

con altos torreones de tres o cuatro pisos. Estas plazas solo son accesibles por dos ó tres puntos, y así como los barrios de los pueblos de un pueblo japonés, ciérranse por medio de un simple verja custodiada por un piquete de tropas. Las calles todas están tiradas á cordel, y se cuida mucho de igualar extraordinariamente las fachadas de las casas: estas no tienen más que un piso; pero los fuertes y palacios tienen varios. La parte exterior de las casas suele tener poco adorno, porque los Japoneses dejan para sus interiores la parte que dá á la calle, y viven retirados en lo más interior de las habitaciones con vistas, por lo regular, á algún delicioso jardín.

Difícil es que pueda un extranjero formar idea exacta de la cantidad y ca-

cuas y mejor criadas, que vivieren en la sociedad tocando y bailando.

Si bien son en general muy loables los más de los usos y costumbres del Japon, hay los también sin embargo que ofenden mucho las ideas de un Europeo. Chocante es por ejemplo el que una joven bella que ha llegado á los diez y seis ó veinte años, dotada de todas las circunstancias de la hermosura haya de renunciar voluntariamente á ella, por conformarse con la moda del país. Ha de ennegrecer y empastarse los blancos dientes de rosafil; ha de alisarse las cejas, esa nube misteriosa que templa el ardor de los ojos; ha de pintar con verde el puro y mágico carmin de los labios, donde se pierden las miradas del amador, y ha de empastarse todo el rostro con una capa

# LA DONA ENTRE PÁGINES



desorden, provistas de cuanto hay en el mundo más cordial, y donde puede cada uno disfrutar y divertirse según sus facultades. Así que la mayor diversión de los Japoneses consiste en pasar en ellas las horas de sus *suarés* en compañía de lindas Japonesas, que llaman *tekkie*. Usanse también en esas casas otra especie de mujeres, llamadas *ghéko* ó tañedora de *Samsia*, ó guitarra de tres cuerdas. Por lo regular son muchachas bien pare-

ocuparse por el contrario en recorrer las casas amigas cordiales, y á su vez en su propia casa y divertirse según sus facultades es. Así que la mayor diversión está allí a menudo consiste en pasar en ellas los viajeros de sus *suarés* en compañía de las frecuentes ocasiones que se les presentan, faltan muy pocas veces á la fidelidad que en sus amores juran á un Japonés... No es decir esto que no haya absolutamente una Japonesa que para ven-

---

## ÍNDEX

---

<b><u>Introducció</u></b> .....	3
<b>I. <u>Els orígens de la premsa i de la dona</u></b> .....	7
1. L'antiguitat i l'edat mitjana .....	8
2. Humanisme i Renaixement .....	14
3. La premsa al segle XVII .....	18
4. La premsa durant la Il·lustració: els inicis de la premsa femenina.....	20
<b>II. <u>La premsa femenina al segle XIX</u></b> .....	33
1. El matrimoni i la llar .....	33
2. La moda, la bellesa i el luxe .....	35
3. L'educació i la instrucció .....	37
4. Les primeres manifestacions feministes .....	39
5. Les publicacions femenines del segle XIX .....	44
<b>III. <u>La premsa femenina al segle XX</u></b> .....	56
1. Des de la crisi del 98 fins la I Guerra Mundial .....	57
1.1. La dona proletària .....	58
1.2. La dona burgesa .....	59
2. Des de la I guerra mundial fins la dictadura de Primo de Rivera.....	65
2.1. L'educació femenina .....	66
2.2. El vot femení .....	68
2.3. La bellesa i la moda .....	69
3. La dictadura del Primo de Rivera .....	69

<b>4. La II República</b> .....	71
4.1. Revistes femenines republicanes .....	73
4.2. Revistes femenines antirepublicanes .....	75
<b>5. La Guerra Civil i el Franquisme</b> .....	76
5.1. Anys de guerra.....	77
5.2. Postguerra i anys d'autarquia.....	82
5.3. Final del aïllament i anys de “desarrollisme” .....	86
<b>6. Transició política</b> .....	91
<b>7. Anys 80: el boom internacional</b> .....	94
<b>8. Anys 90: remodelació del sector</b> .....	97
<b>IV. <u>La premsa femenina a l'actualitat</u></b> .....	102
<b>1. Definició i classificació de premsa femenina</b> .....	103
<b>2. Anàlisi de les revistes femenines d'informació</b>	
<b>general actuals</b> .....	104
2.1. Objectiu i metodologia.....	104
2.2. <i>Elle</i> .....	107
2.3. <i>Harper's Bazaar</i> .....	112
<b>V. <u>Conclusions</u></b> .....	117
<b>VI. <u>Annex</u></b> .....	120
<u><b>Bibliografia</b></u> .....	122

---

# INTRODUCCIÓ

---

*La dona entre pàgines* és un estudi que tracta sobre com ha evolucionat el rol de la dona, la premsa femenina i la imatge de la dona que aquesta ha transmès a la societat espanyola des de la primera publicació que va aparèixer a Espanya al segle XVIII fins a l'actualitat.

La dona ha sigut el sexe més reprimat, menyspreat, criticat i maltractat per la societat al llarg de la història. Definida ja per naturalesa defectuosa, dèbil, inferior; creada solament per poder perpetuar l'espècie, complementar l'home, per servir-lo i per ser utilitzada com un objecte més. Una injustícia sense raonament ni fonament, simplement acceptada i gairebé mai qüestionada.

Per aconseguir igualar-se a l'home ha necessitat una lluita dura i lenta, però que finalment, i sobretot durant els dos últims segles, l'han portat a gaudir dels drets i llibertats que tant havia desitjat.

El fet de ser dona fa que les penúries per les quals ha passat el meu sexe em portin a sentir-les com a pròpies. Però també em fa valorar i agrair tots aquells èxits aconseguits, i finalment voler fer un treball de recerca en el qual la dona i la seva evolució siguin les protagonistes.

Un segon motiu que explica l'elecció del tema és la consideració de la moda, la bellesa, les preocupacions femenines i l'oci, com uns factors que han evolucionat de la mà de la dona, definint i marcant cada canvi que experimentés. Així que, reunint tots aquests aspectes en un vehicle de difusió

d'informació i de cultura, i que adopta tanta importància en la societat que es converteix en reflex d'aquesta, com és la premsa, apareix la premsa femenina, que representa un mirall per tots aquests canvis lligats a la dona.

