20, y por el contrario alaba lo que ella llama la *mujer moderna*, que no es más que el negativo del estilo *garçonne* y que para ella es La Mujer por antonomasia. Marlene se muestra más preocupada que sus antecesoras por el cuidado de la forma física, ya que M^a Teresa Fontanar ni Magda Donato no hablan en ningún número del deporte femenino.

En el número 403, del 5 de octubre de 1935, dedica su sección a hablar sobre un método de adelgazamiento de un profesor francés; para Marlene, “la gordura es pereza.

⁷⁷ Magda DONATO. “Página de la mujer desde París”. *Estampa*. N° 113. 11 de marzo de 1930 Pg 19

⁷⁸ Magda DONATO. “Página de la mujer desde París”. *Estampa*. N° 96. 12 de noviembre de 1929 Pg 28.

Quien empieza a engordar sigue engordando y la mayoría de las gordas por pereza no tienen ganas de esforzarse”⁷⁹. Un tiempo después, coincidiendo con el nº 448, del 15 de agosto de 1936, realiza una crítica muy favorable sobre los distintos deportes y la ropa utilizada en ellos. Por ejemplo, del *footing* dice que “es el único medio verdaderamente eficaz para activar la circulación de la sangre, combatir la obesidad, ahorrarse un sinnúmero de enfermedades y vivir en buen estado de salud”⁸⁰. Habla también sobre el golf, la natación, o el ciclismo, siendo la ropa imprescindible para hacer deporte la falda pantalón; pero en el tenis se niega a que determinadas mujeres lleven *shorts*, alegando falta de pudor.

Dedica también como sus predecesoras, un espacio a la decoración de interiores, donde comenta las tendencias en decoración de interior, siendo también muy dura hacia las personas que decoran su casa con mal gusto.

5.2 La Vida Frívola

Además de la sección de mujer propiamente dicha; a menudo se incluían en *Estampa* reportajes de dos o tres páginas que nada tenían que ver con las páginas que firmaban María Teresa Fontanar o Magda Donato. Estos reportajes se publicaban bajo el título *La vida Frívola* y aparecen durante toda la vida de *Estampa*, cuya temática giraba en torno a las trivialidades y a los estereotipos propios de las mujeres. Bien es cierto que todos son de temática variada pero siempre orientados hacia el público femenino. Puede verse un ejemplo en el número 78, con fecha de 28 de mayo de 29, titulado *El bello arte de hacer las manos*. Se trata de una serie de entrevistas a manicuras y donde el reportero expresa de forma paternalista, que la mujer debe tener siempre las manos arregladas. “las manos son la tarjeta de visita de la mujer que más crédito le da ante la gente”⁸¹.

⁷⁹ Marlene. “Página de la mujer desde París”. *Estampa*. Nº 403. 5 de octubre de 1935 Pg 9

⁸⁰ Marlene. “Página de la mujer desde París”. *Estampa*. Nº 448. 15 de agosto de 1936 Pg 14.

⁸¹ “El bello arte de hacer las manos”. *Estampa*. Nº 72. 28. de mayo de 1929. Pg 24.



28 de mayo de 29. N° 78. Pg 24

Además del cuidado femenino, en muchos del artículo aparece de forma recurrente la necesidad de tener novio para luego casarse, como forma de educación social. Es el caso del siguiente reportaje: “Vestidos de novia” — número 104—, en que el reportero Carlos Fortuny hace una dura crítica sobre los vestidos de las novias y la propia ceremonia religiosa: “hoy las novias se presentan en la iglesia luciendo vestidos complicados, tocados aparatosos que desconciertan hasta a los monaguillos y mas que a unos desposados parece que caminan hacia la apoteosis de una revista de Velasco”⁸². Es una dura crítica hacia las mujeres que ven el casamiento como un acto de exhibicionismo.



7 de enero de 1930. N° 104. Pg 11

⁸² Carlos FORTUNY, “Vestidos de novia”. *Estampa*. N° 104. 7 de enero de 1930 Pg 11

Esta sección también sirve para adoctrinar a las mujeres en un comportamiento honesto y sobre los patrones que no han de imitar, aquellos que se alejan de la *normalidad* como demuestran el siguiente artículo:

La mujer que se vestía de hombre: Es una entrevista, aparecida en el número 63, a una mujer llamada Violeta Morís que viste de hombre y vive como tal; el artículo está firmado por José Ignacio de Arcelu y es tremendamente crítico hacia esta mujer por no seguir los roles que la sociedad espera de su sexo. Todo el artículo está escrito de forma sarcástica, ridiculizando a ésta mujer, recalcando tanto sus fracasos laborales como su persona, porque ella quiere vivir como un hombre. El reportero echa la culpa de la proliferación de este tipo de comportamientos opuestos a los estereotipos de género femeninos a la novela *La Garçonne* de Víctor Margueritte de 1922 que es la génesis para la aparición de la Mujer Moderna.

Esta mujer, encajaría en lo que M^a Dolores Ramos definiría como el Tercer Sexo, “donde eran ubicadas las mujeres ambiguas, las que desafiaban los límites culturales de la feminidad tradicional, accedían a espacios prohibidos y materializaban sus aspiraciones profesionales, personales o estéticas”⁸³. El hecho de travestirse y ser propietaria de una tienda de recambios automovilísticos, podría tratarse además de una transgresión tanto de los roles de género como sexuales.



19 de marzo de 1929. N° 63. Pg 3.

⁸³ M^a D. RAMOS. “ la construcción cultural de la feminidad en España: desde el fin del siglo XIX a los locos y politizados años veinte y treinta”. en M. NASH, *Feminidades y masculinidades*. Ed. Alianza. Madrid 2014. p 37

6. La publicidad femenina.

La etapa de entreguerras fue la época de mayor apogeo de la publicidad española, además de ser una época de bonanza económica, industrial y comercial, aunque “el desarrollo económico no impidió que España siguiera siendo un país atrasado con respecto a las potencias de su entorno”⁸⁴. Durante este periodo “todo se llenó de mujeres elegantes (...) que usaban cosméticos, jugaban al tenis, asistían a veladas de jazz o usaban su máquina Kodak en los viajes de ocio y momento de vacaciones”⁸⁵.

Esta sensación de independencia que transmiten los anuncios de la época es totalmente irreal en España. La realidad social es totalmente distinta, muchas mujeres siguen sometidas a sus maridos y a sus creencias religiosas; aun así, empresas como Nestlé o Maggi anuncian productos para una mujer trabajadora independientemente de su extracción social.

La publicidad actuará como educadora social mediante la comunicación de los nuevos usos y normas sociales; mediante la información proporcionan nuevas necesidades al consumidor. “Cada vez en mayor escala, la técnica publicitaria explotó los descubrimientos psicológicos relativos a las motivaciones irracionales que se esconden debajo de la conducta civilizada y empleó en las imágenes el simbolismo y la asociación mental a fin de movilizar las emociones del consumidor y provocar a éste a la compra”⁸⁶.

La censura impuesta durante la dictadura primorriverista “inclinó a las distintas publicaciones a cubrir con otros asuntos con los que dar salida al gran dinamismo de la sociedad de entonces”⁸⁷. Desde ese momento, las revistas pasaron a ser el mejor sistema de transmisión de la publicidad. En cuanto al modelo de consumo seguía siendo restringido, exclusivo para una minoría burguesa o aristocrática; “tanto los objetos de consumo tradicionales como cosméticos o medicamentos como los nuevos productos surgidos fruto del progreso tecnológico se ofrecían exclusivamente a este sector de la población, un público preferentemente urbano, ajeno al tipo de vida radicalmente distinto de las áreas rurales y alejado del conjunto de los sectores más empobrecidos de la sociedad”⁸⁸.

⁸⁴ A. BALANDRÓN PAZOS “Mujer y publicidad en los felices años 20; análisis de contenido de la revista ilustrada Blanco y Negro. *Revista de comunicación y pluralismo*. Nº 3, 2007. Pg 124.

⁸⁵ J. L. VILA SAN JUÁN. *La vida cotidiana en España durante la dictadura de Primo de Rivera*. Ed. Argos Vergara. 1984. Pg 86.

⁸⁶ A. MARIE SOHN. “las mujeres entre la madre en el hogar y la garçonne”. G. DUBY. *Historia de las mujeres en occidente*. Pg 123.

⁸⁷ A. BALANDRÓN PAZOS “Mujer y publicidad en los felices años 20; análisis de contenido de la revista ilustrada Blanco y Negro. *Revista de comunicación y pluralismo*. Nº 3, 2007. Pg 121.

⁸⁸ *Op. Cit.* Pg 124.

Las condiciones de vida de la sociedad española mejoraron durante la Dictadura gracias a las políticas de estimulación económica llevadas a cabo por Primo de Rivera, que permitió el desarrollo de grandes empresas, lo que supuso la consolidación de una élite burguesa que deseaba poseer objetos de lujo como la aristocracia. Además “a través de la publicidad, los fabricantes y minoristas de productos para el hogar o para los niños dieron a conocer el concepto moderno de feminidad”⁸⁹. En la mayoría de los casos, los anuncios van dirigidos a un público femenino, además, las nuevas técnicas gráficas y fotográficas convierten a los anuncios en un atractivo visual.

La publicidad ocupaba gran parte de la publicación y los anuncios de *Estampa* comprendían objetos tan dispares como medicinas, relojes o cosméticos; muchos de los mismos ocupaban toda la página pero lo usual es que ocupasen la mitad de la misma. Los anuncios orientados hacia la mujer eran los más numerosos y se podían encontrar en toda la revista; sin embargo, las páginas inmediatamente anterior y posterior a las dedicadas a la mujer siempre estaban ocupadas por anuncios para ellas. Se plasma por este medio la realidad social de la España primoriverista y republicana, donde se busca adoctrinar a las féminas sobre sus roles sociales o sobre la transformación de la sociedad, que permite cierto aperturismo para las mujeres.

También se intenta apelar a los sentimientos patrios, resaltando los atributos hispánicos, como en este par de anuncios donde se observa a una mujer flamenca en la noche sevillana y una mujer con un peinado considerado español, el rizo en la frente, cuyo traje recuerda al de las chulapas madrileñas ya que parece llevar un mantón. Ambos anuncios reflejan la reducción de lo español a los estereotipos andaluces y madrileños.

⁸⁹ A. MARIE SOHN. “las mujeres entre la madre en el hogar y la garçonne”. G. DUBY. *Historia de las mujeres en occidente*. Pg 121.

JABON y COLONIA Flores del campo

dos creaciones clásicas, evocadoras del más refinado ambiente español, todo voluptuosidad y fragancia

El JABON es el más duro, neutro, sabonoso y detergente. No contiene sulfuros ni cloruros, siendo su color natural el resultado de los productos selectos en él combinados. Su espuma blanquea las telas y esteriliza al agua, haciendo desaparecer las arrugas. La COLONIA supera a todas en fuerza de "fragancia", originalidad y permanencia. Admirable para el baño y tocador, así como para fricciones.

Prezo del jabón: 6,25 + 2,20 = 8,45 pta. + 7 pta. y 12 pta.

Prezo de la colonia: 6,25 + 2,20 = 8,45 pta. + 7 pta. y 12 pta.

Madrid **Floralia, S. A.** Méjico

© Biblioteca Nacional de España

13 de mayo de 1930. Nº 122. Pg 16.

JABON ACACIAS MADRILEÑAS

EL TIPICO JABON ESPAÑOL

De espuma blanca y abundante. Es de extraordinaria dureza. Estado de tres pastillas, 2,25. Precio medio, 6,25.

FLORALIA @ Madrid

Para señoras artíficesmente los párpados
Polvos-Compactos al Hama de Sándalo
Caja con espejito, 2 pta.

Mejillas sonrosadas
Arrohal al Jugo de Rosas
La más duradera y generosa. Envase económico, 3,50. + de 6 pta. 7 pta.

UN REGALO DE EXQUISITO GUSTO

- Por su original y elegantísima presentación
- Por su finura e intensidad de aroma
- Por su elaboración perfecta
- Por la baratura de su precio

Cabellos rizados
Ondulia
Suaviza y armoniza indefinidamente la ondulación. Precio, 2,50

Deja el sudor sin oler
Sudoral
Loción Aseptica. No mancha. Desinfecta los vestidos. Precio, 1 pta. + 2,20 = 4,10. 6,50 + 18,20

16 de julio de 1929. Nº 79. Pg 27.

En los anuncios que cubrían las páginas de Estampa, se pueden diferenciar dos estereotipos bien distintos de mujer como son la mujer tradicional y la moderna.

6.1 La mujer como reina de su hogar —anuncios de corte conservador—

Se trata de la visión más tradicional de la femineidad. Mediante los siguientes anuncios se codifica un mensaje que tiene como finalidad conducir a la mujer hacia el noviazgo y hacia la maternidad. El noviazgo —heterosexual— es una cuestión muy importante para la sociedad republicana, pues sin él no se puede formar una familia y una mujer soltera es vista socialmente como una fracasada; este tipo de anuncios, junto con los dirigidos a fomentar la maternidad, son relativamente habituales en las páginas de las revistas gráficas:

- Crema Hinds. En el texto que acompaña a la imagen de la pareja se puede leer: *las miradas de él no se sacian de ése cutis fino y sedoso, terso y puro.*
- Lápiz labial Tangee, en el texto que acompaña a la pareja se puede leer: *muchas mujeres hermosas no se dan cuenta que los lápices ordinarios recargan los labios de pintura dándoles un aspecto vulgar que los hombres aborrecen.*

**ESTE Nuevo Secreto
DIÓ A SUS LABIOS
Belleza Natural**



MUCHAS mujeres hermosas no se dan cuenta de que los lápices ordinarios recargan sus labios de pintura dándoles un aspecto vulgar que los hombres aborrecen. Es natural que para embellecerse use usted un lápiz de labios... ¡pero no pintura!

Hay un lápiz - TANGEE - que embellece sin pintar... y vivifica el color natural de sus labios. TANGEE no es pintura. TANGEE es anaranjado en la berlita, pero aplicado y verá cómo cambia de matiz hasta que adquiere el tono grana que más favorece a su rostro. Su efecto es seductor y, además, protege, suaviza... y es duradero.

También hay un tono oscuro: El Theatrical.

SIN RETOQUE. Los labios sin retoque casi siempre parecen marchitos y aviejan el rostro.

PINTADOS. Evite el parecer pintado. A los hombres les desagrada este aspecto.

CON TANGEE. Se aviva el color natural, se da la belleza y evita la apariencia de pintura.

La Crema Colorada TANGEE cambia de matiz al aplicarse. Está hecha a base de color crema, que protege... y es impenetrable.

El Lápiz de Más fama
TANGEE
EVITA EL ASPECTO-PINTADO

Dr. D. FEDERICO BONET. Apartado 202. Madrid. Incluye en cada caja cinco Plm. 1,00 para muestra de lápiz, rosas, compacto y pinza.

Nombre _____ N.º _____
Calle _____
Población _____ Provincia _____
Escriba clara y envíe el sobre cerrado. E.S.-34



CUTIS ATRACTIVO, SEDUCTOR

Las miradas de él no se sacian de ese cutis fino y sedoso, terso y puro. Es lo que realza sus facciones y mantiene perenne la belleza de la juventud. Todas las mujeres pueden poseer ese cutis adorable, y prolongar su frescura impidiendo que lo marchiten los ultrajes del tiempo. La CREMA de Miel y Almendras HINDS es lo que da a la epidermis esa frescura juvenil y la protege contra el envejecimiento.

Gratis

INTERESANTE OBSEQUIO PARA USTED. Se da, además, precioso recordatorio para la belleza y la salud. Dr. FEDERICO BONET. Apartado 202. Madrid. Sírvase encargar GRATIS el libro "Sociabilidad y Belleza".

Nombre _____
Calle o Pista _____
Población _____ Provincia _____
N.º _____
Escriba clara y envíe el sobre cerrado.

