

LA REPRESENTACIÓN DE LA IMAGEN DE LAS MUJERES EN EL FRANQUISMO A TRAVÉS DE LA PRENSA FEMENINA, 1955-1970

M^a del Carmen Muñoz Ruiz
Universidad Complutense de Madrid

1.- Introducción.

En la presente comunicación trato de analizar la representación de la imagen femenina durante el franquismo a través del estudio de la prensa destinada específicamente a las mujeres, prensa que se manifiesta como un referente fundamental a la hora de presentar y difundir determinados modelos de comportamiento para las españolas, en este caso concreto, a través de las imágenes. Como señala Margarita Rivière: la prensa, en general, tiene una importante función en la proposición de modelos de conducta y de orientación del público hacia determinados objetivos. Concretamente, la prensa dirigida a las mujeres *-o cuyo público son mujeres principalmente-* cubre la importante función de servir de vehículo educacional de sus lectoras. La prensa femenina española, a través de sus secciones de modas, propone constantemente a las mujeres españolas no tanto una sucesión de fotografías de modelos como una colección de modelos de actitudes y conductas que forzosamente han de incidir en el comportamiento posterior de las lectoras de tales revistas¹. El trabajo aquí desarrollado forma parte de una investigación más amplia sobre la prensa femenina que se publica en España entre los años 1955 y 1970, que estoy realizando como tesis doctoral en el departamento de Historia Contemporánea de la Universidad Complutense de Madrid.

Lo primero a lo que es necesario hacer referencia es la situación de la mujer española durante el franquismo, puesto que a una determinada imagen femenina se corresponde el intento de construir un determinado modelo de mujer, que encarnase los valores familiares y morales defendidos por el

régimen salido de la Guerra Civil y la Iglesia católica que, como sabemos, tuvo una gran influencia en estos ámbitos durante este periodo. No obstante, también creo que es interesante destacar que las revistas femeninas ofrecen a sus lectoras imágenes de mujeres más variadas y con una mayor libertad que las que defendían los obispos más reaccionarios, y que se ponen de manifiesto en las Normas de decencia cristiana, aunque sólo sea en el ámbito estético de la moda y la belleza. Sin embargo, a partir de los años 60, especialmente con la llegada del turismo exterior de manera más abundante, las normas en cuanto al vestir se van relajando un tanto, si no en la mentalidad más tradicional, sí al menos en amplias capas de la sociedad.

Junto a la Iglesia católica, la Sección Femenina de Falange sería la principal encargada de encuadrar a las mujeres españolas durante el periodo estudiado (*en ocasiones en competencia con la primera*), sin embargo no era su imagen más general, encarnada en su delegada nacional Pilar Primo de Rivera, algo masculinizada por su actividad pública, la que se difunde principalmente, sino, como desarrollaré a lo largo de las páginas siguientes, la de la mujer dentro del ámbito familiar, del hogar, que se define desde el poder como su ámbito "*natural*" de expresión. Una mujer que debe cuidar su aspecto externo porque gracias a él encontrará marido, pero sin estridencias ni "*moderneces*". Y una mujer que debe mantener su serena belleza para conservar a su marido. Una mujer, la española, que desde antes de terminar la Guerra Civil vio como los derechos individuales conquistados durante la II República iban siendo limitados en función de la misión que el nuevo régimen les había encomendado: el hogar ; para lo cual el Fuero del Trabajo, de 1938, limitó el trabajo de la mujer casada, que además necesitaba para ejercerlo licencia marital, y la nueva puesta en vigor del Código Civil de 1889, prácticamente ponía a la mujer casada bajo la autoridad del esposo, el cual era su representante ante la sociedad³.