Per últim, fullejant qualsevol revista femenina es pot observar que aquestes actuen com a autèntiques dictadores d'allò que està considerat modern, que és necessari consumir, dels llocs on s'ha d'anar o de com s'ha d'actuar, i per tant, inculquen un model de dona a seguir. Aquí és on apareix el motiu pel qual s'ha analitzat profundament quines dones i quins valors transmeten actualment les revistes dedicades a les dones.

Així, els objectius plantejats en aquest estudi es resumeixen en els següents: per una part, corroborar si la imatge de la dona reflectida per la premsa femenina ha concordat amb el paper real de la dona a la societat i amb les seves aspiracions. Comprovar si la imatge de la dona que transmeten les revistes femenines actuals es correspon amb una evolució real i significativa, o si és més aviat un simple canvi formal i superficial. Analitzar si aquests models femenins que projecten les revistes són reflex de la dona espanyola en un sentit ampli o si constitueixen models femenins molt elitistes i idealistes. Per últim, veure fins a quin punt l'interès de la dona per la cura estètica i la moda és quelcom propi i independent, que es fa per gust, o si l'interès final està més encaminat cap a agradar, dominar, impressionar o persuadir a la resta de la societat.

La metodologia que s'ha emprat es basa en dividir el treball en dues parts: en primer lloc, un estudi diacrònic de la dona i la premsa femenina a

Espanya des dels seus orígens fins al segle XXI, i en segon lloc, un estudi sincrònic i comparatiu de dues revistes femenines actuals.

Per poder dur a terme l'estudi diacrònic, s'ha fet una divisió en tres capítols segons els diversos períodes històrics i la importància que aquests han tingut respecte al tema estudiat. Així doncs, el primer capítol serveix per situar els orígens de la dona i els de la premsa, fins arribar al segle XIX, període que s'aborda en el segon capítol. Aquest segon apartat, íntegrament dedicat al segle d'expansió de les revolucions liberals, pretén mostrar més concretament en quina situació es troba la dona espanyola quan apareixen les primeres publicacions per a ella, i quina relació s'estableix entre els dos elements. El tercer capítol correspon al segle XX, el qual té una extensió superior als anteriors per ser un segle que presenta una infinitat de canvis per qualsevol àmbit de la societat, però especialment pel paper de la dona i per l'evolució de la premsa femenina.

D'altra banda, l'estudi sincrònic i comparatiu s'ha fet seleccionant dues revistes femenines actuals: *Elle* i *Harper's Bazaar*. Dins l'incalculable nombre de revistes dirigides a la dona que es poden trobar avui en dia, s'han escollit dues que formen part d'aquella premsa femenina d'informació general, fugint de premsa femenina per a un servei o àmbit concret, o de l'anomenada premsa del cor. L'elecció s'ha fet així, perquè pel tipus d'objectiu que es vol aconseguir es necessita un model de dona que s'apliqui a tots aquells àmbits de la societat i que no només es centri en uns d'específics, ja que llavors els resultats no serien vàlids ni útils per a l'estudi. Un altre criteri seguit és que aquest tipus de premsa, a part de representar la més innovadora formalment, és una de la que

compta amb un major nombre de lectores, i per tant els valors que transmet arriben a una part més gran de la població.

---

# I. ELS ORÍGENS DE LA PREMSA I DE LA DONA

---

Des de l'antiguitat, totes les persones de totes les cultures han experimentat la necessitat de comunicar-se entre si. Els mòbils d'aquesta autoexigència comunicativa són molt variats, però bàsicament es poden reduir a cinc grans impulsos primaris: expressar el que sentim, proporcionar o buscar informació, influir en els que ens envolten per obtenir alguna cosa d'ells, participar en interaccions socials, i obtenir un plaer estètic a través de la creació lingüística. Simplificant encara més, els eixos de la comunicació sempre han estat tres: informar, persuadir i entretenir.

L'objecte d'estudi d'aquest treball no afecta tant la comunicació individual, singular i circumstancial, com l'anomenada "comunicació social": la interacció entre un emissor (comunicador) i un receptor massiu (o audiència, un grup caracteritzat per tres condicions: ser gran, ser heterogeni i ser anònim). Encara que el terme "comunicació social" és relativament modern<sup>1</sup>, aquesta és la comunicació utilitzada des d'antic per transmetre els grans esdeveniments que afecten una comunitat, com podrien ser les victòries o derrotes dels exèrcits, el naixement o la mort d'algun monarca, o la instauració de normes de conducta per a la supervivència d'aquesta comunitat. En aquesta línia, la "comunicació social" és indeslligable d'una noció d'"influència": reforçar actituds i creences, possibilitar canvis en els comportaments, crear estats d'opinió.

---

<sup>1</sup> Va ser utilitzat per primera vegada en els documents del Concili Vaticà II promogut pel papa Pau VI, en particular el *Decret Inter Mirifica* (1963) sobre els mitjans de comunicació de masses.



## 1. ANTIGUITAT I EDAT MITJANA

---

Des d'aquesta perspectiva d'"influència", el paper de la dona ha estat històricament restringit al de receptora dels missatges comunicatius d'àmbit social. L'antropòloga Peggy Reeves Sanday<sup>2</sup> ha observat, després d'un estudi de cent vuitanta-sis cultures, que els homes i les dones vivien de forma bastant igualitària abans que les poblacions comencessin a ser més nombroses o sorgissin les primeres disputes entre diferents grups humans. A partir d'aquí es comença a atribuir un paper subordinat a la dona i comencen a aparèixer els tabús sobre la menstruació o el naixement. Es transmet al nens que els homes són el sexe valent i fort i les dones el passiu i sumís, i aquesta diferenciació acaba per ser tan acceptada socialment que es veu com quelcom innat i natural.