CREMA de miel y almendras HINDS

Estos dos anuncios aparecieron en *Estampa* con fecha del 9 de febrero de 1935, ambos en la página 30 y son una muestra de hasta qué punto la mujer se debe supeditar al hombre —hasta el punto de maquillarse, fundamentalmente para agradarle a él—.

Existen otro tipo de anuncios que asesoran a la mujer hacia su fin social último; es decir, la maternidad como en esta serie de anuncios de Hipofosfito Salud, un jarabe reconstituyente o complejo vitamínico para toda la familia.

El chiquitín de la casa

se cria admirablemente fuerte, sin padecimientos, alegre, risueño, porque su madre, para obtener tan buenos resultados, aumenta sus energías y vivifica su sangre tomando el activo reconstituyente Jarabe Salud.

Poderoso para combatir la anemia, la debilidad y la inapetencia, es un imprescindible vigorizador para las madres que crían. Tiene cerca de medio siglo de éxito creciente y está aprobado por la Real Academia de Medicina.

Madres, tomad Jarabe de



Pedid **JARABE SALUD** para evitar imitaciones

HIPOFOSFITOS SALUD

Conozco varios preparados similares, pero lo cierto es que los maravillosos éxitos obtenidos no se pueden ignorar a los conseguidos con los Hipofosfitos Salud. —Dr. Roca Sánchez.— Ciudad Real.

24. de Junio de 1930. N° 128. Pg 21

estampa



—¿Cómo va esa luna de miel?
 —Soy muy dichosa. Además, os diré que ya tuve la grata novedad...
 —¿Ah, sí? Pues te felicitamos.
 —Estoy contentísima. Solo me preocupan los **marcos**, los **dolores de espalda** y una **gran flojedad**.
 —No te apures. Eso desaparece en cuanto empieces a tomar el Jarabe de

HIPOFOSFITOS SALUD

Cerca de medio siglo de éxito creciente.
 Aprobado por la Real Academia de Medicina.
 Pedid **JARABE SALUD** para evitar imitaciones.
 Se advierte que el Jarabe HIPOFOSFITOS SALUD no se vende a granel.

Estimo el Jarabe Hipofosfitos Salud, el reconstituyente más enérgico y seguro de cuantos he ensayado.—J. Berlanga, médico de Utiel.

15 de julio de 1930. N° 131. Pg 28



¡Felicidad!

Una madre tiene cuatro hijos que nunca están enfermos.
 ¿A qué se debe tanta felicidad?
 A que una vez, hallándose el hijo mayor débil, raquítico y a un paso de la tuberculosis, le dió éste excelente Jarabe y no sólo salvó su vida sino que le convirtió en un muchachote vigoroso y rebosante de salud.
 Desde entonces, en aquel feliz hogar, se desconocen las enfermedades tan comunes en la infancia, porque la madre, con admirable previsión, no deja un solo día de dar a sus hijos el imponderable



No se vende a granel

Jarabe de HIPOFOSFITOS SALUD

Producto inalterable y de uso todo el año.
 Cerca de medio siglo de éxito creciente. Aprobado por la Academia de Medicina.

8 de agosto de 1931. N° 187. Pg 34.

En estos tres casos pertenecientes a Hipofosfitos Salud se puede ver claramente el mismo mensaje, es decir, la meta de toda mujer es tener hijos. El anunciante se sirve de su producto para mostrar este mensaje normalizador, como vemos en el tercer anuncio de forma más directa al situar en el centro de la imagen y en letras bien grandes la palabra *felicidad*, al lado de una imagen familiar; haciendo referencia a que para las mujeres la única felicidad completa es formar una familia y criar a sus hijos.

Otro producto que también procede del ámbito pseudo médico es este anuncio de purgante magnesina San Pellegrino que muestra a una mujer cuidando de su pequeña.



Si
mamita..

Tomaré el purgante
siempre que sea la

MAGNESIA S. PELLEGRINO

que es tan buena y
agradable



**MAGNESIA
S. PELLEGRINO**

PRECIOS Con y sin oen, caja Ptas. 0,50, frasco Ptas. 3,25
Eflervescente, caja Ptas. 0,75, frasco Ptas. 4,50

5 de octubre de 1935. N° 403. Pg 22

Así mismo, la publicidad codifica un rol sumiso y maternal de la mujer, como se muestra en éste anuncio de la marca Phoscao, donde se puede ver a una mujer sirviéndole este producto a un hombre anciano —es un hombre y no una mujer anciana, lo que codificaría hasta qué punto el hombre más viejo domina a las mujeres—. El hombre del anuncio es o el suegro o el padre de la mujer que le sirve, pues a las mujeres se las relegaba al cuidado no sólo de su propia familia, sino a la de el marido.



El Régimen Alimenticio de los Ancianos

La edad madura necesita múltiples precauciones en la cuestión de la alimentación. Nada de excesos. Es preciso acomodarse con una alimentación sobriamente dosificada y de fácil asimilación. Hay que tratar con dulzura el estómago, tener en cuenta el estado del intestino, pensar en la fragilidad de los riñones. En el ocaao, las personas deben renunciar a los placeres de la mesa, uno tras otro. Sin embargo, todavía les queda un aliado con el PHOSCAO, el cual les asegurará larga sucesión de días sin disturbios y de noches apacibles.

En farmacias y droguerías.

Depósito: FORTUNY, S. A.

Hospital, 32. - BARCELONA

PHOSCAO

EL MAS EXQUISITO DE LOS DESAYUNOS Y
MAS PODEROSO DE LOS RECONSTITUYENTES

18 de marzo de 1933. N° 271. Pg18

6.2 La mujer moderna.

En contraposición a esta visión social tradicional, aparecen anuncios que muestran a la mujer moderna, que disfruta de la vida y de las pequeñas libertades que la República ha facilitado:

- a. En este anuncio de la marca de galletas Artiach, aparece un dibujo de una mujer que trabaja como secretaria en lo que parece ser una oficina —nótese que los hombres tienen un mejor puesto en la empresa, dato que se nota en la precaria mesa en la que trabaja la secretaria en contraposición de las sólidas de los hombres —, además de que la silla de la mujer parece mucho más incómoda. Se muestra una visión más moderna de la mujer de finales de los años 20 pero sin pretender trabajar en igualdad de condiciones que sus compañeros varones; en el dibujo se ve a la mujer trabajando probablemente como secretaria, un trabajo de poca responsabilidad y generalmente subordinado a un superior masculino.



De Una a Otra Comida

No toda clase de trabajo permite traer consigo una abundante merienda. Tampoco toda clase de trabajo permite exponer el estómago a una complicada digestión. El trabajo intelectual exige algo sencillo, ligero y muy nutritivo a la vez:

una buena galleta

**CHIQUILIN Y MARIA
ARTIACH**

Las exquisitas galletas, son el alimento por excelencia: ricamente tostadas, sus seleccionados componentes las convierten en la merienda ideal. Reponen las fuerzas y nutren sin cargar el estómago.

Elas deben ser sus compañeras de trabajo



28 de mayo de 1929. Nº 72. Pg 16.

- b. Anuncio de las pastillas Veramon antidolor. Donde una jovencita peinada a la moda conduce su propio auto. En el texto que acompaña al anuncio puede leerse: *¡que alegría verse libre de un súbito ataque de dolor y poder entregarse de nuevo a los placeres de la vida!*



21 de mayo de 1932. N° 228. Pg 34.

Este último anuncio recuerda por ejemplo a un autorretrato de 1925, de la pintora polaca Tamara Lempicka, aparecido por primera vez en la revista alemana *Die Dame*. Representa un nuevo arquetipo de mujer independiente, “activa, que lleva el pelo y la falda más cortos (...) que manifiesta en todo una independencia de criterio inaudita hasta entonces”⁹¹

7. La deportista.

Desde el comienzo de la actividad deportiva, “las mujeres en general fueron excluidas y en el mejor de los casos, vieron limitada su actividad física por condicionantes sociales y culturales que marcaron sus hábitos y preferencias deportivas en función de la aceptación social que estos tenían”⁹².

⁹⁰ <http://micasaesmimundo.blogspot.com.es/2006/06/tamara-de-lempicka-la-imagen-de-la.html>

⁹¹ A. SERRANO DE HARO. *Mujeres en el arte; espejo y realidad*. Ed Plaza y Janés. Barcelona 2000. Pg 63.

⁹² V. FERNANDEZ RAMOS. “La prensa deportiva desde la perspectiva de genero. Una aproximación a la representación mediática del deporte femenino en España”. *Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014*. Pg 2

En las primeras décadas del siglo XX las mujeres asistían como espectadoras a las prácticas deportivas. Hacia 1914 se produce un cambio de mentalidad en la sociedad del momento: “en los países beligerantes, se produjo un nuevo espíritu en el que disfrutar de la vida se convirtió en el objetivo central, vista la devoradora capacidad de destrucción del presuntamente civilizado ser humano de occidente”⁹³. Este cambio de mentalidad fue el germen de profundos cambios sociales, entre ellos, la práctica deportiva.

El deporte como práctica física implicaba sacar a la mujer del lugar al que durante siglos se la había relegado, es por tanto un cambio en las esferas sociales, que no toda la sociedad vio con buenos ojos. A principios de los años 20, aumenta la participación de las mujeres en las actividades deportivas, ya que “el cuerpo femenino se encontraba en proceso de liberalización de los corsés físicos y mentales”⁹⁴. La mujer deportista encarna los contravalores, el deporte femenino se encontraba lastrado por las normas morales, “cuando las mujeres comenzaron a practicar deportes, lo hicieron con la preocupación de no transgredir estos principios cuyo incumplimiento conllevaba negativas consecuencias”⁹⁵. A pesar del despegue de la práctica deportiva, muchos sectores sociales, sobre todo los afines a la Iglesia, se niegan en rotundo a que sus hijas o mujeres realicen semejantes prácticas, rebatiendo las teorías higienistas y alegando:

1. Las mujeres podían sufrir un proceso de masculinización por el cual perderían su feminidad siendo lacradas para siempre con el apelativo de marimachos.
2. Exhibicionismo inmoral. Las mujeres, al usar ropas más livianas que las de diario generarían “una llamada pecaminosa al sexo por lo corto de los vestidos”⁹⁶. Además, “la actividad deportiva de la mujer se realiza en el espacio público y con ropa más ligera, lo que implicaría cierto grado de ostentación del propio cuerpo y por lo tanto, es considerada como un atentado para la moral pública”⁹⁷.
3. la salud femenina podía resentirse por la práctica prolongada de ejercicio pudiendo incluso llegar a la esterilidad.

⁹³ F. J. CASPISTEGUI. “La resbaladiza arista de un monte erguida sobre dos abismos: mujer y deporte en España (1900 – 1950)”. *Memoria y civilización: anuario de Historia*. Nº 7. 2004. Pg 138.

⁹⁴ *Op. Cit.* Pg 142.

⁹⁵ *Op. Cit.* Pg 154.

⁹⁶ <http://www.efdeportes.com/efd99/mujer.htm>.

⁹⁷ T. SENTAMANS. “Dimes y diretes. Condicionantes textuales de la fotografía de la mujer deportista española en la prensa gráfica (1923 – 1936)”. *Extravío: revista electrónica de literatura comparada*. Nº 3. 2008. Pg 166.

Estas razones se compaginan con la oposición a la práctica deportiva por parte de médicos y fisiólogos, “la mayor parte de los consejos de académicos y fisiólogos sobre la necesidad de distinguir entre practicas adecuadas para chicas (...) y disciplinas de carácter deportivo, a las que se les atribuya un carácter viril y masculinizarte”⁹⁸. A lo largo de los años 20, aumenta la participación de las mujeres en las actividades deportivas, ya que “el cuerpo femenino se encontraba en proceso de liberalización de los corsés físicos y mentales”⁹⁹.

La introducción de las practicas deportivas en España se produce en ésta década, como muestra el artículo del 9 de mayo de 1929 sobre la apertura de los deportes a las mujeres, con el título: las *muchachas comienzan a hacer toda clase de deportes*; pero se condena la practica de los deportes considerados violentos como el boxeo o el futbol. Sin embargo poco a poco la clase alta se va distanciando mediante la práctica deportiva exclusiva de deportes como el patinaje o el tenis. “En el caso del tenis, las mujeres, al igual que en el futbol, comienzan a participar como un público destinado a hacer mas lucido con su belleza los denominados *Gardens Parties*”¹⁰⁰.

Durante la II República aumenta la presencia de la mujer en el escenario deportivo, “se produjeron unas condiciones sociales y políticas nuevas que parecían idóneas para el incremento de la participación de las mujeres en el deporte, en un escenario de efervescencia asociativa popular y en un marco de libertad de asociación garantizado por la constitución de 1931”¹⁰¹. Se crearon multitud de clubes y asociaciones y las deportistas fueron demandando cada vez mayor protagonismo; además, “el ideario político de la II República sumado a la progresión histórico temporal de las practicas deportivas y gimnásticas en la vida española, produjeron una consolidación y expansión de la práctica deportiva de la mujer entre 1931 y 1936”¹⁰². Las mujeres españolas se incorporan a las competiciones internacionales como los Juegos Olímpicos de Paris en 1924 con Lili Álvarez, Margot Moles o Rosa Torres.

⁹⁸ X. PUJADAS. “De espectadoras a protagonistas. las mujeres y el deporte en la II República española (1931-1936)”. *III ciclo de conferencias: Xénero, actividade física e deporte (2011 – 2012)*. Universidade da Coruña. 2013 Pg 54.

⁹⁹ F. J. CASPISTEGUI. “La resbaladiza arista de un monte erguida sobre dos abismos: mujer y deporte en España (1900 – 1950)”. *Memoria y civilización: anuario de Historia*. Nº 7. 2004. Pg 142.

¹⁰⁰ A. DOMÍNGUEZ ALMANSA. “Un esfuerzo contra la exclusión: mujer y modernidad y cultura deportiva”. *III ciclo de conferencias: Xénero, actividade física e deporte (2011 – 2012)*. Universidade da Coruña. 2013. Pg 38.

¹⁰¹ X. PUJADAS. “De espectadoras a protagonistas. las mujeres y el deporte en la II República española (1931-1936)”. *III ciclo de conferencias: Xénero, actividade física e deporte (2011 – 2012)*. Universidade da Coruña. 2013 Pg 48

¹⁰² T. SENTAMANS. “Genero, violencia simbólica y medios de comunicación. Crónicas dulces y masculinidad femenina en la prensa gráfica de la II República”. *Arte y políticas de identidad*. Nº 6. 2012. . PG 236.

En estos años, se crea un nuevo perfil de mujer independiente y atrevida que encontrará gran oposición en la tradición católica arraigada en España, además de que muchas mujeres abominan de las posturas emancipatorias. La negativa a que las mujeres practicasen deporte venía dada por una serie de motivos, desarrollados con anterioridad, al que hay que sumar el pensamiento de que la mujer era fisiológicamente inferior al hombre y que por tanto poseía menor capacidad de aguante; además, “se consolidan estereotipos como que el deporte masculiniza a las mujeres, perjudica su salud o bien que ellas no tienen interés en practicarlo”¹⁰³.

En los años 30 aumenta el asociacionismo femenino; aparecen los primeros clubs femeninos —como el Club Femení i d'Esport, en Barcelona—, “el aumento de la participación de las mujeres españolas en la vida deportiva debe ser valorado como un fenómeno inaudito en relación al primer tercio del siglo XX”¹⁰⁴. Sin embargo, todo este fenómeno de la nueva mujer morirá con la República, porque “tras la guerra, la implantación del régimen franquista a partir de 1939 en la totalidad del territorio significó el triunfo definitivo de una visión rupturista con el proceso de modernización del fenómeno deportivo en España”¹⁰⁵.

El tema de la mujer deportista será tratado con mucha frecuencia a lo largo de toda la vida de la revista *Estampa*, con profusión de fotografías mostrando a las atletas.