Una división tradicional de los roles entre hombres y mujeres, una reacción específica contra los avances en ese terreno que se estaban desarrollando desde décadas antes, y el papel especialmente represor de la ideología nacionalcatólica, se sumaron para consolidar durante el franquismo un sistema de relaciones de género en el cual las mujeres se veían claramente adscritas al espacio privado y los varones al público, especialmente en el ámbito económico. No obstante, en este aspecto en concreto la importancia de la

aportación femenina es indiscutible aunque difícilmente cuantificable pues se trata en gran parte de un trabajo no pagado en el hogar, cuidando a los hijos e hijas, a los ancianos y enfermos, administrando el escaso jornal del esposo, realizando dentro del hogar muchas de las labores que luego haría el mercado, como la confección de ropa para la familia; y en muchos casos, realizando trabajos irregulares escasamente retribuidos, como costureras, asistentes, etc. Aunque por supuesto, también es necesario destacar el porcentaje de mujeres que en muchas ocasiones, además del trabajo del hogar, eran asalariadas⁴ (*en condiciones desventajosas frente a los varones*) y que aumentan en un porcentaje significativo en la década de los sesenta.

A partir de esta década, como sabemos, tienen lugar en España una serie de procesos económicos y sociales⁵ que permiten a un porcentaje cada vez mayor de la población un acceso a un mayor nivel de vida y se produce una extensión de las clases medias, que son el público al que van destinadas mayoritariamente las revistas femeninas estudiadas. No obstante, las imágenes que difunden como línea general estas revistas no presentan graves rupturas con el modelo de mujer que estoy intentando delimitar, sino más bien adaptaciones que en muchos casos, como señala Lidia Falcón, se reducen a lo que podríamos definir como el ámbito externo⁶, como veremos a continuación.

Para este análisis me he centrado en el estudio de las portadas de las revistas analizadas que son: Ama, Assumpta, Cristal, Garbo, El Hogar y la Moda, Hola!, Ilustración Femenina, María Luisa, Marisol, Mujer, Telva y Teresa (*para el periodo 1955 a 1970*). Una amplia y variada selección de prensa cuyo principal público lector eran mujeres puesto que los contenidos se centraban en lo que supuestamente les interesaba a éstas, y que va desde las más familiares como Ama, a las dedicadas a la información gráfica y los ecos de sociedad como Hola!, pasando por una revista con una carga ideológica más concreta como es Teresa, por pertenecer a Sección Femenina.

Por cuestiones de espacio, para esta comunicación he seleccionado un número muy reducido de portadas por lo que creo conveniente señalar las características más comunes de las portadas de estas revistas: la imagen principal de las mismas es siempre una figura femenina, generalmente joven y

bella, y puede ser un dibujo o una fotografía, una artista conocida o una modelo que presenta el otoño con un traje sastre. En las revistas que incluyen información gráfica son más comunes las personas conocidas, especialmente relacionadas con el mundo del espectáculo y la alta sociedad. Acontecimientos importantes de actualidad también tienen un espacio destacado. No obstante, la elección de las portadas me ha servido también para presentar las imágenes de mujer más representativas difundidas por estas revistas y que son también un reflejo de los principales contenidos que se desarrollan en el interior de sus páginas. Por otra parte he de señalar que en muchas ocasiones las portadas las ocupan imágenes (*generalmente fotografías*) de artistas del cine o de la canción, españolas o extranjeras, que, pese a su número destacado, no he incluido como punto de análisis específico pues se podrían incluir, por la imagen misma o por el contenido del reportaje que ilustran, en los apartados temáticos que desarrollaré a continuación.

2.- La importancia del aspecto exterior: belleza y moda.

Si nos atenemos a la observación de las portadas de las revistas femeninas, de las que las tres seleccionadas son un ejemplo ilustrativo, podemos llegar fácilmente a la conclusión de que el principal interés de las españolas durante todo el periodo estudiado se reduce a la moda y a la belleza: a su aspecto exterior; y ésta es una de las causas fundamentales por la que se denuncia a la prensa femenina por frivolarizar y reducir el ámbito de expresión femenino a lo puramente externo y convertir a la mujer española en: un ser preocupado hasta el delirio por el cuidado personal y por las cuestiones sentimentales de los demás, envuelto en un lujo inadmisibles y en una atmósfera cálida y vacía de confidencias a media voz y de amistad prefabricada, rodeada de una superrealidad compuesta de colores, muebles y cosméticos, y cuyos únicos contactos con la actualidad lo constituyen el submundo de los seres que no necesitan trabajar para vivir o las tragedias humanas de catástrofes, a las que nunca se busca motivación⁷. A esto contribuye también el contenido de las mismas pues una buena parte del mismo se destina (*en algunas revistas en mayor medida que en otras*) a las secciones de moda y belleza, información, consultas, y también publicidad.