En les primitives societats nòmades protoagrícoles la dona mantenia probablement un paper social semblant al de l'home. Les dones es dedicaven a la recol·lecció i triaven per aparellar-se als millors caçadors, tot acceptant la carn de les seves preses com a contrapartida. Els antropòlegs coincideixen a considerar que en aquest estadi evolutiu la monogàmia resultava poc interessant -poc útil- per a ambdós sexes. Però la situació va variar quan els homes es van convertir en caçadors d'alt rendiment i, encara en major mesura, amb el desenvolupament de les societats agrícoles sedentàries. L'increment del subministrament de carn procedent d'un únic proveïdor hauria fet més interessant per a la dona establir un "compromís" d'exclusivitat mútua amb un home, generant-se una organització espontània de la comunitat en famílies monògames. A més, la caça major era una activitat que implicava més fortalesa

---

<sup>2</sup> Extret de ANDERSON, Bonnie S., ZINSSER, Judith P., *Historia de las mujeres: una historia propia*, volum 1.

física i la realització d'esforços violents, instaurant així una rígida divisió sexual de les competències entre homes i dones. En les comunitats sedentàries establertes, per exemple, en els deltes dels rius (terrenys en els quals la fertilitat es renovava per si sola i amb una fauna abundant), l'existència d'una població nombrosa garantia la supervivència enfront de la pressió de grups humans rivals. La maternitat intensiva de la dona va esdevenir una funció social prioritària, i això va extremer la seva dependència. L'horticultura i la ramaderia van deixar de ser activitats genuïnament femenines i la dona va perdre aquesta quota de producció econòmica limitadora fins a cert punt del domini masculí. Les tribus amb aquesta mentalitat es van revelar tan competitives davant ètnies amb taxes de natalitat més baixes que, en pocs mil·lennis, la submissió del sexe femení a les obligacions de la criança es va propagar fins constituir un tret gairebé universal del comportament humà. I la seva influència en les normes de convivència del grup social va decreixer per complet.



Fig. 1: Aquesta escultura prehistòrica representa el cànon de bellesa femení, el qual tenia els malucs amples i els pits grossos, simbolitzant la importància de la fertilitat. (Font: Adracul Wordpress)

En aquests inicis de la història de la humanitat la comunicació social es retransmetia oralment i/o de forma visual: adorns corporals i tatuatges, ornaments a les armes, robes, objectes simbòlics, escuts i pendons, ritus cerimonials i balls, els "consells d'ancians", les pràctiques protoreligioses de bruixots i druides, el "praeco" romà (l'avantpassat del nostre "pregoner")... La història de la comunicació social ens ha llegat exemples paradigmàtics, com les

pintures rupestres de Chautet (30.000 aC), els petroglifos d'Häljesta (10.000 aC), els "quipus" inques, els "wampum" dels indis nord-americans, el foc encès

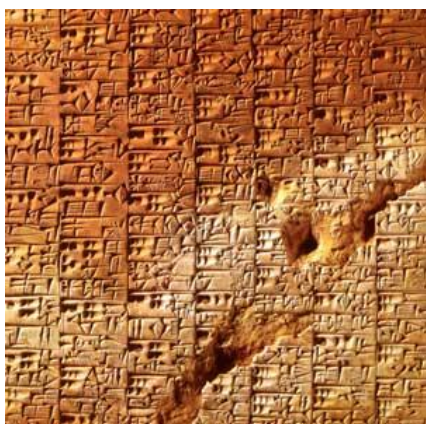


Fig. 2: Exemple de la primera manifestació d'escriptura cuneïforme que utilitzaven el sumeris fa uns sis mil anys. (Font: La guia. Lengua.)

sobre la Gran Muralla xinesa per advertir a gran distància de l'atac dels enemics... o la cèlebre carrera empresa fins Atenes pel soldat de Marató per comunicar que els grecs havien vençut als perses. Com és sabut, l'escriptura neix a partir de representacions pictogràfiques (l'escriptura cuneïforme) i d'ideogrames.

Però no és fins a l'antiga Roma que ens trobem amb les primeres manifestacions de comunicació escrita sobre fets de la comunitat. Aquestes manifestacions s'anomenaven *Acta Diurna*, i van néixer al 59 aC. quan Juli Cèsar va posar l'obligació de què es publicuessin totes les obres diàries del senat, les quals eren exposades en el fòrum o als murs del palau imperial. Aquestes actes on sortien publicades les accions del senat, eren anomenades *Acta Diurna, commentaria senatus*. Però poc a poc aquestes es van convertir en *Acta Diurna Urbis*, en la qual s'introduïen totes aquelles festes que es celebraven, els matrimonis o divorcis, les morts i altres esdeveniments de l'imperi, de tal manera, que es va crear un gaseta diària. Posteriorment, aquesta estructura de comunicació creada es va veure interrompuda per les invasions bàrbares a l'imperi romà i van causar la seva desaparició.

Dins del gran imperi romà, la seva societat està completament influenciada pels valors que s'havien començat a transmetre sobre la diferència entre els sexes. És durant les èpoques grega i romana quan ens trobem pobles

i ciutats guerreres que comporten que la subordinació de la dona encara sigui molt major de com s'havia iniciat; la dona no pot lluitar com fan els homes guerrers i els hi deu a ells, que la protegeixen, la seva supervivència en períodes de guerres. Aquesta imatge de la dona obedient, la principal funció és fer de mare i d'esposa, ja la podem veure reflectida en escrits grecs i romans. A l'*Odissea* d'Homer, Penélope és l'esposa fidel d'Ulisses (l'espera durant vint anys de vides separades) i és representada i exaltada com la dona ideal. Un altre exemple de la inferioritat atribuïda a les dones a la societat romana és que tan sols els nens tenien nom propi; les nenes només tenien cognom i eren diferenciades per sobrenoms.

Arribats a l'Edat Mitjana, sorgeix la creixent activitat comercial, i amb les rutes de la seda s'introdueix el coneixement de l'elaboració del paper a Europa a través d'Espanya cap al segle X (data aproximada del *Missal Toledà* conservat al Monestir de Silos i que està elaborat amb paper). A partir d'Espanya s'estén cap a França, que comença a produir-lo utilitzant lli a partir del segle XII.

En segon lloc, l'aparició de l'impremta al 1450 gràcies a Gutenberg és un altre fet essencial pel naixement de la premsa escrita tal i com la coneixem avui en dia, ja que sense aquest gran invent no es podria haver cobert la demanda d'informació que es va produir per tota Europa. La impremta, que en qüestió de pocs anys es va estendre per tots els països europeus, permetia publicar grans tiratges de llibres que abans s'havien escrit a mà. Una dada a destacar és que en els primers 50 anys després del seu naixement es van imprimir més de 6.000 obres diferents.

Però aquests dos avenços tècnics no són els únics impulsors de l'evolució de la premsa al segle XV, sinó que a més a més, se li ha de sumar un avenç social tan determinat com és el progrés d'alfabetització de la població gràcies a que els grans fluxos de comerç permetien l'arribada de noves cultures i coneixements.