Se intentaba ofrecer una imagen femenina de la mujer, “mitigando la trasgresión de la imagen masculina de la deportista (...) a través de calificativos feminizantes (...) o por el mero acompañamiento textual que subrayaba la propia representación de femineidad de la retratada”¹⁰⁶. En todos los artículos que *Estampa* dedica a las deportistas, siempre utiliza el término *señorita* en vez de atleta o deportista. Puede considerarse que de esta forma la revista pretende suavizar la actitud transgresora de las mujeres, tratándolas con un carácter paternalista: “el calificativo de *señorita* se caracterizaba por ser una identidad muy estricta,

¹⁰³ V. FERNÁNDEZ RAMOS. “La prensa deportiva desde la perspectiva de género. aproximación a la representación mediática del deporte femenino en España”. Actas del VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna. 2014 Pg 4.

¹⁰⁴ X. PUJADAS. “De espectadoras a protagonistas. las mujeres y el deporte en la II República española (1931-1936)”. *III ciclo de conferencias: Xénero, actividade física e deporte (2011 – 2012)*. Universidade da Coruña. 2013 Pg 54.

¹⁰⁵ *Op. Cit. Pg 56*

¹⁰⁶ T. SENTAMANS. “Dimes y diretes. Condicionantes textuales de la fotografía de la mujer deportista española en la prensa gráfica (1923 – 1936)”. *Extravío: revista electrónica de literatura comparada*. Nº 3. 2008... Pg 160.

plenamente femenina y vinculada a la domesticidad (...) y a la moral católica del momento”¹⁰⁷.

Desde el comienzo de *Estampa*, ya aparecen referencias a la mujer deportista en sus páginas, pudiendo percibirse dos corrientes totalmente distintas en cuanto al tratamiento de las noticias, un primer grupo en el que el reportero trata a las deportistas en tono paternal y burlón como en los siguientes casos:

- En el número 47 — 20 de noviembre de 1928— , aparece un artículo dedicado a las mujeres deportistas y su afán, en palabras del autor —Diez de las Heras—, por igualarse al hombre, es pues una crítica a las mujeres deportistas. El artículo también explica cuáles son aquellos deportes que deberían practicar las mujeres; “desde luego proscribiríamos todos aquellos que pudiéramos llamar de agresión. La crueldad forzosa de su práctica debería repugnar siempre a la mujer”¹⁰⁸ . ¿Cuáles son los deportes que el artículo cita como inadecuados?, el fútbol, rugby y boxeo; recomendando el patinaje, la natación, el tenis, el golf o equitación.

- En el número 188 del 15 de agosto del 31, se publica un artículo llamado: *¡y les llamamos el sexo débil!* Trata sobre las formas que tienen las mujeres para lograr una determinada estética mediante el deporte. “las muchachas extranjeras, practican un entrenamiento que tiende algo a vigorizar su cuerpo (...). Sueñan con bíceps, con pectorales, que no fueron los que les prepara la naturaleza para cumplir sus deberes de madres”¹⁰⁹. Por una parte, se pretende comunicar la idea de la pérdida de la feminidad con el deporte; pero por otro, el artículo se explaya en las distintas proezas hechas por las mujeres, como las nadadoras del Canal de la Mancha o la aviadora Amy Johnson; ante esto se pregunta si en un futuro serán los hombres los que reciban el apelativo del sexo débil. Este último artículo pone de manifiesto que las mujeres solo realizan deporte como forma de mantener la línea y por tanto no se toman en serio el deporte más allá de ser un método para adelgazar.

Un segundo tipo de periodistas incitaría a las mujeres a la práctica deportiva mediante una serie de reportajes sobre clubs o asociaciones deportivas presentes en territorio nacional e internacional. Estos artículos no son tan paternalistas:

¹⁰⁷ *Op. Cit. Pg 162.*

¹⁰⁸ A. DÍEZ DE LAS HERAS. “La mujer en el deporte; Eva se ejercita para ser ágil y fuerte”. *Estampa*. Nº 47. 20 de noviembre de 1928. Pg 25

¹⁰⁹ “¡Y les llamamos el sexo débil!”. *Estampa*. Nº 188 15 de agosto de 1931, Pg 24.

- En mayo de 1933 aparece un artículo firmado L. G. Linares que trata sobre la presencia femenina en los clubs deportivos. Habla de la sociedad gimnástica madrileña, de la que forman parte 150 mujeres. Linares remarca la idea de que las mujeres hacen ejercicio físico para adelgazar. El número de abonadas está aumentando, la más joven tiene 4 años. Sin embargo, las mujeres no hacen el deporte que les gusta si no el mas adecuado para ellas; un medico las evalúa físicamente.

- En el número 334, de junio de 1934 se edita un reportaje sobre *el Club Femení d'Esport de Barcelona por dentro*, que cuenta con unas 2000 mujeres. Este club combinaba el área deportiva y cultural; además, “representó una novedad en el machista y proselitista contexto deportivo tradicional. Su éxito inicial se debió presumiblemente a la combinación de dos fenómenos socioculturales modernos: el feminismo y la popularización del deporte”¹¹⁰

- El 14 de marzo de 1936 J. R. Ramos realiza un reportaje llamado: *en Madrid han fundado un club las mujeres para hacer deporte separadas de los hombres*. En palabras de la tesorera del club, “en los otros clubs nos encontrábamos las mujeres un poco desplazadas. No por nuestra cortedad o negligencia (...) los grandes clubs tienen su campo para las necesidades del primer equipo, los jugadores caros ocupan en él mucho sitio”¹¹¹. Este club tiene como objetivo “unir los entusiasmos femeninos que hay desperdigados por otros clubs y hacer algo de tipo propiamente nuestro dentro del deporte”¹¹². En el club se han borrado algunas chicas por culpa de sus novios, a los que no les gusta que las mujeres practiquen deporte.

Pero además, los periodistas de *Estampa* se hacían eco de la situación deportiva femenina en otros países, como observamos en el siguiente artículo:

- En el número 422 del 15 de febrero de 1936 aparece un reportaje titulado: *en Inglaterra, 60.000 mujeres siguen a Prunella*. El artículo explica qué es la Liga de la Salud y la Belleza, situada en Londres. Habla sobre la joven Prunella, “una inglesita de 20 años, rubia como el sol, alegre como una sonrisa, bella como una flor... y además inteligente y trabajadora”¹¹³.

¹¹⁰ T. SENTAMANS. *Amazonas mecánicas: engranajes visuales, políticos y culturales*. Ministerio de cultura. 2010. Pg 53.

¹¹¹ J. R. RAMOS. “En Madrid han fundado un club las mujeres... para hacer deportes separadas de los hombres. *Estampa*. Nº 426. 14 de marzo de 1936 Pg 46.

¹¹² *Ibid.*.

¹¹³ L. MARTÍN ROSES. “En Inglaterra, 60.000 muchachas siguen a Prunella...” . *Estampa*. Nº 422. 15 de febrero de 1936 Pg 9.

que estaba adquiriendo la mujer y la necesidad de organizarlas adecuadamente”¹¹⁶. La sublevación militar de julio de 1936 y el posterior “estallido de la Guerra produjo un cambio radical y profundo en la vida política, social, económica y cultural del Estado”¹¹⁷.

El impacto fue visto de forma distinta dependiendo de la edad de las mujeres y su estado civil, supuso la ruptura de las familias, el racionamiento de alimentos y la ausencia del cabeza de familia en muchos casos; lo que forzó a muchas mujeres en territorio republicano a trabajar en las fabricas. Este trabajo extradoméstico “contribuyó a desvanecer los sentimientos de inferioridad y subordinación de muchas mujeres que vieron como eran útiles para la causa republicana”¹¹⁸. Las mujeres vivieron la contienda desde dos posiciones, coincidiendo con los dos bandos: por un lado la llamada mujer republicana y por otro la mujer católica y fascista —o en todo caso, condicionada por ello—. La republicana, en un primer momento lucha por los ideales de la republica como los hombres, en el campo de batalla. “La opción de luchar por la República y contra el fascismo significó para muchas mujeres la defensa de un estatus político recién conquistado y una ocasión para redefinir su propia identidad”¹¹⁹.

Tras el estallido de la Guerra Civil, un número elevado de muchachas y mujeres fueron a alistarse para ir al frente, siendo en urbes grandes, “en ciudades como Barcelona y Madrid, donde las mujeres se comprometieron activamente en su lucha contra los rebeldes”¹²⁰. Para Mary Nash, “la Guerra Civil actuó de catalizador en la movilización femenina y dio lugar a un reajuste de las actitudes hacia las mujeres y su función social”¹²¹. Muchos partidos políticos hicieron llamamientos a la movilización de las mujeres, incitándolas a ser parte activa de la lucha republicana —actitud que chocaba con el confinamiento tradicional de la mujer en el hogar— por lo que algunas de ellas decidieron acudir como milicianas.

La imagen de las milicianas suponía un espectáculo nuevo, pues era la primera vez que las mujeres hacían la guerra desde la vanguardia. “Las milicianas proyectaban una imagen nueva, de mujeres activas y resueltas, que vestían mono o pantalones, tomaban las

¹¹⁶J. M. DIEZ FUENTE. “República y primer franquismo, la mujer entre el esplendor y la miseria”. *Alternativas. Cuadernos de trabajo social*. Nº 3. 1995. Pg 30

¹¹⁷ *Ibid.*

¹¹⁸ B. ANDERSON, J.ZINSSER. *Historia de las mujeres, una historia propia*. ED. Crítica. Barcelona. 1998. Pg 1183.

¹¹⁹ A. AGUADO. “Ciudadanas y heroínas antifranquistas”. Pg 135.

<https://doaj.org/article/73b913ac7a8645ddbd4773f1085a7bd6>

¹²⁰ M. DIEZ FUENTE. “República y primer franquismo, la mujer entre el esplendor y la miseria”. *Alternativas. Cuadernos de trabajo social*. Nº 3. 1995. Pg 31.

¹²¹ M. NASH. *Rojas, las mujeres republicanas en la Guerra Civil*. Ed. Santillana. 1999. Pg 91.

armas y acudían al frente”¹²². El adiestramiento al que sometían a las reclutas era breve y muchas veces no las preparaba para el horror de la línea de fuego; además “las armas eran tan anticuadas, que a menudo los rifles les salía el tiro por la culata. Algunas de las milicianas eran de constitución tan pequeña y débil que la fuerza del fusil al disparar, literalmente las derribaba”¹²³.

El verano de 1936 es el verano de la heroína miliciana como símbolo de la revolución y fueron durante algunos meses las verdaderas protagonistas de la cartelería republicana: se modificó su representación simbólica, retratándolas como jóvenes hermosas vestidas con el mono azul y su arma; en definitiva, es “la imagen de la mujer activa, resuelta y emprendedora, dedicada al esfuerzo bélico”¹²⁴. Las milicianas, con su actitud varonil y su forma de vestir, desafiaban los roles de género y reivindicaban la igualdad de sexos, pero pocas de ellas llegaban a usar esta prenda de ropa ya que la gran mayoría de las mujeres lo consideraban poco femenino.

Las milicianas fueron un pequeño grupo de mujeres que actuaron en vanguardia durante un breve espacio de tiempo y su mito contrasta con la política desarrollada por Largo Caballero en 1936 sobre la Reorganización de las milicias Populares, cuya consigna era: *hombres al frente y mujeres al trabajo*. Por ello el gobierno republicano obliga a las mujeres a retirarse del frente, se las relega a la retaguardia aduciendo falta de conocimiento en el manejo de armas, inexperiencia en la estrategia bélica e incluso, propagación entre la tropa de enfermedades venéreas y prostitución. La principal razón de esta relegación puede ser ideológica, pues los republicanos mantenían un pensamiento patriarcal y por tanto no soportarían la presencia de las mujeres luchando codo con codo con ellos; o tendría motivos más prácticos como una forma de mantener la producción industrial, pero la incorporación al trabajo industrial fue lenta y selectiva, “estas tareas se realizaban en fabricas colectivizadas o bien en talleres creados por las organizaciones de mujeres”¹²⁵. Las mujeres son llamadas a otro tipo de tareas auxiliares como el desalojo de civiles en la vanguardia, medicina de campaña o “reclamadas para servicios especiales de información, como enlaces, espionaje o transporte de armas”¹²⁶.

¹²² M. MORENO SECO. “Las mujeres de la republica y la Guerra Civil desde la perspectiva democrática actual.”. *Pasado y memoria*. Nº 6 2007. Pg 85.

¹²³ G. HERRMANN. “Mujeres de la izquierda radical en la Guerra Civil española”. *Pandora: revue d'études hispaniques*. Nº 2. 2002. Pg 247.

¹²⁴ M. NASH. *Rojas, las mujeres republicanas en la Guerra Civil*. Ed. Santillana. 1999. Pg 93

¹²⁵ B. ANDERSON, J. ZINSSER. *Historia de las mujeres, una historia propia*. ED. Crítica. Barcelona. 1998. Pg 1183.

¹²⁶ A. ALTED. VIGIL. “Mujeres españolas emigradas y exiliadas”. *Anales de Historia Contemporánea*. Nº 24. 2008. Pg 66.

En los discursos que se fueron consolidando aparece una doble visión de la mujer: por un lado, la madre que tiene que proteger a sus hijos, y por otro, la obrera que se incorpora al trabajo industrial; “fue la incorporación de las mujeres al trabajo remunerado (...), lo que potenció en los discursos políticos republicanos, la exaltación de la *heroína femenina* en la retaguardia y la demanda por tanto de los derechos de las mujeres como ciudadanas”¹²⁷. El trabajo “se realizaba en fabricas colectivizadas o bien en talleres creados por las organizaciones de mujeres”¹²⁸.

Con la caída del Estado republicano a manos de los sublevados, las ilusiones de las mujeres se ven desvanecidas, para “muchas de las mujeres intelectuales y profesionales que con la República vivieron y soñaron con nuevos horizontes, la guerra se encargó de truncar sus proyectos y el régimen de Franco perpetuaría su estado de postración”¹²⁹

8.1. Las milicianas, mujer en vanguardia.

En la revista *Estampa* se ve claramente diferenciada la actitud de las mujeres en la guerra. Por un lado las milicianas y por otro las mujeres en retaguardia. Las milicianas gozaron de gran popularidad en *Estampa*, se las elogiaba mediante los artículos que paulatinamente fueron copando el espacio de la revista durante todo el verano del año 1936. Aparecían en casi todos los números de la misma, bien en la portada o bien en las páginas interiores mediante reportajes que mostraban su vida en la vanguardia. Las entrevistas a estas mujeres, muchas veces adolescentes, se convirtieron pronto en un importante foco de interés para el lector de *Estampa*; gran parte de ellas, estaban asociadas a organizaciones políticas de izquierdas antes de estallar la contienda. Además, las entrevistas y los reportajes las describían de forma paternalista, incluso “existen infinidad de relatos sobre el heroísmo de las milicianas (...) si bien se puede detectar un leve elemento de sorpresa en la reacción de los milicianos cuando describían los actos de combate directo y de valor (...) de los que habían sido testigos”¹³⁰. También se puede observar en muchos reportajes una división muy marcada del trabajo, lo que generaba cierto descontento entre las mujeres. A partir del año 1937, la aparición de milicianas en *Estampa* fue sustituida por las mujeres en retaguardia.

¹²⁷ A. AGUADO. “Ciudadanas y heroínas antifranquistas”. Pg 136.
<https://doaj.org/article/73b913ac7a8645ddbd4773f1085a7bd6>.

¹²⁸ B. ANDERSON, J. ZINSSER. *Historia de las mujeres, una historia propia*. ED. Crítica. Barcelona. 1998. Pg 1183.

¹²⁹ L. PALACIOS BAÑUELOS. “Mujeres de España, su labor asistencial, social y cultural”. *La albolafia. Revista de humanidades y cultura*. Nº 1. 2014. Pg 153.

¹³⁰ M. NASH. *Rojas, las mujeres republicanas en la Guerra Civil*. Ed. Santillana. 1999. Pg 160.



1 de agosto de 1936 N° 446



7 de agosto de 1936. N° 447.



26 de septiembre de 1936. N° 454. Pg 19.



8 de agosto de 1936. N° 447. Pg 10.