Sin embargo, creo que es importante señalar que la representación de la mujer española cuya imagen ideal se puede encontrar en las portadas de las revistas femeninas, se corresponde con otros ideales respecto a las actitudes que éstas deben tener ante la vida. Me gustaría decir con esto que la mentalidad dominante, de la cual formaban parte también las mujeres, consideraba que el destino fundamental de una mujer era casarse y tener hijos, para lo cual era necesario encontrar primeramente esposo, y a éste había que conquistarle por el aspecto externo, porque, como sabemos, las relaciones entre mujeres y varones durante el franquismo estaban bastante controladas y normativizadas⁸. Es interesante asistir a las contradicciones y componendas que se establecen en el discurso de las propias revistas entre el ideal de la belleza interior y la necesidad práctica de las mujeres de estar bellas para conquistar a los varones: el equilibrio entre la belleza natural y la belleza "*naturalmente*" alterada. Y esta situación no sólo se mantiene durante el noviazgo, sino también durante el matrimonio, porque una mujer que se descuida físicamente puede terminar perdiendo a su marido por otra más joven o más bella. Ante esta situación⁹, las revistas femeninas dan una información útil para muchas mujeres que están compitiendo en el mercado matrimonial. Por otra parte, es necesario tener en cuenta que en España todavía en los años 60 se confeccionaba en casa o en una modista particular parte de la ropa de las mujeres y los niños y niñas, por lo que algunas de las revistas no sólo ofrecían las tendencias de la moda, sino también patrones para su confección.

Respecto a estas cuestiones es interesante destacar un reportaje sobre la mujer como "*objeto*", es decir, sobre su apariencia exterior, que se incluye dentro de una interesante serie de reportajes publicados por la revista *Cristal* en 1970 sobre las distintas facetas de la mujer española, y que señala lo siguiente: *En cuanto al maquillaje... en general es discreta, sabe usar los productos y gasta el dinero suficiente en un mercado que no carece de nada... El estilo, el gusto y el sentido común para elegir y llevar la ropa, convierten a las española en una de las mujeres más elegantes del mundo... La española sólo tiene un handicap y es en las modas más extremadas*¹⁰.



Imagen 1: El Hogar y la Moda, n° 1325, Octubre 1955



Imagen 2: Cristal, n° 6, Julio 1960



Imagen 3: Garbo, n.º 639, Junio 1965

Y todo este saber y el tiempo que esto conlleva se emplea en función de "otro", como también insisten las propias revistas femeninas: *La mujer realmente atractiva sabrá recoger en la mirada de parientes, amigos y conocidos la típica expresión de complacencia con que los hombres observan una cosa agradable y reposante... Se ha casado contigo, habiéndote visto siempre como a una novia fresca y graciosa. No le depares sorpresas: nada de cremas por la noche, ni "bigudís", ni redecillas, y menos máscaras de belleza en su presencia. El cuidar la propia belleza es como adquirir una cantidad de acciones seguras en la bolsa... Acostúmbrales desde la infancia a verte siempre atildada, incluso cuando estás cansada a causa de los quehaceres domésticos².*

Considero, por tanto, que es importante destacar que un elemento fundamental en la representación de la imagen visual de las mujeres durante el franquismo es el necesario cuidado estético, la necesidad de que las mujeres sean exteriormente agradables y, por otra parte, la adaptación también a una norma que es la que establecen a su vez estas revistas femeninas que se presentan como informadoras cualificadas. Que este

aspecto de la vida femenina no es anecdótico lo demuestra el hecho de que en todas las publicaciones analizadas existe alguna sección, por pequeña que sea, en la que se habla de moda y sólo en dos no hay una sección específica sobre belleza. Por otra parte, en las entrevistas y reportajes fotográficos que se hacen a mujeres más o menos famosas, siempre se hace referencia a este tipo de cuestiones²¹.

3.- La familia y el hogar: el destino de toda mujer.