L'Edat Mitjana es caracteritza per la gran influència cristiana en tots els àmbits de l'existència. Després de la difusió del cristianisme per mitjà de la conversió i la conquesta per tot el continent, Europa es declara completament terra cristiana ja des del segle IX. Aquesta doctrina religiosa conserva els vells prejudicis sobre les dones i n'afegeix de nous. D'igual manera que per una banda exaltava la dona com a creadora de vida (i el model és la Verge Maria), per una altra la subordinava completament a l'home constrenyent-la al paper d'esposa i mare i configurant un codi moral de fèrria submissió. Li va atribuir la novetat de poder deixar la família per dedicar-se al culte (una nova forma d'adquirir autoritat i independència a la qual podia accedir), però continuava la tradició de la superioritat masculina. La inferioritat femenina es veia com quelcom ortodox, lligat a l'ordre i la tradició: un hàbit sacralitzat.

La doctrina dels Pares de l'Església es reforçava amb les opinions heretades de les "autoritats" clàssiques, Plató i Aristòtil. Segons Plató l'home té una ànima racional, immortal (que ell situava al cap), mentre que les altres dues parts de l'ànima són mortals: una, ubicada al pit, la del coratge militar; l'altra, allotjada al ventre, la del desig. En canvi, com l'essència de la dona és l'úter, la seva ànima quedava situada en la concupiscència: no tenia ànima racional. Plató definia la dona com un home "incomplet", i Aristòtil reincideix en

aquesta visió: la dona és “el defecte, la imperfecció sistemàtica respecte a un model”, el masculí.

El Dret medieval, hereu del romà i del germànic, sol considerar la dona com a un ésser menor d'edat, “incapaç”. La dona, en la majoria dels casos, no pot disposar de la seva fortuna, administrar els seus béns, o presentar-se davant un tribunal; per realitzar qualsevol d'aquestes gestions, la presència d'un home -pare, marit, germà...- és imprescindible. Malgrat les opinions d'Abelardo i de Robert d'Arbrissel, a la fi del segle XI, que proclamaven la igualtat de l'home i de la dona, la imatge que s'imposa és la de la dona com temptadora, feble i pecadora, creada de l'home i per a ell. Amb Tomàs d'Aquino (1225-1274), la “filla d'Eva” es converteix en “una deficiència de la natura”; tot coincidint amb Plató, afirma que “l'home ha estat ordenat per l'obra més noble, la de la intel·ligència, mentre que la dona va ser ordenada amb vista a la generació”. Resulta interessant, en aquest sentit, certificar la gran participació de les dones en tots els moviments heterodoxos o "herètics" entre els segles XI i XV, potser perquè representaven una promoció de la dona a nivell religiós i ideològic que li negava l'integrisme catòlic.

Hi ha excepcions, per descomptat: les dones -les dones "nobles", cal aclarir- no sempre acceptaven amb submissió aquesta relegació social. Convents i monestirs es van convertir en un refugi per a moltes dones desitjoses d'una vida intel·lectual més enriquidora, encara que la seva capacitat d'influència extramurs fos molt limitada. El reformista religiós Robert d'Arbrissel va fundar l'abadia mixta de Fontevrault, dirigida per una abadessa que manava tant als homes com a les dones de la comunitat. De fet, en un període marcat

pel feudalisme i la guerra, els grans senyors mostraven poca o cap preocupació per la cultura i, sovint, deixaven l'administració en mans de les seves dones:



Fig. 3: Escultura funerària que representa a Leonor d'Aquitània amb un llibre a les mans, pel seu gust per la lírica provençal i el seu alt nivell cultural. (Font: Blog for all seasons)

Leonor d'Aquitània, Maria de Champagne i Blanca de Castella són potser els exemples més notables. Ja en el segle XV, Christine de Pisan (1364-1430) va escriure a *La ciutat de les dames*: "Els homes, que sempre proclamen la seva força i

coratge, cauen en mides fallades i criminals errors no per ignorància sinó sabent que s'equivoquen, això sí, sempre es busquen disculpes, dient que l'error és humà. Ara bé, que una dona tingui el menor error -provocat, en general, per un abús de poder per part de l'home- i ja estan llestos per acusar (...) En realitat ells es van carregant de tanta autoritat moral que s'atribueixen el dret d'acusar les dones dels pitjors defectes i crims, sense saber mai comprendre o disculpar-les. (...) Així, l'home sempre té el dret al seu favor perquè pledeja representant a ambdues parts."<sup>3</sup>

## 2. HUMANISME I RENAIXEMENT

Paradoxalment, el gran impuls cultural que va suposar la irrupció de l'Humanisme i el Renaixement no va jugar a favor de la dona. Durant el segle XIII, les primeres universitats es converteixen en centres del saber a Europa, però la majoria d'elles estaven dirigides i gestionades per l'Església i, per tant,

<sup>3</sup> Extret de Martínez, María Lara, "La emancipación de la mujer en la obra de Christine de Pisan", a [www.bibliotecagonzalodeberceo.com/berceo/adelinercuoi/christinedepison.pdf](http://www.bibliotecagonzalodeberceo.com/berceo/adelinercuoi/christinedepison.pdf)

vetades per a la dona. El nou model d'home "cortesà", destre tant per a la guerra com per a les lletres, va fer minvar la importància activa de la dona en l'administració i en la cultura. Amb l'aparició del llibre imprès, la cultura es va estendre i va propagar a través de tota Europa els ideals renaixentistes, però a receptors masculins, als "nous" homes. "La desaparició de la població femenina de la vida cívica comença, al parell que la seva desaparició en el domini cultural i professional, en els últims segles de l'edat mitjana. En 1431 es va acusar i es va cremar públicament a una dona per haver-se atrevit a dur un vestit masculí i actuar com un home: es deia Joana d'Arc"<sup>4</sup>, escriu Adeline Rucquoi.

El primer bloc de publicacions que podríem diferenciar en un espectre proper al periodisme són les *cròniques*: unes narracions de caràcter històric i propagandístic, molt similars a les *Actes Diurnes* de l'Imperi Romà, que abastaven tot allò que feia el monarca i el que passava a les ciutats.

Un segon bloc serien les *Cartes-Diari*, que estaven fetes pels comerciants i en un principi comunicaven qualsevol canvi o incident relacionat amb el negoci, però van evolucionar en donar informació de caire polític i militar.

Els *almanacs* serien el tercer bloc. Aquests es caracteritzaven per ser publicacions anuals, en un format de calendari on s'hi trobaven informacions de caràcter astrològic, les festes populars o santorals, dates de mercats i fires, i

---

<sup>4</sup> Rucquoi, Adelina, "Historia de un tópic: la mujer en la Edad Media", a [www.bibliotecagonzalodeberceo.com/berceo/adelinrucquoi/mujermedieval.htm](http://www.bibliotecagonzalodeberceo.com/berceo/adelinrucquoi/mujermedieval.htm)



també pronòstics meteorològics. Els almanacs es consideren un dels elements propulsors de l'alfabetització dels estaments socials més desfavorits.