8.2 Los trabajos en la retaguardia.

Desde el comienzo de la Guerra Civil, las mujeres fueron consideradas como mano de obra de reserva. La obligada retirada del frente hizo que las mujeres encontrasen pronto otros quehaceres con los que ser útiles a la República, como el cuidado a los enfermos o el

trabajo en las fábricas. *Estampa* también se hizo eco de este cambio de situación de las mujeres y publicó mayor número de reportajes, de mujeres en fábricas y de jovencitas que se preparaban como enfermera; en muchos de ellos, aparecen familiares de importantes personajes de la República. Este tipo de reportajes suele clasificarse en aquellos en los cuales las mujeres realizan labores asistenciales —como cuidar de los niños en asilos—, las madres, —figura mitificada durante la *contienda*— y la valiosa ayuda que prestan las enfermeras —nacionales e internacionales— y no menos importante, las que ayudan en las fábricas.

- *Mientras los aviadores luchan heroicamente, sus esposas han creado un hogar- escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.* Artículo del número 488 sobre el pequeño asilo de niños huérfanos donde es voluntaria la hija de Indalecio Prieto: Conchita, “muy española, como su padre, una morena simpatiquísima (...) se ha unido con las mujeres de la republica para hacerse cargo de los niños del antiguo asilo y encaminar con su trabajo, la vieja institución hacia días luminosos y claros”¹³¹. La directora de este centro infantil es Constanza de Mora que es la que recibe al reportero, Emilio Fonet. Tiene 54 niños que provienen de Santa Susana, de las salesianas y de Villaverde. Matilde de la Torre, diputada por Asturias también ayuda en esta institución.

El voluntariado femenino en esta clase de centros hace que se cuestionen las restricciones de género tradicionales de la actividad de la mujer al hogar. Las instituciones de asistencia infantil son para Mary Nash establecimientos innovadores gracias a la convivencia de niños y niñas, pero “los reportajes y documentos gráficos muestran muy claramente la división sexual de los roles, con las chicas desempeñando labores domesticas, como coser y cocinar y los chicos realizando trabajo manuales”¹³².

- *Madres.* —Número 450— Son dos entrevistas a dos madres que tienen a sus hijos en el frente y que además deben sacar adelante a la poca familia que les queda; en un contexto como era el del Madrid de finales de 1936, donde el racionamiento, la malnutrición y las enfermedades eran lo habitual. Sin duda es un artículo de propaganda republicana en el que se mitifica la figura de la madre y su fortaleza tanto física por sacar adelante a su familia,

¹³¹ E. FORNET. “Mientras los aviadores luchan heroicamente, sus esposas han creado un hogar- escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas”. *Estampa*. Nº 488. Pg 7.

¹³² M. NASH. *Rojas, las mujeres republicanas en la Guerra Civil*. Ed. Santillana. 1999. Pg 214.

como moral —sabiendo que sus hijos estaban en el Frente— así como su capacidad de sacrificio al hacer que sus hijos lucharan en la Guerra.

Para Mary Nash, “la experiencia de sobrevivir a la guerra dio una nueva dimensión a los roles clásicos de madre y ama de casa, pues sus obligaciones se proyectaron sobre una comunidad más amplia, más allá de su familia cercana, que en muchas ocasiones abarcaba la población civil”¹³³.

- *Mujeres, alistaos al trabajo*. En el reportaje, aparecido en el número 455, se intercala una gran foto con una pancarta y dos mujeres a cada lado: “alistaos al trabajo mujeres. La guerra, la causa del pueblo os necesita. Os necesitan en el frente y en retaguardia”¹³⁴. El artículo muestra que se ha ocupado un hotel abandonado como sede y que todo ha sido organizado por el Comité Nacional de Mujeres Contra la Guerra y el Fascismo —creado en 1933, es una organización internacional con su sede central en París—. Entrevistan a la periodista gala Yvelin Kahan, “nuestra organización se dedica a desarrollar la lucha contra el fascismo en el mundo, en particular en aquellos países más directamente oprimidos por el fascismo”¹³⁵.

Según Mary Nash, “todas las organizaciones de mujeres consideraban que la incorporación de la mano de obra femenina a la producción era un ingrediente esencial para ganar la guerra”¹³⁶.

- *Enfermeras de alerta*. Se trata de un artículo sobre chicas madrileñas de 16 a 20 años que al no poder ir al Frente ayudan siendo enfermeras y estudian en una organización independiente de Cruz Roja durante un par de meses para realizar tareas de practicante. La Guerra Civil había generado cambios importantes en la Sanidad y en la asistencia social; se necesitaban enfermeras especializadas por la escasez derivada del conflicto bélico. Anteriormente, las monjas habían cubierto este papel en los hospitales pero con el estallido del conflicto, se retiraron por miedo a las represalias además de su inclinación por el bando sublevado.

Para cubrir esta necesidad, se crearon Escuelas de Enfermería en la zona republicana; el acceso para muchachas de clase obrera era más asequible pues la necesidad forzó a

¹³³ Op. Cit. Pg 203

¹³⁴ L. C. “mujeres, alistaos al trabajo”. *Estampa*. Nº 455. 3 de noviembre de .1936. Pg 10.

¹³⁵ Op. Cit. Pg 11.

¹³⁶ M. NASH. *Rojas, las mujeres republicanas en la Guerra Civil*. Ed. Santillana. 1999. Pg 180.

prescindir de requisitos académicos o a un mínimo de edad. Para Mary Nash, “en la retaguardia y en las trincheras, la enfermería era uno de los ámbitos más importantes de la movilización femenina”¹³⁷

• *Mujeres en el ejército popular*. Es un artículo de Jacinto Arias aparecido el 3 de enero de 1937, sobre unas mujeres que trabajan en un lavadero mecánico, lavando ropa para el Frente; tienen dos maquinas que lavan más de 6000 prendas al día. Todas las mujeres tienen familiares en el frente. De entre todos los trabajadores sólo hay seis hombres.



3 de enero de 1937. N° 471. Portada.

Tanto el artículo como la portada de éste número de *Estampa* se utiliza una estrella de cinco puntas como emblema.

¹³⁷ Op. Cit. Pg 215

MIENTRAS LOS AVIADORES LUCHAN HEROICAMENTE... SUS ESPOSAS HAN CREADO UN HOGAR-ESCUELA CON LA AYUDA DE OTRAS MUJERES REPUBLICANAS



Clases en uno de los hogares-escuela fundados por las mujeres republicanas.

Con el fin de tener un hogar-escuela para sus hijos, las mujeres republicanas han creado un hogar-escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Las mujeres republicanas, al haberse quedado solas en el hogar, han creado un hogar-escuela para sus hijos, con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Este hogar-escuela para de la calle de... no hay más que un momento de... las mujeres republicanas han creado un hogar-escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Las mujeres republicanas, al haberse quedado solas en el hogar, han creado un hogar-escuela para sus hijos, con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Este hogar-escuela para de la calle de... no hay más que un momento de... las mujeres republicanas han creado un hogar-escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Las mujeres republicanas, al haberse quedado solas en el hogar, han creado un hogar-escuela para sus hijos, con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Este hogar-escuela para de la calle de... no hay más que un momento de... las mujeres republicanas han creado un hogar-escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Las mujeres republicanas, al haberse quedado solas en el hogar, han creado un hogar-escuela para sus hijos, con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Este hogar-escuela para de la calle de... no hay más que un momento de... las mujeres republicanas han creado un hogar-escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.

© Biblioteca Nacional de España

15 de agosto de 1936. N° 488. Pg 7.



El hogar-escuela para de la calle de... no hay más que un momento de... las mujeres republicanas han creado un hogar-escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Las mujeres republicanas, al haberse quedado solas en el hogar, han creado un hogar-escuela para sus hijos, con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Este hogar-escuela para de la calle de... no hay más que un momento de... las mujeres republicanas han creado un hogar-escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Las mujeres republicanas, al haberse quedado solas en el hogar, han creado un hogar-escuela para sus hijos, con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Este hogar-escuela para de la calle de... no hay más que un momento de... las mujeres republicanas han creado un hogar-escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.

MADRES

Las mujeres republicanas, al haberse quedado solas en el hogar, han creado un hogar-escuela para sus hijos, con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Este hogar-escuela para de la calle de... no hay más que un momento de... las mujeres republicanas han creado un hogar-escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Las mujeres republicanas, al haberse quedado solas en el hogar, han creado un hogar-escuela para sus hijos, con la ayuda de otras mujeres republicanas.

© Biblioteca Nacional de España

29 de agosto de 1936. N° 450 Pg 7



ENFERMERAS DE "ALERTA"

Las enfermeras de "Alerta" son las mujeres que se dedican a cuidar a los heridos y enfermos en el campo de batalla. Son las mujeres que se dedican a cuidar a los heridos y enfermos en el campo de batalla.

CHICAS DE CATORCE A VEINTE AÑOS QUE QUIEREN SER ÚTILES A LA LUCHA

Las chicas de catorce a veinte años que quieren ser útiles a la lucha son las mujeres que se dedican a cuidar a los heridos y enfermos en el campo de batalla.

© Biblioteca Nacional de España

1 de mayo de 1937. N° 484. Pg 8



Las mujeres que se dedican a cuidar a los heridos y enfermos en el campo de batalla son las mujeres que se dedican a cuidar a los heridos y enfermos en el campo de batalla.

Este hogar-escuela para de la calle de... no hay más que un momento de... las mujeres republicanas han creado un hogar-escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Las mujeres republicanas, al haberse quedado solas en el hogar, han creado un hogar-escuela para sus hijos, con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Este hogar-escuela para de la calle de... no hay más que un momento de... las mujeres republicanas han creado un hogar-escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Las mujeres republicanas, al haberse quedado solas en el hogar, han creado un hogar-escuela para sus hijos, con la ayuda de otras mujeres republicanas.

Este hogar-escuela para de la calle de... no hay más que un momento de... las mujeres republicanas han creado un hogar-escuela con la ayuda de otras mujeres republicanas.

N° 455. 3 de noviembre de 1936. N° 455. Pg 10

Durante todo el desarrollo del conflicto, toma importancia la figura de Dolores Ibarruri. “Esta dirigente comunista simbolizó la resistencia antifascista no sólo para los miembros del PCE, sino para toda la izquierda. Su presencia era constante en la prensa, la radio y los mítines políticos”¹³⁸. Según Mary Nash, la *Pasionaria* significaba la “visión de la madre valiente y arrojada, pero exigente, que envolvía a todos los hombres españoles en su abrazo maternal”¹³⁹. Dolores Ibarruri no sólo asume la alegoría de las madres obreras sino también en cierto modo —de forma laica y revolucionaria— el papel de la Virgen María presente en el bando sublevado.

En *Estampa* aparece con relativa asiduidad Dolores Ibarruri, en forma de reportajes fotográficos; de entre ellos, destaca el trabajo físico que realiza para ayudar a la República, como en el siguiente reportaje:

- *La Pasionaria abre trincheras*. *Estampa* dedica su portada a esta mujer con fecha de 7 de noviembre de 1936; el artículo interior explica que todos los hombres y mujeres republicanos tienen que cavar trincheras para evitar el avance fascista. Habla de cómo los *señoritos* que se pretendían escabullir son obligados por los mozos obreros a trabajar “los señoritos después de un duro día de trabajo ¡quizá el primero de su vida! Agradecen a los jóvenes capataces (...) que les hayan arrebatado a su holganza para hacerles participar en una obra útil”¹⁴⁰.

La reportera describe lo sucedido con notables dosis de optimismo muy poco creíble en el artículo, como se observa en el párrafo anterior.

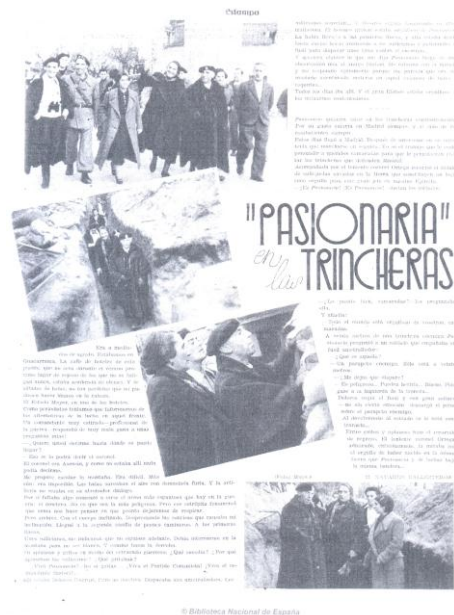
¹³⁸ M. MORENO SECO. “Las mujeres de la república y la Guerra Civil desde la perspectiva democrática actual.”. *Pasado y memoria*. Nº 6 2007. Pg 85.

¹³⁹ M. NASH. *Rojas, las mujeres republicanas en la Guerra Civil*. Ed. Santillana. 1999. Pg 103.

¹⁴⁰ I. WOLFF. “la Pasionaria abre trincheras”. *Estampa*. Nº 460. 7 de noviembre de 1936 Pg 2.



7 de noviembre de 1936. Nº 460.



3 de julio de 1937. Nº 480. Pg 15.

En el territorio sublevado muchas situaciones eran exactamente las mismas que en territorio republicano, como el mantenimiento de las mujeres en la retaguardia donde realizaron funciones alejadas de la línea defensiva, “en la crisis bélica, era una mezcla de *ángel del hogar* y de *esposa, madre y hermana colectiva*”¹⁴¹. Pero a diferencia de las milicianas republicanas, las sublevadas no combatieron en la vanguardia.

Son el único colectivo femenino de las que nada se sabe por *Estampa*, que evidentemente no tendrían ningún tipo de publicidad positiva dentro de la revista. Existen un par de artículos que habla sobre monjas, pero éstas, según los reporteros apoyan la causa republicana y rezan para que la guerra fratricida acabe.

Las mujeres de derechas se encuadraban en las organizaciones femeninas como la Sección Femenina, de la Falange y el Auxilio Social, recibiendo este último una atención muy destacada en los medios de comunicación del bando sublevado. “Este tipo de organizaciones ordenaban y controlaban la movilización de las mujeres, además serían las encargadas, una vez terminado el conflicto, de preparar su regreso al hogar y convertirlas en fieles defensoras del sistema que se estaba imponiendo”¹⁴². En este tipo de instituciones no

¹⁴¹F. GIL GASCON. “El uso propagandístico de la mujer nacional durante la Guerra Civil” *Index. Comunicación: Revista científica en el ámbito de la comunicación aplicada*. Vol. 4. Nº 1. 2014. Pg 156.
¹⁴² *Ibíd.*.

solo se encontraban las mujeres pertenecientes a la clase alta falangista, sino voluntarias de otras clases sociales.

A modo de conclusión, para las mujeres de la zona sublevada, la definición de femineidad pasaba por la “sumisión, fragilidad y espíritu de sacrificio que conectaba a la perfección con el mensaje difundido por la Iglesia Católica”¹⁴³ y para el Franquismo, “la mujer republicana debía ser borrada y silenciada para garantizar la destrucción de los valores democráticos y de izquierdas”¹⁴⁴, por ello muchas mujeres fueron encarceladas.

9. Estampa y su visión del deporte masculino.

Durante el último tercio del siglo XIX España es invadida por una nueva cultura de ocio de la que el ejercicio físico será la consecuencia más visible. “Fue en realidad un periodo de emergencia de la cultura del consumo en el que la cultura deportiva se transformó y se masificó”¹⁴⁵. Esta nueva forma de ocio es una de las consecuencias visibles de los llamados discursos de modernidad, que vinculaban la modernización con los cambios sociopolíticos, aunque su contenido será por lo general clasista y excluyente. Tímidamente comenzará en las ciudades la práctica deportiva, que estará ligada a la mesocracia urbana y “el deporte, que comienza siendo una ocupación de señores y señoritos, se divulgó y consolidó como un valor propio entre los diversos sectores burgueses de la sociedad, que hicieron tanto de su práctica como de su espectáculo una actividad habitual”¹⁴⁶.