Como ya he señalado en el punto anterior, el campo de actuación para gran parte de las españolas se vio limitado durante el franquismo al hogar. Es cierto que tradicionalmente había sido así, pero también es cierto que durante el primer tercio del siglo XX la situación había empezado a evolucionar y que, especialmente los años de la postguerra y el primer franquismo significaron una ruptura muy importante. A partir de los años 60 la marcha de la economía redundó en beneficio de una mayor actividad extrahogareña femenina pero no se puede decir que el modelo básico de esposa-madre-ama de casa, que era el propugnado por el régimen para todas las españolas, fuera atacado o que sufriera alguna fractura. Lo que sí es cierto es que este modelo evolucionó y se acomodó a la nueva coyuntura socioeconómica, pues ya no eran tan necesarias las amas de casa ahorradoras que confeccionaban su propia ropa, sino que era necesario un nuevo modelo de ama de casa que se preocupara por los problemas de actualidad, que supervisara la educación de sus hijos y que consumiera los nuevos productos que estaban siendo puestos a su disposición en los inicios de la sociedad de consumo en España. E incluso, si era necesario económicamente, se aceptaba el trabajo de la mujer casada fuera del hogar.

Las portadas de las revistas no presentan muy frecuentemente imágenes de familias, pero cuando lo hacen éstas tienen una gran importancia porque están proponiendo modelos de comportamiento muy fuertes, como es el caso de la imagen número 4 que nos presenta a Carmen Polo, esposa de Franco, rodeada de sus nietos. El matrimonio Franco era presentado en las revistas femeninas como el modelo de familia española¹³ y, Carmen Polo, en concreto, como el modelo de ama de casa. Por otra parte, especialmente en las décadas finales del régimen, el modelo de Franco como "*abuelo feliz*" que vela por todos los españoles tiene una importancia ideológica importan-

te pues el discurso que legitimaba al franquismo se había trasladado por estas fechas desde la Cruzada al Desarrollismo. Por lo tanto, me parece importante destacar esta imagen que además es reflejo de la importancia que otorgan las revistas al papel de la mujer dentro del hogar.



Imagen 4: Ama, n.º 37, Julio 1961

También me ha parecido importante destacar esta otra imagen (Imagen 5) que demuestra, como he señalado anteriormente, que el modelo de esposa y madre no sufre demasiadas alteraciones y también que es el modelo de representación femenina dominante que difunden las mujeres más cercanas al poder. En este caso en concreto, el centro de la imagen lo ocupa la reina madre Federica de Grecia, y desde luego, no ofrece muchas diferencias respecto del anterior. La princesa Sofía, futura reina de España, ocupa un puesto destacado, evidentemente, y esto me hace insistir en la siguiente cuestión: si consideramos que las figuras públicas y más relevantes del país se presentan como modelos de comportamiento poderosos, evidentemente tanto en 1961 como en 1970 la imagen dominante que se transmite a través de la prensa femenina es la de la mujer centro de la vida familiar, rodeada de sus hijos/as y nietos/as, y alejada de las tareas públicas representadas por sus maridos que no aparecen en estas fotografías¹⁴.



Imagen 5: Hola, n° 1349, Junio 1970



Imagen 6: El Hogar y la Moda, n° 1318, Marzo 1955

Pero no sólo aparecen figuras de madres y amas de casa que pertenecen a un estatus social elevado, también se encuentran imágenes de amas de casa representativas de un determinado estrato social en desarrollo, las clases medias, como sucede en la imagen número 6, o de personas concretas, como en la imagen número 7. La imagen 6 muestra varios de los aspectos que estoy apuntando a lo largo de esta comunicación: presenta a una madre joven y bella, atenta a la moda, con su hija al lado y, en el fondo, se destaca la otra parte fundamental de sus ocupaciones, su hogar, en este caso, ejemplificado en la decoración. Es importante destacar a este respecto que el contenido de las revistas femeninas, salvo de las que se dedican más a la información gráfica, como pueden ser, dentro de mi selección, *Garbo* y *Hola!*, se dedica mayoritariamente a cuestiones referidas a moda y belleza, como señalé en el punto anterior, hogar, cocina y decoración, y niños. Y, por otra parte, éstas últimas eran las ocupaciones mayoritarias de las españolas, tanto de las que no tenían otra labor remunerada, como de las que sí, salvo que tuvieran servicio doméstico.