Per últim trobem els *avisos*, també anomenats *foglio a mano* o *gazettes*. Aquests van començar a sorgir a Venècia, una de les ciutats més importants pel comerç d'Europa, i es van estendre per tot el continent. Els *avisos* consistien en pàgines escrites a mà - en un primer moment, i després impreses - que tan sols tenien la data i el nom del lloc on s'escriuien. Eren venuts als ports i a les places i facilitaven informació sobre l'activitat bèl·lica del Mediterrani oriental, els preus de les mercaderies i successos insòlits. Sortien cada setmana i es venien per una moneda de coure anomenada "gazetta", del valor d'uns dos diners, que es pagava per cada plec o exemplar. Aquest és el tipus de publicació que més semblança té amb els diaris actuals.

Al llarg del segle XV apareixen dues noves publicacions: els *Ocasionals*, que tal com diu el nom es publicaven quan l'ocasió ho requeria, com per exemple, les de 1492 sobre el descobriment d'Amèrica de Cristòfol Colom; i les *Relacions*, de caràcter semestral, coincidint amb la fira d'editorials i llibreters que es celebrava dues vegades a l'any a la ciutat de Frankfurt. Les *Relacions* recollien els esdeveniments d'Europa durant el temps transcorreguts entre fira i fira.

Convé incidir que en totes aquestes manifestacions la periodicitat informativa estava condicionada per dos factors: a) El centre d'interès noticiari, ja que el nucli de recepció de les notícies es convertia immediatament en el seu propi mercat de difusió. Així, la periodicitat de les fulles venecianes responia a l'arribada dels vaixells que navegaven per la Mediterrània, i els almanacs

alemanys a la convocatòria de les fires (semestrals o anuals), b) L'estabilització d'una xarxa de correus. Les publicacions impreses van haver d'adequar la seva aparició amb l'arribada de diligències: setmanal o quinzenal.

En aquesta època, com es pot deduir, l'interès informatiu estava lligat estretament als nous descobriments, als conflictes bèl·lics i a les activitats comercials. Cap d'aquestes vessants oferiria una participació activa a la dona, que va romandre en el més absolut anonimat per aquests incipients mitjans de comunicació social. Tot i els corrents d'innovació que portava el Renaixement a Europa, en relació a la dona es va refermar la tradició que la subordinava a l'home. Amb l'aparició de la burgesia i el desenvolupament urbà, la dona s'havia incorporat des del segle XIII a diferents "arts" o "oficis" (tot i que amb salaris inferiors als masculins). En alguns d'aquests oficis exercien gairebé un monopoli: els tèxtils i de confecció, els relacionats amb l'alimentació (a Anglaterra només les dones podien fabricar cervesa), treballs del cuir... S'advertia així mateix la presència femenina en els tallers del metall i en la construcció. Però ja el 1461, a Anglaterra, es va denunciar el treball de la dona com a causa de la manca de treball per a l'home, i progressivament les diverses legislacions europees van prohibir la participació de les dones en els oficis tradicionalment detinguts pels homes, fins al punt que el segle XVI marca tota una regressió en aquest sentit. El renaixement "mercantilista", que donarà pas a l'era capitalista, implica una mort de la dona com a entitat econòmica activa dins la societat. Així, en una època en la qual a l'home se li obrien moltes portes noves, les úniques opcions per a la dona, sobretot a Espanya, són ser casada, monja, santa, prostituta o bruixa. Tant sols la minoria que

representaven les dones nobles optaven a poder dedicar-se a la cultura o a la vida política sense ser objecte d'amonestacions.<sup>5</sup>

Els moralistes del segle XVI - amb Lluís Vives al capdavant- van dibuixar una versió ideal de la dona com un compendi de virginitat, bellesa, abstinència i deures matrimonials, i van taxar no només les normes de comportament sinó fins i tot la seva forma de vestir. "A la seva vida la dona tres sortides ha de fer: baptisme, casament i sepultura", deia un aforisme moral. Abonant aquest criteri podem llegir a *El Príncep* de Maquiavel: "Iestic convençut del següent: és millor ser impetuós que prudent, perquè ja que la sort és com una dona, per sotmetre-la cal pegar-li i maltractar-la. I es pot veure que es deixa vèncer més fàcilment, i per això, com a dona que és, sempre és amiga dels joves, perquè són menys cautelosos, més ferotges i la governen amb més audàcia."

### 3. LA PREMSA AL SEGLE XVII

---

En el XVII, al Barroc, les publicacions nascudes en els segles anteriors es consoliden per crear el que anomenem "periodisme" en un sentit més modern. Tot i la situació d'inestabilitat i de revoltes al continent europeu, no minva en absolut el creixent èxit de les publicacions de premsa escrita (sobretot les gasetes) que comencen a gaudir d'una gran difusió i acceptació i es converteixen en un mitjà molt influent. Temoroses de la seva potencial perillositat, les monarquies absolutistes dominants no vacil·len a crear una normativa jurídica segons la qual imprimir i difondre llibres o notícies era un

---

<sup>5</sup> Fernández Álvarez, Manuel, "Las ocultas mujeres del Renacimiento", a [http://elpais.com/diario/2003/01/18/babelia/1042849034\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2003/01/18/babelia/1042849034_850215.html)

privilegi reial, i per mantenir sota el control dels seus governs la informació difosa creen una gaseta “oficial” de l'estat amb una periodicitat setmanal.

Els països europeus més destacats i pioners en la publicació de gasetes són el imperi Alemany i els Països Baixos. És a Estrasburg on trobem al 1609 la primera gaseta setmanal amb el nom de *Relation*. En aquest mateix any apareix a Praga la primera publicació diària sota el nom d'*Avisa-Relation oder Zeitung*, però a partir de llavors i en general durant la primera meitat del segle XVII apareixen gasetes setmanals a la majoria dels països europeus. Cal destacar la gaseta considerada la més important del segle, la *Gazette*, publicada per primer cop a París al 1631 pel primer periodista de la història: Théophraste Renaudot, metge i funcionari reial protegit d'en Richelieu. Es publicava setmanalment, comptava amb un tiratge de 1.200 exemplars i es va continuar publicant fins l'any 1915.