La incorporación de la actividad física a la vida urbana coincide con la etapa de consolidación del capitalismo español; “el desarrollo del deporte en España hasta 1936 está intrínsecamente asociado a la modernización económica del periodo y forma parte de ella”¹⁴⁷.

En los años de la Dictadura se produce un auge del deporte de masas y pronto los nuevos deportes ocuparán en las revistas gráficas más espacio que los viejos espectáculos

¹⁴³C. GOMEZ CUESTA. “Entre la flecha y el altar, el adoctrinamiento femenino del franquismo”. *Cuadernos de Historia Contemporánea*. Vol. 31. 2009. Pg 299

¹⁴⁴M. RAMBLADO MINERO. “Madres de España- madres de la antiespaña”. *Entelequia: Revista interdisciplinar*. Nº 7. 2008. Pg 133.

¹⁴⁵X. PUJADAS I MARTÍ. “Prensa deporte y cultura de masas. El periodismo especializado en la expansión social del deporte en Cataluña.” *Historia y comunicación social*. Vol. 17. 2012. Pg 150

¹⁴⁶F. LAGARDERA OTERO. “Notas para una historia social del deporte en España”. *Historia de la educación: revista interuniversitaria*. Nº 14 – 15. 1995 – 1996. Pg 164.

¹⁴⁷A. BAHAMONDE MAGRO “la escalada del deporte en España en los orígenes de la sociedad de masas” en X. PUJADAS I MARTÍ. *Atletas y ciudadanos, Historia social del deporte en España, 1870 – 2010*. Ed. Alianza. Madrid 2011. Pg 95.

como los toros. Además los deportes se empiezan a mercantilizar y democratizar. Los estadios deportivos se transforman en espacios interclasistas. La reducción de la jornada laboral genera mayor tiempo libre y se produce el acceso de los trabajadores a los carnets de socio de los distintos clubs deportivos.

Paralelamente al auge del deporte hacen su aparición las revistas y los periódicos especializados que expandieron la cultura deportiva en España; igualmente, “el periodismo deportivo desempeñó una función básica y esencial en la construcción y difusión del deporte español”¹⁴⁸.

Sin embargo, gran parte de este tipo de publicaciones tuvieron una vida intermitente o efímera; destacando entre todos ellos los semanarios deportivos *As* —fundado por Luis Montiel— y *Campeón*, de Prensa Española; naciendo ambas en 1932 y truncada su edición al estallar la Guerra Civil. También existieron publicaciones cuyo nivel de actuación era regional como el caso de *Xut!*, con una larga vida y que “estaba redactado en catalán coloquial, de corte urbano, apartado de academicismos y mezclaba con toda naturalidad expresiones castellanas”¹⁴⁹, la *Rambla* —sustituta de *Nau Dels Sports*—, que “desarrolló campañas a favor de una cultura física popular para formar a la juventud en la práctica del deporte”¹⁵⁰, o *Euskadi*, “diario dirigido por Jacinto Miquelarena, que creó un estilo de crónica deportiva, de fino humor; el diario tuvo un gran éxito con la organización de la primera vuelta al país vasco en 1929”¹⁵¹. En 1934, a consecuencia del volumen de publicaciones, se creó la Agrupación de la Crítica Deportiva Madrileña.

No sólo en la prensa deportiva aparecían éste tipo de noticias, también lo hacían en las revistas gráficas como *Estampa* o *Crónica*, que nacen en un momento en el que el deporte ya estaba extendido en la sociedad, incluso los políticos de la época son fotografiados mientras lo practican o son preguntados por ello en las entrevistas que conceden. En *Estampa* aparecieron en al menos dos ocasiones reportajes sobre dirigentes políticos practicando deporte, aunque el primero de ellos fuera de naturaleza muy peculiar. Se publicó en el número 220, del 26 de marzo de 1932 bajo el título *Los hombres de Estado se dedican al deporte*. En el mismo aparecen distintas personalidades internacionales fotografiadas mientras practicaban deporte: MacDonald; el canciller alemán Bruning,

¹⁴⁸ A. BAHAMONDE MAGRO “la escalada del deporte en España en los orígenes de la sociedad de masas” en X. PUJADAS I MARTÍ. *Atletas y ciudadanos, Historia social del deporte en España, 1870 – 2010*. Ed. Alianza. Madrid 2011. Pg 110.

¹⁴⁹ M. L. BERASATEGUI. “Datos sobre prensa deportiva en Cataluña”. *Revista general de información y documentación*. Vol. 10. Nº 1. 2000. Pg 163.

¹⁵⁰ M. C. SEOANE. *Historia del periodismo en España*. Madrid. Ed. Alianza. 1996. Pg 503.

¹⁵¹ Op. Cit. Pg 384.

Khemat Pascha, Stalin o Massaryk. Sin embargo la extraña posición de las caras con respecto al cuerpo hace suponer que se trata de un reportaje manipulado, es decir de montajes fotográficos —se ve perfectamente en las fotografías dedicadas a Stalin y a Hoover —



26 de marzo de 1932. Nº 220. Pg 24

El 4 de julio de 1936 se publica una entrevista de Francisco Romero al ministro de industria Álvarez Buylla que habla de su paso por el mundo del fútbol, jugó en el Oviedo, Real Madrid y en el Español F. C. de Madrid. La modernidad que encarna el hecho de practicar deporte está presente en ambos artículos, pese a la naturaleza muy diferente de uno y otro.

9.1 El Fútbol y el futbolista.

Fue sin duda el deporte estrella de *Estampa*, pues se le dedicó gran cantidad de espacio desde el momento en que la revista vio la luz, y esto podría deberse a que al fútbol¹⁵² le correspondió vehiculizar la lenta pero progresiva deportivización de la clase trabajadora en España¹⁵², difundándose gracias a la prensa deportiva.

¹⁵² PF. LAGARDERA OTERO. “Notas para una historia social del deporte en España”. *Historia de la educación: revista interuniversitaria*. Nº 14 – 15. 1995 – 1996. Pg 164.

Los inicios del fútbol en nuestro país vienen de la mano de los extranjeros que se asientan en suelo peninsular. Tras la I Guerra Mundial, “se hace una presencia inevitable en la vida cotidiana a la vez que una forma de ocio de éxito entre las industrias culturales españolas”¹⁵³. Para que el fútbol pasase a ser un deporte profesional intervinieron dos circunstancias: en primer lugar la existencia de un patrimonio propio del club y en segundo el aumento exponencial del número de aficionados; “estos dos factores provocarán que durante ésta década se constate tanto en España como en el resto del continente europeo, un importante fenómeno de construcción de nuevos estadios, haciendo realidad la transformación del fútbol en un espectáculo de masas”¹⁵⁴.

En los años 20, el fútbol “se convirtió en el primer espectáculo de masas y señaló la convergencia hacia la especialización deportiva y la profesionalización”¹⁵⁵. El rol de jugador también sufrió variaciones a lo largo del tiempo. En un principio los futbolistas procedían de la aristocracia para transformarse posteriormente en jugadores de orígenes humildes que veían en el fútbol una oportunidad para medrar socialmente. A consecuencia de la escasez de encuentros la mayor parte del año se ideó la creación de una liga que en principio solo formarían los llamados clubs históricos, aquellos que al menos hubiesen ganado la Copa del Rey una vez —Real Madrid, Athletic de Bilbao, F. C. Barcelona, Real Unión de Irún, Real Sociedad de San Sebastian y el Arenas de Getxo—; lo que generó que el entonces presidente del Athletic de Madrid sugiriese la creación de una liga con 14 o 16 equipos. Tras una serie de acuerdos, se constituye la liga de fútbol, con dos divisiones, una primera con diez equipos y una segunda subdividida a su vez en dos categorías con diez equipos cada una. Esta nueva idea “captó el favor del público ya que durante muchos meses, la afición disfrutaba de un entretenimiento que le permitía llenar sus horas de ocio tanto los domingos como los días laborables”¹⁵⁶. Además, este deporte, materializa las virtudes masculinas encarnadas en el futbolista, cuyo rostro será largamente explotado en la prensa; son queridos y elogiados por los aficionados, porque en muchos casos provienen de un determinado lugar geográfico y de una misma clase social. En otros casos tienen un carácter determinado o unas virtudes y

¹⁵³J. URÍA. “Los deportes de masas en los años 20. Fútbol, élites simbólicas e imágenes de modernidad en España” En: *La réception des cultures populaires et des cultures de masses en Espagne (XVIIIe – XXe siècle)*.(ed)Salaün, S Y Etienvre, F. París. Sorbonne Nouvelle – crec. 2008. [ed. Electrónica: <http://http://crec-paris3.fr/wp-content/uploads/2011/07/actes-08-Uria.pdf>] Pg156.

¹⁵⁴J. A. SIMÓN SANJURJO. “La mercantilización del fútbol español en los años 20. de la implantación del profesionalismo al nacimiento del campeonato nacional de liga”. *Revista digital Esporte e sociedade*. Año 6. Nº 18. 2011. Pg 5.

¹⁵⁵PX. TOREBADELLA FLIX. “Repertorio bibliográfico del fútbol en España”. *Apuntes para el siglo XXI*. 2014. Pg 15.

¹⁵⁶J. M. BÁEZ Y PÉREZ DE TUDELA. “El Real Madrid y el origen del fútbol como espectáculo de masas”. *Historia y comunicación social*. Vol. 17. 2012. Pg167.

vicios que hacen que sus seguidores puedan verse reflejados en ellos. Así los futbolistas, “encarnaban los nuevos valores sociales, los mas populares se convierten en verdaderas *élites simbólicas*, en la medida que encarnan grupos o individuos que ocupan un lugar esencial en la sociedad por su influencia (...) actuando como auténticos catalizadores sociales que aceleran o retardan el cambio social”¹⁵⁷. También encarnan la fraternidad del grupo, el respeto a los valores democráticos, representa la juventud, la plenitud productiva o la promoción social.

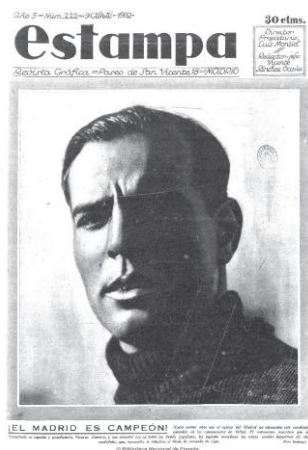


20 de marzo de 1928. p 47.

Muchos de ellos, como Ricardo Zamora, se convirtieron en figuras a imitar porque consolidaban “las cualidades musculadas de la fuerza, la violencia, o el vigor físico, que, acompañado de un modo arquetípico la cultura y la exaltación de los ideales gimnásticos que (...) se acentúan ahora haciendo del cuerpo un objeto de nueva atención como depósito de la esencia masculina”¹⁵⁸.

¹⁵⁷ J. URÍA. “iconos de masculinidad. Los años 20 y los ases del fútbol español” en M. NASH, *Feminidades y masculinidades*. Ed. Alianza. Madrid 2014. p 171.

¹⁵⁸ J. URÍA. “iconos de masculinidad. Los años 20 y los ases del fútbol español” en M. NASH, *Feminidades y masculinidades*. Ed. Alianza. Madrid 2014. p 176.



9 de abril de 1932. N° 222.



25 de marzo de 1930. N° 115. p.31.

Durante los años 30 no sólo importaba la faceta deportiva del futbolista profesional, además “la vida de los futbolistas interesaba a los aficionados y empezaron a difundirse noticias sobre sus gustos, sus relaciones familiares y todo cuanto tuviera relación con estos famosos personajes”¹⁵⁹. Por ejemplo, el caso de Paco Bienzobas jugador del Osasuna. Es retratado y entrevistado por Miguel Pola para *Estampa* en el número 424 con fecha de 29 de febrero de 1936, con el título *El futbolista Bienzobas se hace guardia municipal*, donde comenta su intención de dejar de lado su carrera futbolística —justo el año en que el Osasuna baja a 2ª división —para ser guardia municipal en San Sebastian.



29 de febrero de 1936. N° 424. Pg 26.

¹⁵⁹ J. M. BÁEZ Y PÉREZ DE TUDELA. “El Real Madrid y el origen del fútbol como espectáculo de masas”. *Historia y comunicación social*. Vol. 17. 2012. Pg 177.

9.2 Boxeo.

Al igual que el fútbol, el boxeo fue otro de los deportes con gran número de aficionados; “probablemente, aparte de la costumbre de copiar las modas americanas, la afición al boxeo se vería notablemente incrementada por los éxitos meteóricos del Guipuzcoano Paulino Uzcudum”¹⁶⁰. El aizcolari Uzcudum tuvo una sucesión de victorias desde 1922 a 1926, proclamándose campeón en 1926 tras vencer al italiano Erminio Spalla y dando el salto a América al año siguiente.

Muchos de los artículos de boxeo aparecidos en *Estampa* son entrevistas o reportajes a la figura del vasco Uzcudum; pero también se hacen reportajes a otros púgiles como Ángel García Sobral, el Tigre de Alfara o a Gabiola. De éste último se informará de su muerte en el ring mientras luchaba con Luis Logan, en el número 144 de *Estampa*, mediante una entrevista al presidente de la comisión de árbitros y cronometradores, Eduardo Gascó y que firmó A. Sánchez García.



10 de julio de 1928. p 41.



10 de marzo de 1934. N ° 322.p 31

¹⁶⁰J. L. VILA SAN JUÁN. *La vida cotidiana en España durante la dictadura de Primo de Rivera*. Ed. Argos Vergara. 1984. Pg129.

Es un deporte elitista que retrata al clásico caballero aristocrático o de la alta burguesía; estos hombres se diferencian de otros deportistas por los modales exquisitos propios de su clase social, así como su forma de vestir elegante y cuidada. En este caso, los tenistas visten siempre de color blanco que complementan con accesorios como cinturones o con el famoso polo L.12.12, comercializado por René Lacoste en 1927, sustituyendo al antiguo blazer de manga larga que hasta finales de los años 20 utilizaban los tenistas.



9 de abril de 1932. N° 222. p 43.



21 de enero de 1930. N° 106. p 41

10. Publicidad masculina.

La publicidad dirigida al público masculino se encuentra en menor número en *Estampa* que la dedicada a las mujeres y se caracteriza por anunciar artículos más prácticos que las vanidades dirigidas al *bello sexo*; son artículos de uso diario, como productos de aseo o de ocio. Sin embargo, no aparece ninguna referencia a tiendas de ropa masculina o anuncios publicitando este tipo de prendas, al contrario que los anuncios destinados a las mujeres. Pero sí existen, aunque su aparición sea en contadas ocasiones, anuncios sobre joyas masculinas como relojes o gemelos. Como se ha visto anteriormente, la mayor parte del volumen total de anuncios son ilustraciones en vez de fotomontajes.

La publicidad masculina puede clasificarse según el significado que se extrae de los anuncios.

10.1 La fuerza y el vigor masculino.



27 de mayo de 1933. N° 281. p 31



1 de enero de 1929. N° 53. p22

El primer anuncio es de la marca Cerebrino Mandry, un medicamento con ácido acetilsalicílico, paracetamol y cafeína; donde se muestra la potencia y el vigor masculino, representado por un hombre joven, musculoso y desnudo que se enfrenta a la representación demoníaca de lo que parece el dolor, que además está perdiendo el combate. En el propio símbolo de la marca aparece un hombre en actitud imperativa, que demuestra poder, para que el receptor compre el producto.

El segundo anuncio pertenece a la marca de Jarabe Resyl. En él se observa la imagen de un pecho masculino siendo martilleado por un mazo. El jarabe Resyl era un medicamento reconstituyente que utilizó esta imagen para mostrar la fuerza recuperada de aquellos que tomasen este producto. Además, en el mismo anuncio se puede leer: *pecho de acero, para permanecer insensible a los ataques del mal tiempo*. En los años 20, la sensibilidad aún se relacionaba con la debilidad que se creía connatural a las mujeres frente a la robustez y el vigor propio de los hombres y con esta leyenda, el anunciante deja clara la valía de su producto al fundir la idea de un torso masculino fuerte con el producto que se pretende comercializar.

10.2 productos para higiene masculina.