Imagen 7: Ama, n^o 242, Enero 1970

Respecto a la imagen 7 es necesario indicar, aunque se ve impreso en la portada, que es la fotografía de la ganadora del concurso "Ama de Casa" de 1969. Este concurso lo realizaba la revista Ama desde 1961 y premiaba a las mujeres que se adecuaban al "nuevo" modelo de ama de casa que defienden la mayoría de las revistas femeninas analizadas, especialmente a partir de 1960¹⁵. Estas mujeres no sólo se dedican a limpiar la casa, de hecho, eso suele aparecer como lo menos importante, sino que ayudan a sus hijos e hijas y a sus esposos, coordinan las labores del hogar y son siempre un remanso de paz y comprensión. Para la ganadora del concurso de 1969 el consejo que daría a un ama de casa que comienza sería el siguiente: *Que quiera mucho a su marido. Que se olvide de sí misma y se dedique a los suyos. Que tenga espíritu de sacrificio. Creo que eso es lo más importante.* Como ya he señalado antes, la imagen podía ser de modernidad, pero el discurso subyacente seguía siendo tradicional y conservador.

4.- La imagen excepcional: la mujer trabajadora y estudiante.

En la realidad social no era algo excepcional ni mucho menos pero, entre las imágenes que transmite la prensa femenina del momento, las dos imágenes que he seleccionado para ilustrar este apartado son absolutamente excepcionales. Y, no lo olvidemos, la prensa femenina tenía una tirada considerable¹⁶ lo que le da una potencial influencia no desdeñable. La imagen número 8 es de una trabajadora manual y sólo podía aparecer en una revista como María Luisa, revista para las universitarias, que realiza una serie de interesantes reportajes sobre las jornadas laborales de las jóvenes empleadas.

La imagen número 9, por su parte, también sólo es posible en la revista a la que pertenece, Teresa, revista de Sección Femenina¹⁷; sin embargo, pese a que la imagen presenta claramente a una estudiante universitaria, una de las pocas privilegiadas que asistían a la Universidad en 1955, fecha de la revista, se destaca más la postura y la actitud de la modelo que nos habla en mayor medida de belleza que de estudio.



Imagen 8: María Luisa, n^o 3, Enero 1964



Imagen 9: Teresa, n^o 18, Junio 1955

La imagen de la mujer trabajadora o estudiante universitaria no podía ser representativa de la mujer española porque precisamente contradecía el modelo de mujer defendido por el régimen¹⁸ y, por lo tanto, no era un modelo que se pudiera difundir a través de las revistas femeninas y, menos aún, mediante un vehículo tan potente como es la imagen visual de las portadas.

En la década de los 60 y, por lo que respecta a la prensa femenina, a partir de la ley de Derechos políticos, profesionales y de trabajo de la mujer, de 22 de julio de 1961, se empieza a valorar más positivamente el trabajo extradoméstico femenino. En el caso de las mujeres solteras la situación se mantiene pues siguen trabajando como lo hacían anteriormente, aunque en estos años empiezan a acceder en mayor medida a nuevos puestos en el sector servicios mejor considerados socialmente y mejor retribuidos. Es el caso de las mujeres casadas¹⁹ y/o con hijos el que se puede destacar puesto que es el que se empieza a aceptar en el discurso mediante el concepto de "*compatibilidad*". Como no se puede atacar el modelo de esposa-madre-ama de casa como el más potente modelo de comportamiento femenino, se insiste, especialmente a través de entrevistas y reportajes a mujeres que realizan actividades extrahogareñas en distintos ámbitos, en la compatibilidad de estas actividades con el cuidado del hogar. Este cuidado, como he señalado en el punto anterior, se refiere más a la coordinación de las tareas domésticas y al cuidado afectivo de los miembros de la familia, que a la limpieza y la cocina (*en el caso, por supuesto, de las mujeres que cuentan con servicio doméstico o con otro tipo de ayuda doméstica*).

No obstante, en cuanto a la representación de la imagen visual de las mujeres en el franquismo es importante destacar la ausencia mayoritaria de imágenes de mujeres en ámbitos laborales o realizando actividades tradicionalmente adscritas al ámbito público, en las portadas e incluso en el interior de las revistas femeninas analizadas²⁰. Aparecen entrevistas y reportajes de artistas, de actrices y cantantes, de profesoras universitarias y de escritoras, pero las imágenes que las acompañan no hacen visible esa actividad y, en mi opinión, esta exclusión sirve para reforzar, en el campo de la representación las otras imágenes dominantes en el periodo: la de la belleza pasiva y la de la esposa-madre-ama de casa²¹.