El model de la *Gazette* va inspirar també la *London Gazette* i, a l'Espanya barroca, *La Gaceta de Madrid*, publicada mensualment, que és l'actual Butlletí Oficial de l'Estat (B.O.E). Aquesta publicació va sorgir al 1661 sota el nom de *Relación o gaceta de algunos casos particulares, así políticos como militares, sucedidos en la mayor parte del mundo*. Va ser creada a instàncies de l'infant don Juan José d'Àustria, el privat del rei Carles II d'Espanya, amb un caràcter propagandístic: influir en el poble per encaminar l'opinió pública cap als interessos del seu govern. Amb aquest objectiu el privat va contractar el flamenc Francisco Fabro Bremudán, convertint-se aquest en el primer escriptor de gasetes espanyoles. La gaseta va es va continuar publicant fins a la mort del privat, moment en què es va interrompre la seva publicació.

Tot i així, l'any 1667 es va reiniciar la seva publicació, ja sota el nom de *La Gaceta de Madrid*.

Per tot Europa neixen de manera molt similar les publicacions periòdiques setmanals, però Anglaterra destaca per ser pionera en establir la primera llei de censura i regulació al 1637, coneguda com la "*Star Chamber*", i també van ser els anglesos els primers d'establir una llei de lliure publicació al 1688, que abolia l'anterior.

No tots els diaris van ser òrgans oficials. Els nacionalistes dels Països Baixos, en la seva lluita contra Espanya, van tenir els seus periòdics d'informació, i també la burgesia francesa en la seva lluita contra la monarquia, o el partit "whig" a Gran Bretanya (*The Spectator*, 1711).

#### 4. LA PREMSA DURANT LA IL·LUSTRACIÓ: ELS INICIS DE LA PREMSA FEMENINA

---

Amb el segle XVIII arriba la Il·lustració i l'objectiu d'aconseguir que la població surti de la ignorància i la incultura. Kant i Rousseau potencien la idea que un poble educat serà un poble eficaç, i un poble eficaç serà un poble feliç. Els il·lustrats defensen que com la raó és l'element distintiu de l'espècie humana en relació als animals i, a més, un element global aliè a qualsevol distinció social, racial o sexual, és possible mitjançant el diàleg arribar a acords i veritats útils. Es parteix de l'experiència dels sentits per, a través d'una anàlisi objectiva de la realitat, arribar als primers principis, principis que no necessiten ser eterns i immutables: no es tracta de buscar la revelació de la veritat més profunda de l'ésser, sinó una veritat amb la qual es pugui estar d'acord i que permeti un progrés fiable de l'individu. La Il·lustració comporta ni més ni menys

que una ruptura amb els vells axiomes basats en la fe i en la tradició heretada, amb els dogmatismes, i també -de manera lenta però inexorable- amb els arcaics prejudicis sexuals.

Les publicacions periòdiques setmanals ja són un fet generalitzat a tot el continent, i és durant el segle XVIII quan sorgeixen els diaris i publicacions cada vegada més especialitzades, com ara científiques, literàries, satíriques i, fins i tot, d'opinió. També es comencen a decantar cap a ideologies diferents. Ja al 1715 hi havia a Anglaterra un ventall important de publicacions periòdiques que contribuïen a formar l'opinió pública: un fonament bàsic per arribar a la democràcia. Juntament amb el desenvolupament del ferrocarril i la plena situació d'industrialització, a finals del segle XVIII Anglaterra és el centre del periodisme. Com a corol·lari, l'any 1792 s'estableix la "*Libel Act*", que donava total llibertat de premsa.

La il·lustració és una etapa molt important en la premsa ja que és durant aquesta quan la premsa en general arriba a aconseguir un dinamisme que no havia tingut mai: el nombre de publicacions es multiplica, cada vegada la freqüència de publicació és major i el seu format és molt més elaborat. Però tots aquests avenços són majoritàriament gràcies a la posició activa en la societat que adquireix la burgesia, que forma el motor econòmic de tot l'àmbit periodístic i a la vegada provoca que aparegui l'opinió pública. Un exemple d'aquest caràcter dinàmic de la premsa que aporta la Il·lustració és que a França si del 1720 al 1730 hi havia 40 noves publicacions, entre 1740 i 1750 eren 90, fins als anys 60 van arribar a les 115 i finalment, als voltants de 1780, eren 167.

Tanmateix, a diferència d'Anglaterra, al continent va seguir la repressió informativa del poder monàrquic. Fins i tot els diaris culturals expressaven la posició del poder establert: *Le Journal des savants* seria el model en què es va inspirar el *Diario de los literatos de España* (des 1737), de periodicitat trimestral. Però la Revolució Francesa i la independència nord-americana van activar la presa de consciència de la necessitat de la llibertat de premsa (enunciada en l'article 12 de la Declaració de drets de l'Estat de Virgínia, el 1779, i posteriorment recollida per la Constitució americana de 1787). La doctrina liberal va instaurar l'opinió pública com factòtum polític: d'aquí que el polític britànic Burke la bategés com "el quart poder".

A Espanya, el segle XVIII representa també el moment en què s'estableix permanentment la premsa diària, però amb l'inconvenient del seu elevat preu que fa que només la puguin adquirir les persones de classes benestants. Aquest elevat preu es devia al fet que els editors tan sols comptaven amb els diners que extreien de la venda del diari perquè encara no tenien publicitat que els hi donés beneficis extres. L'autoritarisme polític, d'altra banda, va ser insuficient per impedir la publicació -gairebé clandestina- de diaris amb una clara mentalitat il·lustrada i liberal, amb una existència precària per la continuada vigilància estatal, com *El Duende de Madrid* (1735) del frare Manuel de San José. Cal esmentar també l'aparició del *Diari de Barcelona*, fundat el 1792 per Pedro Pablo Usson.

L'any 1693 apareix a la Gran Bretanya *The Ladies' Mercury*, que tot i tenir una vida de poques setmanes, va significar el sorgiment per primera vegada d'una publicació únicament dirigida a les dones. La revista es va comprometre a respondre totes aquelles preguntes relacionades amb tots els

temes que poguessin ser preocupants amb tota suavitat. El tema principal del qual tractaven era l'amor i les lectores l'únic que havien de fer era enviar el desconcertant comportament que tenien els homes a les membres de *The Ladies Society*, que en una cafeteria propera a la catedral de Saint Paul's intentarien donar una resposta o, si més no, algun consell perquè no es desesperessin.