Este tipo de anuncios son los que se encuentran en mayor número durante toda la vida de *Estampa*. En ellos, como es lógico, siempre aparecen hombres bien aseados y en algunas ocasiones vistiendo a la moda.



23 de octubre de 1928. N° 43. p 8.



4 de noviembre de 1930. N° 147. p 18.

Dentro de éste grupo de anuncios habría que diferenciar aquellos en los que, mediante un dibujo, se muestra al hombre en el momento en que se asea; como en el de Jabón Gal para la barba, donde se puede ver a un hombre, con un cuidado corte de pelo, afeitándose con el producto que publicita mientras mira a los lectores; o el de Vasconcel, un anuncio innovador porque tanto el hombre como la mujer utilizan el mismo tipo de cosmético en un contexto como el de la II República española donde todavía era infrecuente la comercialización de productos unisex. El mensaje comercial diferencia el uso del producto; siendo útil para los hombres, que lo utilizaban tras el afeitado — se puede ver en el dibujo un espejo y lo que parece ser unas cuchillas de afeitar— y teniendo un uso frívolo para las mujeres — por presencia de maquillaje en la mesa de la chica —



24 de noviembre de 1934. Nº 350 p2



7 de febrero de 1931. Nº 161. p 14



22 de octubre de 1929. Nº 93. p 14.

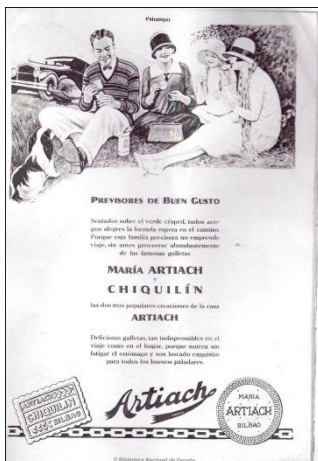
Un segundo conjunto de anuncios mostraría al hombre ya aseado como en este anuncio de Jabón Gal, que muestra a un caballero limpio y vestido a la moda que por su vestimenta pertenece a la clase burguesa por el uso del bastón y del sombrero. En este anuncio se utiliza el contrapicado para dar cierta imagen del poder del hombre. Además, en segundo plano aparece una foto de productos de aseo masculino, junto a la leyenda *corrección completa* en clara referencia a la forma de vestir y al aseo del caballero.

Otros ejemplos los encontramos tanto en el anuncio de Fixol, que muestra la imagen de un hombre examinando su aspecto en el espejo retrovisor de su automóvil, seguramente a la espera de su pareja. Como el de Varón Dandy, dirigido a un público aristocrático — *actitud principesca, predominio de elegancia y encumbramiento de simpatía*— donde

aparece un aristócrata elegantemente vestido, con complementos tan evocadores de su clase social como son el sombrero de copa y el monóculo.

Son anuncios en los que se usa el prestigio de las clases altas para vender productos. El aseo masculino es visto como una distinción de clase, en una época donde gran parte de la población no observaba una higiene diaria ni contaba con lujos como perfumes o cosméticos masculinos; dicha distinción se puede ver en la ropa y los objetos que llevan los tres hombres así como el automóvil que es un claro signo excluyente. Se trata de publicidad en la que se pone en primer plano a un sector reducido del público como son la clase burguesa y la aristocracia, aunque se trate de seducir también a otros sectores de la sociedad.

10.3 El cabeza de familia.



19 de marzo de 1929. N° 63. p 16



28 de marzo de 1936. N° 428.p 22.

Estos dos anuncios tienen en común a la familia como método de captación de clientes, pues en ambos los artículos que anuncian son aptos para el consumo de toda la familia. En el primero de ellos, de la firma galletera Artiach, se observa a toda la familia disfrutando de una agradable merienda en el campo. El segundo, de Hipofosfitos salud, muestra a un hombre en la mesa antes de la comida — al que su sumisa mujer sirve este reconstituyente —, el anuncio recalca la figura paterna en la familia. Estos anuncios tienen en común la idea patriarcal, de raíz bíblica del hombre como principal figura del hogar al

que las mujeres de la casa así como los niños tienen que servir sumisamente; además de que insta a los hombres a crear la unidad familiar y a no permanecer en la soltería.

10.4. El deportista.

Otro estereotipo masculino por excelencia es el del deportista. El deporte era una actividad beneficiosa para la salud y en apariencia excluyente para el sexo femenino, que sólo podía realizar aquellos ejercicios físicos que fuesen acordes con lo que se suponía adecuado a la sensibilidad y la naturaleza femenina.

En el Juego o en el Trabajo

Después del trabajo o del ejercicio violento, nuestros músculos quedan adoloridos y estropeados. Necesitan entonarse, repararse, y que la sangre corra libremente. El Linimento de Sloan penetra rápidamente, deshaciendo la congestión que causa el dolor, y al restaurar la buena circulación de la sangre, el dolor desaparece. No podemos evitar el trabajo, pero si podemos evitar que el cansancio y la tirantez muscular nos agobien. Siempre podemos recurrir al Linimento de Sloan, que todo el mundo ha encontrado ser el gran remedio para toda clase de dolores corporales. Téngalo a mano en casa, en el taller, en el club o cuando viaje.



Linimento de Sloan
mata dolores

4 de diciembre de 1928. N° 49. Pg 8.

Una bebida pura de sabor y aroma naturales...
un verdadero regalo del paladar

En las montañas, después de un día de fatiga, nada rejuvenece más que un vaso de Coca-Cola. ¡Bébelo!

¡BEBE! hoy mismo en el café o bar que prefieres. ¡No encontrarás nada tan delicioso para beber como un vaso de Coca-Cola! ¡Bébelo!

Coca-Cola es una bebida sana y absolutamente pura en su composición. Contiene los productos naturales de varias frutas. ¡Bébelo!

¡Bébelo!

¡Bébelo!

Coca-Cola
LA BEBIDA DELICIOSA

12 de agosto de 1930 N° 135. p 2.

FUENTE DE SALUD

es la gimnasia y el deporte; y adecuado complemento de ellos, las fricciones de

AGUA DE COLONIA AÑEJA

Sus propiedades higiénicas y estimulantes residen en su pureza -contiene esencias naturales de plantas, de frutas y de flores-, y en su fuerza alcohólica -se compone de alcohol neutro de 90 grados-.

Prepara un exquisito bienestar: vigor a los músculos, temple a los nervios, perfume a la piel.

FRASCO, 2,50 LITRO, 15 PTAS. EN TODA ESPAÑA

PERFUMERÍA GAL... MADRID

26 de noviembre de 1929. N° 98.p2

En el primero de ellos, de Linimento de Sloan, se explican los usos de este medicamento contra el dolor muscular mediante los ejemplos del deportista y del trabajador. El esfuerzo al que se tienen que someter al cuerpo todos los días; también “se provoca una amalgama entre la iconografía del trabajo y la del deporte, superponiendo por fusión visual los campos de significado, tradicionalmente asociados a ambas actividades”¹⁶².

El segundo anuncio, de la empresa Coca Cola, utiliza como reclamo a los ídolos de la época, a los deportistas de éxito así como a las estrellas de cine. El deporte se presenta como llave para la promoción social. Por último, un anuncio de Agua de colonia añeja que equipara las técnicas deportistas provenientes del higienismo con la salud.

10. 5. El fumador.

Como explica Teresa Salvador-Llivina “La producción masiva de cigarrillos manufacturados hizo, por primera vez, accesibles los precios del tabaco para el gran público, a la vez que el incremento exponencial de las ventas, convertía la venta de tabaco en un negocio altamente rentable para los productores”¹⁶³. No sólo se convirtió el tabaco en un

¹⁶²J. URÍA. “imágenes de la masculinidad. El futbol español en los años 20”. *Ayer*. N° 72. 2008. Pg 141

¹⁶³T. SALVADOR-LLIVINA. “Condicionantes del consumo de tabaco en España”. En E. BECOÑA (coord.) *Libro blanco de prevención del tabaquismo*. Barcelona: Glosa Ediciones, 1998. Pg 216

gran negocio sino también el papel de fumar, ya que proliferaron bastantes firmas de este producto, muchas de las cuales aparecían publicitadas en *Estampa*, como el papel Marfil o Bambú. La aparición de estos se sitúa a lo largo de toda la revista, siendo escasos o no apareciendo en las secciones femeninas de *Estampa* ya que el fumar cigarrillos era una actividad principalmente dirigida al de hombre, aunque algunas mujeres también fumasen, en aquella época ésta era una conducta tachable en una mujer. El mostrar a un hombre con sombrero o peinado a la moda ya indica a quién va dirigido preferentemente el anuncio, a un público masculino de clase media o alta; tratándose de un anuncio excluyente para las mujeres.



14 de marzo de 1929. Nº 70. Pg 31.



8 de agosto de 1936. Pg 20

11. La Guerra Civil y el arquetipo de soldado republicano

Desde el primer momento la República publicitó la multitud de alistamientos, tanto de hombres como de mujeres; pero el mito de la movilización espontánea y en masa en la zona republicana no refleja una realidad —sí en el caso de los voluntarios de las brigadas internacionales—. Se difundió un ideal de joven héroe comprometido con la República que en muchos casos no se ajustó a la realidad, y aunque algunos sí se alistaron con esa intención eran una minoría, siendo “estos combatientes voluntarios politizados que conocían íntimamente la importancia de la llamada *Causa*”¹⁶⁴. Al no contar con los efectivos suficientes para el ejército republicano, el Gobierno llevó a cabo la movilización forzosa por falta de voluntarios, de manera que “el sistema de reclutamiento empleado en plena guerra

¹⁶⁴J. MATTHEWS. “Moral y motivación de los movilizados forzosos del ejército popular de la república en la guerra civil”. *Studia histórica, Historia Contemporánea*. Nº 24. 2006. Pg 84.

se basaba fuertemente en el ya existente bajo la monarquía y la dictadura de Primo de Rivera”¹⁶⁵. Sin embargo, también se dieron casos de desertores, en la mayor parte por motivos personales y no por política — lealtad a la familia antes que al país—. No solo desertaban los quintos obligados.

La propaganda Pro República aparecía tanto en la prensa como en la cartelería; proviniendo en algunos casos del ámbito internacional, como es el caso de la URSS, que vio en la guerra la ocasión perfecta para difundir su modelo comunista. “La prensa republicana propagó una común identidad antifascista, del pueblo patriótico en armas contra el enemigo criminal por su traición al orden legal y su agresión a las reglas del derecho”¹⁶⁶. Otra cuestión muy utilizado en la prensa —siendo éste el caso de *Estampa*— fue la difusión de la vida tanto en el frente como en retaguardia, con la publicación de amplios reportajes; además de mostrar el modo de vida de la nueva Rusia o “la frecuente aparición en los medios de personalidades españolas del mundo de la cultura y la política que opinaban sobre la Rusia de los soviets, alabando el sistema soviético y llegando en ocasiones a tachar de contrarrevolucionarios a los enemigos de la URSS”¹⁶⁷. Pero como explica B. De Las Heras Herrero, “ fue tal el nivel de explotación propagandística que, incluso la prensa de la época criticó durante el gobierno republicano por estar más concentrado en hacer grandes campañas que mostrar visualmente las maldades facciosas y las bondades antifascistas que en el propio desarrollo militar de la contienda”¹⁶⁸.

Por otra parte, la URSS utilizó una doble línea de propaganda hacia España: “Por un lado está la que podríamos llamar la *línea oficial*, es decir, la política de Frente Popular, sujeta a las necesidades internacionales del momento, orientadas a frenar la amenaza fascista (...). Al mismo tiempo (...) se llevó a cabo una línea distinta de propaganda destinada a difundir los logros socialistas conseguidos por la URSS”¹⁶⁹.

En muchos de los artículos aparecidos en los últimos dos años de vida de *Estampa* se proyectó una nueva visión de la masculinidad mediante la entrevista a soldados o los reportajes del frente; se utilizan términos como patriotismo o solidaridad.

¹⁶⁵Op. Cit. Pg 85.

¹⁶⁶F. SEVILLANO CALERO. “la propaganda y la construcción de la cultura de guerra en España durante la Guerra Civil”.*Studia histórica, Historia Contemporánea*. Nº 32. 2014. Pg 227.

¹⁶⁷M. VAZQUEZ LIÑÁN. “los mensajes de la propaganda soviética durante la Guerra Civil española”.*Eúphoros*. Nº 6. 2003. Pg 71.

¹⁶⁸B. DE LAS HERAS HERRERO. *Lo visual como fuente de la historia de nuestro tiempo*.[Novísima](#): II Congreso Internacional de Historia de Nuestro Tiempo. 2010.Pg 176.

¹⁶⁹M. VAZQUEZ LIÑÁN. “los mensajes de la propaganda soviética durante la Guerra Civil española”.*Eúphoros*. Nº 6. 2003. Pg 69.

El patriotismo puede observarse con relativa asiduidad en los ejemplares de *Estampa* de la Guerra Civil:

- En el N° 456 del 10 de octubre de 1936, donde aparece una entrevista a la Columna de París, formada por españoles residentes en Francia, que muestra el apego a la Patria al acudir a la Guerra de España: “somos la representación española de París a la disposición del frente popular de la España republicana”¹⁷⁰. Explican que han venido a España “para que nuestro apoyo coadyuve al afianzamiento de la paz universal. Nosotros lucharemos aquí hasta el fin, hasta terminar esta guerra que debe ser la última del fascismo”¹⁷¹. Se trata a la vez de un sentimiento patriótico y de solidaridad para con el pueblo español.

- La noticia aparecida en el N° 470 con fecha de 23 de enero de 1937, bajo el nombre *En nombre de Thaelman, grandeza y ejemplo de un batallón del pueblo*, donde se habla de los héroes que lidera el antifascista alemán Ernesto Thaelman, que no abandonan a su pueblo y que lo protegen; alaba su compromiso con la república y su fortaleza incluso cuando el cansancio hace mella en ellos.

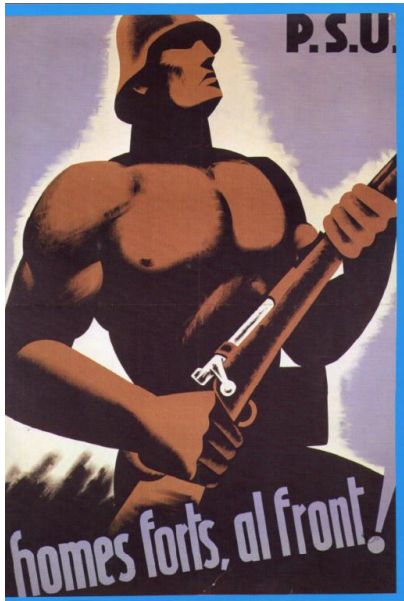
- En este mismo número encontramos el reportaje *Héroes de la aviación de la republicana*, donde se emplean términos como jinetes aguerridos, que vuelan con los Chatos. Habla el militar Emilio Masero, —héroe de la sublevación de 1930—sobre los “millares de muchachos enamorados de su república se entregan actualmente al aprendizaje de la técnica aviatoria”¹⁷²

La solidaridad será representada repetidamente con reportajes sobre las brigadas internacionales. Sin embargo, será en las portadas de *Estampa* donde se pueda encontrar el estereotipo de soldado republicano. En las entrevistas y reportajes se reproduce una imagen del héroe embellecida por los periodistas, para mejorar la imagen de los soldados. Y no sólo los periodistas utilizan esta manipulación de la realidad, también se puede observar en la cartelería:

¹⁷⁰ E. FORNET. “La columna de París está formada por españoles residentes en Francia”. *Estampa*. 10 de octubre de 1936. N° 456. P 23.

¹⁷¹ *Ibíd.*.

¹⁷² *Ibíd.*



173



22 de mayo de 1937.