NOTAS

- 1 RIVIÈRE, M. *La moda, ¿comunicación o incomunicación?*. Barcelona: Gustavo Gili, 1977, p.137.
- 2 La única misión que tienen asignadas las mujeres en la tarea de la Patria es el Hogar. Por eso, ahora, con la paz, ampliaremos la labor iniciada en nuestras escuelas de formación, para hacerles a los hombres tan agradable la vida de familia que dentro de la casa encuentren todo aquello que antes les faltaba, y así, no tendrán que ir a buscar en la taberna o en el casino los ratos de expansión. Discurso de Pilar Primo de Rivera citado por: GALLEGO, M.T. *Mujer, Falange y franquismo*. Madrid: Taurus, 1983, p.89.
- 3 Este control sobre las mujeres tenía un contenido político evidente y se integra dentro de los intentos del régimen franquista de anular lo que había significado la II República en cuanto a modernidad: Thus, reimposing traditional gender roles on women became at once a substitute for this lack of control in other areas and an (ultimately unsuccessful) bid to "turn the clock back". As a result, a whole pathology of modernity was written on women's bodies via repressive state legislation -in particular with regard to pronatalism. GRAHAM, H. Gender and the State: "Women in the 1940s". En: GRAHAM, H y LABANYI, J. (editores.). *Spanish cultural studies. An Introduction*. New York: Oxford University Press, 1995, p.184.
- 4 El porcentaje de mujeres activas del total de la población activa evolucionó del 15,8 en 1950 al 18,2 en 1960 y al 23,7 en 1966. En FUNDACIÓN FOESSA. *Informe sociológico sobre la situación social de España 197*. Madrid: Euramérica, 1970, p.175.
- 5 Sobre el desarrollo económico en España se puede ver: FUENTES QUINTANA, E. España. "Una sociedad en pleno desarrollo". *Progress; The Unilever Quartely*, 1964; GARCÍA DELGADO, J.L. (director). *España, economía*. Madrid: Espasa Calpe, 1993; GONZÁLEZ GONZÁLEZ, M-J. *La economía política del franquismo (1940-1970). Dirigismo, mercado y planificación*. Madrid: Tecnos, 1979; MARTÍN ACEÑA, P. y COMÍN, F. (editores) *Empresa pública e industrialización en España*. Madrid: Alianza, 1990; NADAL, J., CARRERAS, A. y SUDRIÀ, C. (compiladores) *La economía española en el siglo XX. Una perspectiva histórica*. Barcelona: Ariel, 1988.
- 6 La mujer española es mucho más libre que sus abuelas porque va al cine sola con sus amigas, baila diversos cantables desenfundados, viaja, se pinta, fuma y hasta bebe. FALCÓN, L. *Mujer y sociedad*. Barcelona: Fontanella, 1969, p.408. En la misma línea se pronunciaba Magda Castañer, esposa de José María Gironella: A veces se me ocurre preguntarme si dicho empujón hacia adelante no se habrá limitado, más que nada, a lo externo: una mujer puede tranquilamente fumar, vestir minifalda, ponerse "blue-jeans" y cortarse el pelo como los muchachos, sin provocar por ello ningún incidente; pero en el fondo, repito, no creo que paralelamente a esa libertad se haya obtenido una incorporación a fondo de la mujer en la sociedad. En MIEZA, C. *La mujer del español*. Barcelona: Ediciones Marte, 1977, p.112.
- 7 ALTARES, P. "Las revistas femeninas". *Cuadernos para el Diálogo*. II Monográfico: *La mujer*, 1965, p.74.

8 Como pone de manifiesto la obra de Carmen MARTÍN GAITE. *Usos amorosos de la posguerra en España*. Barcelona; Anagrama, 1987.