Tot i aquesta publicació tan pionera, les publicacions femenines com a tals tenen el seu sorgiment massiu al segle XVIII, moment en què es comencen a respirar aires de revolució per tot Europa i la dona comença a adoptar un paper no tan marginal com a conseqüència de la importància que comença a adquirir el luxe en les classes altes de la societat i, per altra banda, la preocupació o inquietud social que produeixen per primer cop temes com l'educació de la dona o la seva inserció al món laboral. Tots aquests aspectes es poden veure reflectits en les pàgines de les revistes que neixen en aquesta etapa.

França es converteix en referent durant segles del món de les revistes femenines. Cap els voltants del 1750, en un ambient de naixement de la il·lustració en el seu estat més pur, comencen a manifestar-se les primeres notes de canvi i modernització d'una societat que havia marginat el sexe femení de qualsevol dret. Un dels pocs progressos fets és que les nenes més afortunades poden estar en un convent on les eduquen per sortir als catorze anys i casar-se per conveniències familiars.

Així sorgeixen en un mateix moment un gran nombre de revistes femenines, de les quals algunes únicament es dedicaven a informar sobre les



darreres tendències de moda, que en aquells moments previs a la revolució dictava l'aristocràcia, però a més d'aquest tipus de publicacions apareixen unes altres de caire més revolucionari o reformista que intentaven transmetre els ideals que la Il·lustració preconitzava. Un dels principals obstacles (i no només a França) amb què van topar aquestes primeres revistes va ser l'elevat analfabetisme, més greu com més es baixava en l'escala social, i com a resultat van causar sovint indiferència. Aquest fet va afectar sobretot a la primera publicació femenina que trobem a França i que data del 1759. El seu nom era *Journal des Femmes* i encara que es trobés amb aquest obstacle va aconseguir mantenir-se durant vint anys i va ser model de totes les següents, tant franceses com de la resta d'Europa, ja que agradaven pels seus gravats i el seu disseny innovador i atractiu.

Tornant al tema dels ideals reformistes i modernitzadors que portava la Il·lustració, per primera vegada comencen a afectar també de forma col·lectiva al paper de la dona: en els anys previs a la revolució de 1789 destaca en aquest àmbit l'il·lustrat Nicolas de Condorcet, autor de la obra *Esbós d'una taula històrica dels processos de l'Esperit Humà* (1743) en la que es defensa el paper de la dona en la societat, comparant les seves condicions socials amb les dels esclaus.

“L'hàbit pot arribar a familiaritzar els homes amb la violació dels seus drets naturals, fins a l'extrem que no es trobarà a ningú entre els que els han perdut que pensi tan sols en reclamar, ni cregui haver estat objecte d'una injustícia. (...) Per exemple, no han violat tots ells el principi de la igualtat de drets en privar, amb tanta irreflexió a la meitat del gènere humà del de concórrer a la formació de les lleis, és a dir, excloent a les dones del dret de ciutadania? Pot

existir una prova més evident del poder que crea l'hàbit fins i tot prop dels homes erudits, que el de veure invocar el principi de la igualtat de drets (...) i d'oblidar-ho respecte a dotze milions de dones? " <sup>6</sup>

Com reflecteix aquest fragment de Condorcet, arribada la revolució amb el seu lema de "*Liberté, Egalité, Fraternité*" i la seva lluita per la igualtat i els drets naturals dels homes, apareix una contradicció ja que negar l'accés de la dona als drets polítics representa negar la seva llibertat i igualtat. Conseqüentment, al cap de tres anys l'activista i autora teatral Olimpia de Gouges publica la *Declaració del Drets de la Dona i Ciutadana*, que és una còpia exacta de la publicada a l'agost del 1789. Olimpia defensava que la dona era un ésser lliure de naixement, igual que els homes, i les lleis han de ser iguals per tots els ciutadans. Les seves idees feministes no van agradar als sectors més radicals, portant-la al seu empresonament i execució durant la dictadura jacobina.

Tot i aquest intent frustrat, la Il·lustració va fer que aquelles dones més privilegiades comencessin a dedicar-se a activitats com la lectura, la pintura, l'escriptura, la música, la dansa, i a sortir al teatre o participar en altres esdeveniments culturals. Per primera vegada, les dones (sobretot de l'alta aristocràcia i de la burgesia, però tampoc no van faltar casos al poble) van plantejar de manera col·lectiva les seves aspiracions socials i polítiques, i encara que sotmeses al poder del marit -com aquest davant el rei- van aconseguir delimitar un mínim espai de llibertat personal. Concubines reials, dames de l'alta noblesa, burgeses enriquides, van ser fervoroses mecenes de

---

<sup>6</sup> Condorcet, "Essai sur l'admission des femmes au droit de cité", 1790, a PAULE-MARIE DUHET, *Las Mujeres y la Revolución*, Barcelona, 1974, Península.

totes les arts, van exhibir la seva capacitat, van sortir a la superfície en l'exigent món dels salons culturals on regnaven el respecte i l'elegància. Aquests salons, el precedent dels quals encara al segle XVII va ser l'Hotel de la marquesa de Rambouillet, van ser el terreny on va germinar per primera vegada la llavor de la igualtat entre homes i dones. No en va l'Hotel Rambouillet, presidit ja per la duquesa de Chartres, va ser testimoni de les primeres reunions revolucionàries.

Gràcies a aquesta culturalització d'una part de la població femenina, les revistes adreçades a les dones aconseguiren l'èxit de convertir-se en un gran factor influenciat de la societat a la vegada que reflex d'aquesta.

Però a les darreries del segle XVIII i singularment durant el bonapartisme, les revistes femenines franceses tenen totes un estil lleuger i frívol, són els dictadors del bon gust ja que l'aristocràcia, passada la revolució del 1789, ha deixat de ser el referent. Les publicacions que adoptaven una posició política concreta o que eren feministes desapareixen, i les que es mantenen no tracten cap afer polític per evitar problemes amb el règim del directori. En veritat, la cèlebre i misògina frase de Napoleó "Les dones no són res més que màquines de produir fills" fàcilment fa veure que per l'emperador francès el paper social de la dona era totalment prescindible.



Fig. 4: Dibuix on es representa una de les reunions a l'Hotel Rambouillet, on els seus assistents escolten a Corneille recitar *Polyeucte* (Font: ebookcenter.biz)

Tot situant-nos a l'Espanya de mitjans del segle XVIII ja podem trobar alguna publicació que es pot qualificar com a "femenina". Això es deu principalment al context històric en què ens trobem, en el qual les idees de la Il·lustració i els canvis que sorgeixen de la revolució industrial i francesa fan que es comenci a donar més rellevància a la dona dins la societat, i juntament amb el fet, com explica l'historiador de la premsa espanyola Gómez Aparicio, de què és l'època en què es dona la transició entre el periodisme tradicional i el nou periodisme, més organitzat.