En todo caso, existe una diferenciación entre el estereotipo masculino de soldado de las fotografías y el de la cartelería. En este último caso se ha querido representar al soldado republicano como un hombre musculoso y recio que se enfrenta al enemigo y a la muerte sin otra protección que su arma y su casco, en una representación heroica, como si se tratara de un coloso. El estilo gráfico recuerda al usado en la propaganda soviética en un tipo de carteles que pretendía aumentar la moral del pueblo republicano. Por su parte el verdadero soldado republicano que aparece en esta portada de *Estampa*, que se adivina mucho menos musculoso que el del cartel, aparece pertrechado con un grueso abrigo y se muestran sus rasgos faciales, los de un soldado concreto y real, frente al esquematismo del cartel, representando este último la lucha gigantesca de todos los soldados republicanos.

¹⁷³J. DE ANDRES. *Atlas ilustrado; carteles de la Guerra Civil española*. Ed. Susaeta. 2010. PG 148.

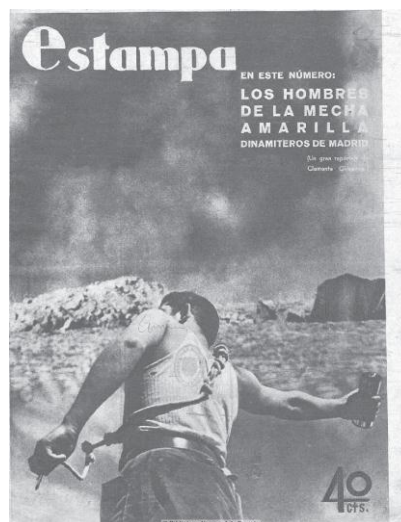


2 de octubre de 1937. Nº 505.

Esta otra portada es un fotomontaje que muestra un homenaje de las Juventudes Socialistas Unificadas —que habían incautado los talleres de *Estampa* al inicio de la Guerra Civil — al Ejército del Pueblo. Aparece en primer término un muchacho joven y atlético; una suerte de Hombre Nuevo cuya naturaleza superior se mostraba en su físico atlético; además, “la fascinación de la imagen saludable del deportista parecía desmentir con su esplendor todos los vicios reales o supuestos de una nación”¹⁷⁴.



3 de octubre de 1936. Nº 455.



10 de julio de 1937.

¹⁷⁴J. URÍA. “imágenes de la masculinidad. El futbol español en los años 20”. *Ayer*. Nº 72. 2008. Pg 154.

La primera de estas dos portadas muestra a un joven soldado colocando un cartel sobre el decálogo del joven combatiente. El hecho de que se fotografíe a un joven puede entenderse como una representación de la pujanza de la juventud, de sus ideales revolucionarios pero también de la inexperiencia y la ingenuidad. En la segunda se puede ver a un hombre musculoso de espaldas, cuyo rostro no puede percibirse. Es un soldado anónimo, la encarnación de todos los soldados republicanos y al mismo tiempo una figura que puede permitir a las personas de la retaguardia recordar a sus parientes en el frente.



15 de agosto de 1936



17 de abril de 1937



175

En cuanto a las fuerzas aéreas republicanas, éstas contaron en un principio con mayor número de efectivos, pero los aviones se encontraban muy anticuados. La participación extranjera fue la clave, pero estos pilotos operaban con cierta autonomía respecto a los mandos españoles. Sin embargo, “en 1937 la aviación es ya un factor determinante en las batallas”¹⁷⁶, hecho que confería al bando sublevado la superioridad aérea al contar con aeronaves mas modernas, como el Savoia SM 81, o el Heinkel.

Los aviadores son presentados como héroes en los reportajes que aparecen en *Estampa*. En el primer caso se puede ver a un aviador con una niña que probablemente sea su propia hija, con lo que se muestra el lado mas humano de los pilotos y su deseo de que la Guerra acabe pronto para volver con su familia —son vistos como defensores de la Sociedad frente al opresor fascista—. En la siguiente portada, del número 519 del 17 de abril de 1937 aparece la leyenda *como mueren los heroicos pilotos de la republica. Un gran reportaje de navarro ballesteros en este número de estampa especialmente dedicado a la gloriosa aviación republicana*. Muestra en primer término a tres pilotos de la aviación

¹⁷⁵ J. DE ANDRES. *Atlas ilustrado; carteles de la Guerra Civil española*. Ed. Susaeta. 2010. Pg 211

¹⁷⁶ J. DE ANDRES, J. CUELLAR. *Atlas ilustrado de la Guerra Civil española*. Ed. Susaeta. 2005. Pg 138.

republicana con aspecto orgulloso por defender la República y en segundo término se muestran sus aviones. Esta última portada se puede entroncar con el cartel de Arturo Ballester llamado *Loor a los héroes*, donde aparece los aviones con forma antropomorfa, que muestra el mito de Ícaro que vuela hacia el sol, encarnado este último por el poder sublevado. Ícaro —el soldado republicano— se atreve a mirar al Sol, —que es la Derecha sublevada— como un valor revolucionario y como defensa del legítimo gobierno de España.

A modo de conclusión, “en el caso concreto de las imágenes fotográficas no solo se entendían como elemento propagandístico sino también por ser el medio más cercano a la realidad, como soporte contenedor de información privilegiada que no podía caer en manos del enemigo”¹⁷⁷.

12. Recapitulación

Este trabajo se ha realizado analizando todos los números de la revista *Estampa* comprendidos desde 1928 a 1938 mediante el uso de la Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de España. Los primeros puntos de este estudio se han centrado en la exposición de la historia de la prensa en la España del primer tercio del siglo, junto con una breve explicación sobre las revistas gráficas contemporáneas a *Estampa*. El principal tema del trabajo —los estereotipos presentes en las distintas secciones de *Estampa*— se ha dividido por géneros, siendo el estereotipo femenino el primero en analizarse.

En cuanto al primer punto, la prensa era utilizada en los primeros tercios del siglo XX como medio de comunicación. Era empleada para influenciar a las distintas capas sociales, sobre todo en cuestiones referidas a la política estatal, lo cual generó la imposición de la censura y en ocasiones la suspensión de periódicos. Desde la época primorriverista hasta el estallido de la Guerra Civil se puede observar una importante relación de la prensa diaria con los partidos políticos, aunque no necesariamente fueran órgano oficial de los mismos. Los periódicos eran afines a determinadas agrupaciones y prácticamente no había diario que se mantuviese independiente de la política española. Durante la Guerra Civil ambos bandos contaban con sus propias infraestructuras de comunicaciones y propaganda, contando tanto con prensa diaria como con revistas propagandísticas —como *El Mono Azul*

¹⁷⁷ B. DE LAS HERAS HERRERO. *Lo visual como fuente de la historia de nuestro tiempo*. [Novísima](#): II Congreso Internacional de Historia de Nuestro Tiempo. 2010. Pg 177.

o *Vértice*—. Los dos bandos no vieron con buenos ojos a los corresponsales de guerra y en ambos casos se les impuso la censura.

Las revistas gráficas son un gran éxito a principios de siglo y en los años posteriores; incluso grandes autores españoles colaboraban para este tipo de revistas, que son creadas para un público burgués pero cuya influencia llegaba a todas las capas sociales. De entre todas ellas destacan *Crónica* y *Estampa*, revistas rivales con muchas similitudes entre sí, con vida periodística paralela. *Estampa* aparece en 1928 y contaba con secciones para toda la familia, incluyendo el cómic *Pipo y Pipa* para los niños; su estilo fue copiado por su diseñador, Antonio González Linares, de las revistas francesas. Durante sus diez años de vida fue la principal competidora de *Crónica*; ambas contaban con secciones similares y eran de publicación semanal. Fueron también rivales en cuestiones políticas, siendo *Estampa* más conservadora que *Crónica*. Ambas publicaciones fueron incautadas al estallar la Guerra Civil y utilizadas como instrumentos propagandísticos por el bando republicano.

De los estereotipos femeninos que se pueden analizar en esta revista gráfica se han elegido aquellos que tratan sobre la moda femenina, la mujer en el deporte y la Guerra Civil desde la perspectiva femenina. También se han analizado anuncios publicitarios sobre el papel de la mujer en la sociedad republicana. En el presente trabajo se ha excluido el análisis de la mujer en el cine y el teatro por razones de espacio.

La II República supuso la modernización de la situación sociopolítica de las mujeres españolas, muchas de las cuales se incorporaron a organizaciones políticas; sin embargo, el pensamiento tradicional que aun existía en la sociedad española hacía que muchas mujeres solo pensasen en el matrimonio o en la entrada en un convento. A finales de los años 20 aparece un nuevo tipo de mujer, la Mujer Moderna, que se caracterizaba por su actitud transgresora, tanto en su forma de vestir como en su pensamiento, que intentan romper con los roles de género impuestos. Se trata de una forma de rebelarse contra el estilo de vida impuesto por los hombres; en la génesis de este nuevo tipo de mujer y de su apariencia se encuentran modistas que innovaron en la moda como Cocó Chanel o Elsa Schiaparelli — entre otros—.

La revista *Estampa* contaba con una sección semanal dedicada a las mujeres, donde se les daba consejos sobre moda, decoración del hogar o educación de los niños. Fueron tres las colaboradoras de la sección de mujeres (M^a Teresa Fontanar, Magda Donato y Marlén). Las tres muestran una actitud conservadora en sus artículos, incluyendo a Magda Donato que se caracterizaba por su discurso feminista, que apenas aparece en sus colaboraciones. Además de esta sección aparecían cada cierto tiempo en *Estampa* reportajes escritos por

hombres, con un lenguaje paternalista, sobre cuestiones femeninas como peluquería, manicura o vestidos de novia. Estos reportajes servían para enseñar a las mujeres los modelos de comportamiento que corresponden a su sexo y las conductas que se alejasen socialmente de ellos.

La publicidad aparecida en *Estampa* también era otro punto de referencia para la educación social de las mujeres. Los anuncios analizados son un retrato de la sociedad femenina de la época; van dirigidos en buena medida a un público burgués pero su influencia llegaba a todas las capas sociales. Se ha podido observar dos tipos antagónicos de modelo femenino en la publicidad; por un lado los anuncios de corte conservador, que recuerdan a las mujeres sus objetivos vitales: la reproducción y la formación de una familia. Existen algunos que apelan a la españolidad de las mujeres mediante la utilización de estereotipos de lo español. Son escasos los anuncios que muestran otro estilo de vida femenina, cercanos a la mujer moderna; es decir publicidad que muestre a la mujer conduciendo, trabajando o haciendo deporte.

Por otra parte, durante la década de los años 30 el deporte sufrió un proceso de lenta incorporación femenina que en general no fue bien visto por los sectores conservadores. Aunque sólo se les permitía a las mujeres el ejercicio de determinados deportes, la práctica del ejercicio físico tuvo buena acogida entre las españolas. Es en ésta época cuando aparecen las primeras muestras del asociacionismo femenino deportivo español, como el Club Femení y el Sports. En *Estampa* era frecuente encontrar reportajes sobre deportistas, aunque los periodistas escribían siempre estos reportajes con un estilo paternalista; en muchos casos estos reporteros se quejan de la pérdida de la feminidad al realizar ejercicio físico. En todo caso la Guerra Civil y el posterior Franquismo cortaron de raíz las expectativas deportivas de muchas mujeres.

Al comienzo de la contienda cobra especial relevancia la figura de la miliciana, mujer republicana que con su decisión de luchar en el frente desafía los roles de género. Son las protagonistas de los primeros meses de la guerra y *Estampa* dedica gran cobertura a esta figura. Pero en otoño de 1936 las mujeres situadas en la vanguardia bélica son obligadas a retroceder a la retaguardia, acusándolas de ejercer la prostitución y de ser inútiles como soldados en el frente. Sólo a las mujeres que ejercían de enfermeras o que realizaban tareas secundarias se les permitió seguir en el frente. Desde ese momento las mujeres en la retaguardia llevaron a cabo tareas como evacuaciones, cuidado de niños y enfermos o trabajos en las fábricas.

Debe tenerse en cuenta que *Estampa* fue requisada por la JSU —Juventudes Socialistas Unificadas— y convertida en su órgano periodístico de propaganda bélica; son muy numerosos los reportajes dedicados a las mujeres en la guerra, tanto en vanguardia como posteriormente en retaguardia. En esta revista apareció con asiduidad la dirigente comunista Dolores Ibarruri colaborando en trabajos de retaguardia. Sin embargo, como cabía esperar, no se hace ninguna mención en *Estampa* a las mujeres que apoyaban la causa fascista, que compartían el mismo destino en retaguardia que sus homólogas republicanas.

Sobre los estereotipos masculinos se han analizado las secciones deportivas dedicadas al fútbol, tenis y boxeo y los reportajes sobre la Guerra Civil presentes en *Estampa* desde el verano de 1936; también se han examinado anuncios publicitarios dirigidos al público masculino. Se ha excluido de este estudio el resto de deportes que aparecen en *Estampa*, la sección sobre tauromaquia y la figura del galán de cine. Tampoco se ha realizado ningún análisis de la moda masculina en época republicana.

El primer punto tratado es el deporte. En los años 20 se produce un auge del deporte español que llega a eclipsar en las revistas gráficas a otro tipo de ocio como eran los toros. Con el auge del deporte aparecen revistas deportivas especializadas, aunque también las revistas gráficas como *Crónica* y *Estampa* dedicaban un espacio a los deportes en sus números, incluyendo en ocasiones reportajes a los futbolistas donde no sólo se comentaba su carrera futbolística; también se quería conocer su vida privada, sus gustos etc. Estos deportistas se convirtieron en ídolos, encarnan nuevos valores y son vistos como sujetos de promoción social.

Los demás deportes no tuvieron tanta cobertura periodística como el fútbol. El boxeo gozó de cierta presencia en las páginas de *Estampa*; convirtiéndose probablemente el púgil en el modelo de masculinidad más rudo de entre los presentados. El tenis tuvo una presencia marginal en la revista, era un deporte de las clases altas y el tenista era visto como un hombre elegante. En cuanto a los anuncios, la imagen que en ellos aparecía era la de un hombre burgués, que podía encontrarse solo o acompañado por su familia. Algunos utilizan la imagen del hombre musculoso para mostrar la fortaleza que daba el producto que se publicita; otros utilizaban la imagen de un hombre perfectamente aseado para promocionar sus productos, colonia o jabones para afeitar que son utilizados por hombres que presentan un aspecto moderno, rasurado, juvenil y deportivo, muy lejos del modelo masculino del pasado en el que la barba o el bigote son atributos indispensables de la *respetabilidad* masculina.

Además de las mujeres, en el periodo de la Guerra Civil aparecen multitud de reportajes sobre los soldados comprometidos con la República y sobre la vida en el frente, que dan una visión ligeramente distinta de lo que sucedía realmente. Como es lógico en un ambiente de exaltación bélica y de difusión de la propaganda de guerra, en *Estampa* no se comentan las movilizaciones forzosas y el hecho de que algunos soldados decidiesen desertar. La visión de *Estampa* es la de los soldados patriotas y solidarios, cualidad no sólo de los soldados españoles sino también de los voluntarios de las brigadas internacionales.

* * *

En definitiva, el objetivo fundamental del presente trabajo ha sido analizar la revista *Estampa* atendiendo a los contenidos planteados en clave de género para acercarse a la comprensión de los estereotipos tanto masculinos como femeninos en la España de la II República. La evolución de la posición social de la mujer española no es desdeñable en esta época, sobre todo si se compara con la situación que se conocerá durante mucho tiempo durante el Franquismo, cuando los roles tradicionales masculinos y femeninos se restablecen desde una visión de la sociedad y unos presupuestos ideológicos que vuelven la espalda a los avances más recientes. Sin embargo, la evolución de la sociedad española en este aspecto, durante los años veinte y treinta, tiene notables límites. Las llamadas “mujeres modernas” no dejan de conformar un grupo reducido, adelantado a su época, que puede dejar alguna huella en los comportamientos y sobre todo en la forma de vestir de las clases acomodadas, o incluso determinados rastros de modernidad en la publicidad, pero la mayor parte de la sociedad sigue rigiéndose por unos códigos de comportamiento en los que todo está bien codificado y en los que sigue estando muy claro lo que se espera de un hombre y de una mujer. Evolución, sí, como puede verse en la incorporación de la mujer al deporte –que impone por ejemplo vestimentas que habrían causado escándalo algún tiempo antes- o incluso en unos modelos de masculinidad en los que se perciben algunas novedades: pero dentro de unos límites muy estrechos que se plasman en los comentarios que se hacen a las nuevas modas, los nuevos comportamientos, o en la actitud paternalista con la que son tratados determinados temas dirigidos a la mujer. Una revista como *Estampa* no es otra cosa que un espejo de la sociedad de la época; aunque eso sí, un espejo en el que funcionan ciertos filtros que vienen determinados por la línea ideológica de la revista o el público al que se dirige y la imagen que se tiene de lo que ese público espera de una revista ilustrada.