9 Es importante señalar el miedo de muchas mujeres a la soltería, pues se consideraba un fracaso social: el papel de soltera, a partir de cierta edad, es para una mujer "normal" sinónimo de fracaso y naturalmente de abstinencia sexual. Si se casa, y aunque deje su carrera, su vocación, sus amigos, sus preocupaciones, se considera que ha tenido suerte, que ya se ha "colocado", que ya no tiene por qué preocuparse de más. MIGUEL, A. de. "Sexo, mujer y natalidad en España". Madrid; *Cuadernos para el Diálogo*, 1974, p.75.

10 "La mujer muñeca", *Cristal*, núm.13, 1970.

11 "La cuestión es esta: gustar o no gustar", *Ilustración Femenina*, núm.322, 1957.

12 "Reportaje: el guardarropas de Mikaela vale medio millón de pesetas", *Ama*, núm.120, 1965.

13 España es una gran, tradicional, arraigada familia de familias. Todas las que componen esa superior unidad nacional miran con cariño y admiración el hogar que presida tan españolamente la esposa de Su Excelencia el Jefe del estado. Hijos y nietos le confieren, en su alta jerarquía social, esa aureola que es el mejor y más alto título a que aspira la mujer de España: ama de casa. "Editorial: Respeto y homenaje", *Ama*, núm.00, 1959.

14 Como señala la siguiente autora: "*A transformação sofrida pela imagem da mulher nas revistas femininas é nula quando analisada em seus significados profundos*". Ella nunca ultrapassa os limites de adaptação às normas vigentes. SCHROEDER BUITONI, D-M. *Mulher de papel. A representação da mulher na imprensa feminina brasileira*. São Paulo; Edições Loyola, 1981, p.133.

15 Algunas revistas han presentado en diferentes momentos históricos un nuevo tipo de mujer. "La mujer compañera", aquella a la que se le reconoce un papel fundamental "junto al hombre" (nunca autónomo), en la tarea común de construir la historia. La mujer compañera ha de ir "a la par que el hombre", se le reconoce "su lugar" en la sociedad, ha de compartir el sistema de creencias vigente, y evidentemente no cuestionar el orden establecido. GALLEGO AYALA, J. "Imagen de la mujer en los medios de comunicación: entre la tradición y la posmodernidad". En: *La mujer en Andalucía. Actas Ier Encuentro Internacional de Estudios de la Mujer*, vol.II. Granada: Universidad, 1990, p.793.

16 Se puede señalar que la suma de las tiradas de todas las revistas analizadas (la de Ama no se encuentra pero se puede extrapolar) para el año 1965 podía alcanzar más de 700.000 ejemplares (entre semanales, quincenales y mensuales). En *Anuario de la Prensa Española*, 1965.

17 En el fondo, aunque no se aprecia muy bien debido a la baja calidad de la fotocopia, se destaca un banderín del SEU y una fotografía de José Antonio Primo de Rivera.

18 Considero que sólo debemos aceptar esta posición de la formación profesional de la mujer con ciertas reservas, dando a entender que si es necesario la mujer no niega su colaboración y está capacitada para prestarla. Pero a ser posible, transitoriamente. Con billete de ida y vuelta. Considerando que lo mejor de un viaje es siempre la vuelta de cualquier viaje a casa, al hogar. La maternidad, el gobierno de la casa, la decoración, la educación de los hijos, la amistad y la camaradería intelectual con el marido, etc. WERNER BOLIN, C. *Formación familiar y social*.

Tercer curso. Madrid; Ediciones de la Sección Femenina, 1958, p.161.

19 La evolución de la población activa en España en los últimos 10 años ha consistido, en parte, en el aumento de la proporción de mujeres casadas y se ha producido simultáneamente y en interdependencia con un cambio en los valores relativos al trabajo femenino extrahogarreo. DURÁN HERAS, M.A. *El trabajo de la mujer en España.* Madrid; Tecnos, 1972, p.74.

20 Con la excepción en circunstancias concretas de Teresa, pues eran las mujeres de Sección Femenina de las pocas que actuaban en el ámbito público.

21 De hecho, en la portada de *Ama* de la segunda quincena de agosto de 1961, donde se presenta una encuesta sobre la citada ley de Derechos políticos, profesionales y de trabajo de la mujer, aparece una joven Concha Velasco ataviada con una toga y una balanza representando a la justicia. Significativamente, no aparece Pilar Primo de Rivera, que presentó dicha ley a las Cortes, sino una actriz joven y bella.