Este Trabajo de Fin de Máster es una primera aproximación a estas cuestiones dentro de unos límites de tiempo y espacio previamente señalados, seleccionando algunos artículos suficientemente elocuentes. La calidad de la información gráfica recogida en revistas como *Estampa* y la atención dedicada a temas como los señalados permite un acercamiento a los mismos diferente al que se produciría a partir de la prensa de periodicidad diaria, cuyos objetivos y consumo difiere del de las revistas ilustradas semanales. Sería interesante, para futuras investigaciones, completar el trabajo examinando aquellas secciones que han sido necesariamente excluidas, como el cine y otros espectáculos, así como realizar una comparativa entre los estereotipos tanto masculinos como femeninos de la revista *Estampa* volcados en otras revistas ilustradas, particularmente en la revista *Crónica*, principal rival editorial de *Estampa*. También, teniendo en cuenta las facilidades de acceso existentes hoy en día cuando se trata de prensa digitalizada, realizar un estudio comparativo de la publicidad y otras secciones de las revistas ilustradas francesas utilizadas como modelo para la publicación de *Estampa*. Y también de otras revistas dirigidas a un público de clase media en otros países, tratando de determinar analogías y divergencias, no sólo entre las propias revistas como reflejo de una sociedad concreta, sino también en cuanto a la visión más llamativa de un determinada época –novedades espectaculares en el comportamiento o la forma de vestir- y las resistencias a romper con una mentalidad anclada en lo más tradicional.

Los medios de comunicación social, además de mostrar de forma más o menos deformada los cambios que se producen en la sociedad -y algunos de los que tienen lugar en el periodo estudiado merecen cierta atención-, contribuyen a modelar la percepción de estos hechos, entrando en diálogo con los mismos y formando parte de las transformaciones que se producen en distintos ámbitos. Mostrar una parte de lo que está sucediendo, inevitablemente a través de determinado prisma, no deja de ser una forma de modificarlo y de contribuir a encauzar la impronta que todo ello dejará en una época.

Bibliografía

- AGUADO. A. “Ciudadanas y heroínas antifranquistas”. *Storia delle Donne*. Nº 4. 2008.
- AGUADO. A. “Identidades de género y culturas políticas en la II República”. *Pasado y memoria: Revista de historia contemporánea*. Nº 7. 2008.
- AGUADO. A. RAMO PALOMO. M. D. “La modernidad que viene: mujeres, vida cotidiana y espacios de ocio en los años 20 y 30”. *Arenal: Revista de historia de las mujeres*. Vol. 14. Nº 2
- ALONSO IBARRA. M. “Cruzados de la civilización cristiana. Algunas aproximaciones en torno a la relación entre fascismo y religión”. *Rubrica Contemporanea*, Vol. 3, núm. 5, 2014.
- ALTED VIGIL . A. “El exilio republicano de 1939 desde la perspectiva de las mujeres”. Clío: History and history teaching. Nº 22. 2001.
- ALTED. VIGIL. A. “Mujeres españolas emigradas y exiliadas”. *Anales de Historia Contemporánea*. Nº 24. 2008.
- ÁLVAREZ Y OTROS. J. T. *Historia de los medios de comunicación en España (periodismo, imagen y publicidad, 1900 – 1990)*. Barcelona. Ed Ariel comunicación. 1989.
- ANDERSON. B, ZINSSER. J. *Historia de las mujeres, una historia propia*. ED. Crítica. Barcelona. 1998.
- ARESTI. L. *Medicos donjuanes y mujeres modernas: los ideales de femineidad y masculinidad en el primer tercio del siglo XX*. Ed. Universidad País Vasco.
- BÁEZ Y PÉREZ DE TUDELA. J. M. “El Real Madrid y el origen del fútbol como Espectáculo de masas”. *Historia y comunicación social*. Vol. 17. 2012.
- BAHAMONDE MAGRO. A. “la escalada del deporte en España en los orígenes de la sociedad de masas” en X. PUJADAS I MARTÍ. *Atletas y ciudadanos, Historia social del deporte en España, 1870 – 2010*. Ed. Alianza. Madrid 2011.
- BALANDRÓN PAZOS. A. “Mujer y publicidad en los felices años 20; análisis de contenido de la revista ilustrada Blanco y Negro. *Revista de comunicación y pluralismo*. Nº 3, 2007
- BERASATEGUI. M. L. “Datos sobre prensa deportiva en Cataluña”. *Revista general de información y documentación*. Vol. 10. Nº 1. 2000.
- BOUCHER. F. *Historia del traje en occidente*. Ed. Gustavo Gili.
- BUSSY GENEVOIS. D. “Mujeres de España.”. G. DUBY y M. PERROT, *Historia de las mujeres en occidente*. 5. el siglo XX. Ed. Taurus Minor. 1990.
- CASPISTEGUI. F. J. “La resbaladiza arista de un monte erguida sobre dos abismos: mujer y deporte en España (1900 – 1950)”. *Memoria y civilización: anuario de Historia*. Nº 7. 2004.
- CASAJUS QUIRÓS. C. *Historia de la fotografía de moda*. Tomo I. universidad complutense de Madrid. Madrid 1993

- CHECA GODOY. A. *Prensa y partidos políticos durante la II República*. Ed Universidad de Salamanca 1989.
- DE ANDRES. J. *Atlas ilustrado; carteles de la Guerra Civil española*. Ed. Susaeta. 2010.
- DE ANDRES. J, CUELLAR. J. *Atlas ilustrado de la Guerra Civil española*. Ed. Susaeta. 2005
- DE LAS HERAS HERRERO. B. *Lo visual como fuente de la historia de nuestro tiempo*. [Novísima](#): II Congreso Internacional de Historia de Nuestro Tiempo. 2010.
- DESVOIS. J. M. *La prensa en España (1900 – 1931)*. Madrid. Siglo XXI. 1977
- DIEZ FUENTE. M. “ Republica y primer franquismo, la mujer entre el esplendor y la miseria”. *Alternativas. Cuadernos de trabajo social*. Nº 3. 1995.
- DOMÍNGUEZ ALMANSA. A. “Un esfuerzo contra la exclusión: mujer y modernidad y cultura deportiva”. *III ciclo de conferencias: Xénero, actividade física e deporte (2011 – 2012)*. Universidade da Coruña. 2013.
- DUBY. G. *Historia de las mujeres en occidente*. Vol. 5, El siglo XX. Ed. Taurus. 1991.
- ESCOLAR. H. “la producción editorial durante la Guerra Civil”. *Cuenta y razón*. Nº 25. 1986.
- FACUNDO. T. “guerra civil española y carteles de propaganda: el arte y las masas”. [Olivar: revista de literatura y cultura españolas](#). Año 7, Nº. 8, 2006.
- FERNANDEZ RAMOS. V. “La prensa deportiva desde la perspectiva de genero. Una aproximación a la representación mediática del deporte femenino en España”. *Actas – VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – VI CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2014*.
- FUENTES. J. F, FERNÁNDEZ SEBASTIÁN. J. *Historia del periodismo español*. Ed. Síntesis. 1997
- GIL GASCON. F. “El uso propagandístico de la mujer nacional durante la Guerra Civil” *Index. Comunicación: Revista científica en el ámbito de la comunicación aplicada*. Vol. 4. Nº 1. 2014.
- GOMEZ CUESTA. A. “Entre la flecha y el altar, el adoctrinamiento femenino del franquismo”. *Cuadernos de Historia Contemporánea*. Vol. 31. 2009.
- HERRMANN. G. “Mujeres de la izquierda radical en la Guerra Civil española”. *Pandora: revue d’études hispaniques*. Nº 2. 2002.
- LABAJO. J. “compartiendo canciones y utopia. El caso de los voluntarios internacionales en la Guerra Civil española”. *Trans. Revista Transcultural de Música*. Nº 8. 2004.
- LAGARDERA OTERO. F. “Notas para una historia social del deporte en España”. *Historia de la educación: revista interuniversitaria*. Nº 14 – 15. 1995 – 1996.
- MARTÍNEZ. J. M. *Periodismo y periodistas en la Guerra Civil*. Fundación Banco Exterior. Madrid 1987.
- MATEOS FERNÁNDEZ. J. C. *Bajo el control obrero, la prensa diaria en Madrid durante la Guerra Civil 1936 – 1939*
- MATTHEWS. J. “Moral y motivación de los movilizados forzosos del ejercito popular de la republica en la guerra civil”. *Studia histórica, Historia Contemporánea*. Nº 24. 2006.

- MONTERO. M. “ Mujer publicidad y consumo en España” *Revista Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*. Vol 9 Nº 18. 2011
- MORENO SECO. M. “Las mujeres de la republica y la Guerra Civil”. *Pasado y memoria*. Nº 6 2007 .
- NASH. M. *Rojas, las mujeres republicanas en la Guerra Civil*. Ed. Santillana. 1999.
- NASH. M, *Feminidades y masculinidades*. Ed. Alianza. Madrid 2014
- NÚÑEZ DIAZ – BALART. M. “convivencia y conflicto de modelos de defensa a través de los periódicos de guerra republicanos (1936. 39)”. [*El Argonauta español*, Nº. 10, 2013.](#)
- ORTEGA LOPEZ .T. “Hijas de Isabel: Discurso, representaciones y simbolizaciones de la mujer y de lo femenino en la extrema derecha española del periodo de entreguerras”. *Feminismo/s*. Nº 16. 2010
- PALACIOS BAÑUELOS. L. “Mujeres de España, su labor asistencial, social y cultural”. *La albolafia. Revista de humanidades y cultura*. Nº 1. 2014
- PÉREZ ÁLVAREZ. A. “Los textos biográficos en las revistas gráficas españolas de la II República”, en: *Actas II Congreso Intencional Latina de Comunicación Social*. Universidad de la laguna. Diciembre 2010.
- PERINAT (Coord). A. MARRADES. M. I. *Mujer, prensa y sociedad en España (1800 - 1939)*. Madrid. Monografías del centro de Investigación Sociológicas. 1980
- PIZARROSO QUINTERO. A. “La comunicación de masas en España y Estados Unidos”. *REDEN: Revista Española de Estudios Norteamericanos*. Nº 14. 1997.
- PUJADAS I MARTÍ. X. “Prensa deporte y cultura de masas. El periodismo especializado en la expansión social del deporte en Cataluña.” *Historia y comunicación social*. Vol. 17. 2012.
- PUJADAS I MARTÍ. X. “De espectadoras a protagonistas. las mujeres y el deporte en la II República española (1931-1936)”. *III ciclo de conferencias: Xénero, actividade física e deporte (2011 – 2012)*. Universidade da Coruña. 2013.
- RAMOS. Mª D “ la construcción cultural de la feminidad en España: desde el fin del siglo XIX a los locos y politizados años veinte y treinta”. en M. NASH, *Feminidades y masculinidades*. Ed. Alianza. Madrid 2014.
- RAMOS ZAMORA. S. La educación de la mujer durante la Guerra Civil en contextos rurales y urbanos”. *Sarmiento: anuario galego de historia da educación*. Nº 7. 2003.
- REBOLLO ESPINOSA. M. J. “Tradicional, rebeldes, precursoras: instrucción y educación de las mujeres españolas a través de la prensa femenina (1900 – 1970)”. *Historia de la educación: Revista interuniversitaria*. Nº 26, 2007.
- SALVADOR-LLIVINA . T. “Condicionantes del consumo de tabaco en España”. En BECOÑA. E. (Coord) *Libro blanco de prevención del tabaquismo*. Barcelona: Glosa Ediciones, 1998. Pg 153
- SANCHEZ ALBORNOZ. N. “la liquidación de la Guerra civil”. [*Olivar: revista de literatura y cultura españolas*. Año 7, Nº. 8, 2006.](#)
- SÁNCHEZ ARANDA. J. J, BARRERA DEL BARRIO. C. *Historia del periodismo español. Desde sus orígenes hasta 1975*. Pamplona Ediciones Universidad de Navarra S. A. 1992.

- SÁNCHEZ BLANCO. L. “El anarcofeminismo en España: las propuestas anarquistas de Mujeres Libres para conseguir la igualdad de género”. *Foro de educación*. Nº 9. 2007.
- SÁNCHEZ VIGIL J. M. “la evolución de la prensa ilustrada en España”. *La documentación fotográfica en España, revista la esfera*.
- SÁNCHEZ VIGIL J. M. *Revistas ilustradas en España; del Romanticismo a la Guerra Civil*. Ed. Trea. 2008.
- SEOANE. M. C. *Historia del periodismo en España*. Madrid. Ed. Alianza. 1996.
- SENTAMANS. T. “Dimes y diretes. Condicionantes textuales de la fotografía de la mujer deportista española en la prensa gráfica (1923 – 1936)” *Extravío: revista electrónica de literatura comparada*. Nº 3. 2008
- SENTAMANS. T. *Amazonas mecánicas: engranajes visuales, políticos y culturales*. Ministerio de cultura. 2010.
- SENTAMANS.T. “Genero, violencia simbólica y medios de comunicación. Crónicas dulces y masculinidad femenina en la prensa gráfica de la II República”. *Arte y políticas de identidad*. Nº 6. 2012.
- SEVILLANO CALERO. F. “la propaganda y la construcción de la cultura de guerra en España durante la Guerra Civil”. *Studia histórica, Historia Contemporánea*. Nº 32. 2014.
- SIMÓN SANJURJO. J. A. “La mercantilización del fútbol español en los años 20. De la implantación del profesionalismo al nacimiento del campeonato nacional de liga”. *Revista digital Esporte e sociedade*. Año 6. Nº 18. 2011
- SOHN. A. M. “ las mujeres entre la madre en el hogar y la garçonne”. DUBY. G. *Historia de las mujeres en occidente*. Vol. 5, El siglo XX. Ed. Taurus. 1991.
- TOREBADELLA FLIX. X. “Repertorio bibliográfico del fútbol en España”. *Apuntes para el siglo XXI*. 2014
- URÍA. J. “imágenes de la masculinidad. El fútbol español en los años 20”. *Ayer*. Nº 72. 2008.
- URÍA. J. “Los deportes de masas en los años 20. Fútbol, élites simbólicas e imágenes de modernidad en España” En: *La réception des cultures populaires et des cultures de masses en Espagne (XVIIIe – XXe siècle)*. (ed)Salaün, S Y Etienvre, F. París. Sorbonne Nouvelle – crec. 2008. [ed. Electrónica: [http:// http://crec-paris3.fr/wp-content/uploads/2011/07/actes-08-Uria.pdf](http://http://crec-paris3.fr/wp-content/uploads/2011/07/actes-08-Uria.pdf)]
- URÍA. J. “Iconos de masculinidad. Los años 20 y los ases del fútbol español” en
- NASH. M. *Feminidades y masculinidades*. Ed. Alianza. Madrid 2014.
- VAZQUEZ LIÑÁN. M. “la propaganda soviética de la guerra civil española, la asociación de amigos de la URSS”. *Eúphoros*. Nº 3. 2001.
- VAZQUEZ LIÑÁN. M. “los mensajes de la propaganda soviética durante la Guerra Civil española”. *Eúphoros*. Nº 6. 2003.
- J. L. VILA SAN JUÁN. J. L. *La vida cotidiana en España durante la dictadura de Primo de Rivera*. Ed. Argos Vergara. 1984

Fuentes

<http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:003030059&>.
Revista *Estampa* (1928 – 1938).