Com a fet més significatiu a favor de la dona en la societat il·lustrada espanyola cal destacar la iniciativa del propi rei Carles III. L'any 1762, a més d'abolir totes aquelles lleis de censura i altres obstacles per aconseguir que la premsa fos més lliberal, preocupat per l'educació de les dones, quan crea la Societat Econòmica Matritense d'Amics del País inclou en ella 14 dones pertanyents a l'alta societat.

Molt aviat, a imitació de França, les dones espanyoles auspicien els seus salons: així, el de María Lorenza de los Ríos, marquesa de Fuerte Híjar (una d'aquestes 14 dones de la Societat Matritense); o el de la duquesa de Benavent i comtessa d'Osuna, al qual hi assistien personatges com Leandro Fernández de Moratín, Von Humboldt o Washington Irving. Una funció semblant, encara que sense dubte més modesta, complien els "passejos", espais de sociabilitat, d'esplai i de lleure per a homes i dones de la burgesia i de la noblesa. "Tanmateix –escriu Lucía Criado Torres-, els passejos no escapaven a la pretensió d'utilitat il·lustrada, i les reformes de les llums es feien presents en forma de jardí botànic, observatori astronòmic o com a Museu d'Història Natural en plena natura. A més, aquest costum no es limitava a les

classes altes de la societat, sinó que les classes populars acudien al prat o al camp com a escenari del seu entreteniment per relacionar-se, a manera de saló a l'aire lliure.”<sup>7</sup>

Seguint aquesta preocupació per l'educació de les dones que comença a sorgir a la meitat del segle XVIII, la autora i il·lustrada Josefa Amar publica dos llibres en el quals parla sobre aquesta preocupació i les esperances i desitjos de canvi social. Al 1769 es publica el llibre titulat *Discurso sobre la educación física y moral de las mujeres*, i al 1784 el segon amb el títol d'*Importancia de la instrucción que hay que dar a las mujeres*. Poc després és acceptada a la Reial Acadèmia Espanyola la primera dona que va ser graduada com doctora en filosofia i lletres en una universitat d'Espanya.

Un altre fet que ens mostra la rellevància que anava adquirint la dona dins l'àmbit social és la llei que permet que les dones i nenes puguin aprendre un ofici. Ens trobem en una època, per tant, en la qual la dona es comença a introduir en el món laboral legalment, i per tant l'home deixa de ser l'únic pilar econòmic de les famílies i es troba per primer cop amb la competència de les dones dins de la feina, tot i que els sous de la mà d'obra femenina fossin molt més baixos que els dels homes.

En violent contrast amb la dona obrera que es passa hores treballant desmesuradament per un míser salari, i en tornar a casa seva passa de l'esclavitud laboral a la subordinació familiar i a un món de deures que li són imposats per tradició, trobem la petita minoria de la burgesia femenina que sorgeix de la riquesa que comencen a adquirir els propietaris de les fàbriques.

---

<sup>7</sup> Criado Torres, Lucía, “El papel de la mujer como ciudadana en el siglo XVIII: la educación y lo privado”, a <http://www.ugr.es/~inveliteraria/PDF>

Aquestes són les dones que comencen a imitar els models francesos: sortien a passejar amb certa llibertat, sempre elegants i fràgils, gaudien del teatre des del lloc reservat especialment per a elles i podien permetre's el luxe de divertir-se. Són les dones que comencen a seguir els patrons que marca la moda francesa i a lluir-se amb els vestits més luxosos. És el naixement de les dones "adorn", que al llarg del segle següent s'aniran convertint en un aparador de la família benestant, tan sols educades per saber rebre les visites i comportar-se en societat.

La primera publicació que ja podem qualificar com femenina a Espanya és *La Pensadora Gaditana* que apareix publicada a Madrid i Cadis l'any 1768. Era una publicació setmanal de 24 pàgines on es podia llegir un "discurs moral" sobre els costums i la vida de les dones de l'època. Neix per mostrar-se en contra del periodista Clavijo y Fajardo que escrivia al diari *El Pensador*, on adoptava una postura completament contrària a les dones. Estava firmat per Beatriz Cienfuegos, de la qual no se'n té gaire informació, però sí se sap que l'incentiu que la portava a dur a terme aquesta publicació era "*la de criticar y hacer ridículos de los vicios que en capa de estilo y brillantez remarcable, se han introducido entre nosotros*".<sup>8</sup>

Tenia un estil senzill, espontani, directe i sense embuts que només una dona amb un caràcter liberal podia mostrar davant d'una societat que, malgrat els petits canvis a favor del sexe femení, li bloquejava la majoria de les portes. Tant és així que no varen ser poques les acusacions i amenaces que va rebre. Va haver, fins i tot, alguns que van dir que qui escrivia era un home, ja que

---

<sup>8</sup> Extret de MARRADES, M. Isabel, "Feminismo, prensa y sociedad en España", a *Papers: revista de sociología*, nº 9, 1978, p 93

aquella manera de redactar era impossible que sorgís d'una dona. A lo que ella va respondre:

*“ Porque todos porfían, y a su parecer con razón, de que no es la mujer la Pensadora: hay tal ignorancia –Dios ha dado a las mujeres otra alma distinta, y de menos facultades que la del hombre? O ¿procuran hacer valer aquella antigua y errada opinión, de que las mujeres crean animales imperfectos, extendiéndola también a sus luces, a sus discursos y a su entendimiento?... Desengáñense Uds., mujer soy, y mujer que tal cual puede discurrir, y ojalá que me fuera posible dejar de serlo, para de este modo alejarme cuanto putlliera de un sexo, que tan poco procura su esplendor...”<sup>9</sup>*

Com ja s'ha dit anteriorment, no s'ha trobat cap registre al seu nom ni res que pugui donar alguna informació sobre la identitat de Beatriz Cienfuegos, motiu pel qual es creu que aquest nom no és més que un pseudònim que utilitzava l'editora conscient que firmar amb el seu propi nom seria causant de tota mena d'escàndols en una societat en la qual una dona que demostrés la més mínima cultura queia en l'absolut ridícul i perdia tota la reputació que pogués tenir.

---

<sup>9</sup> CIENFUEGOS, Beatriz, *La Pensadora Gaditana*, Pensament III, p. 2.

Els ideals que Beatriz Cienfuegos volia transmetre a la societat femenina espanyola de finals del segle XVIII es troben completament a un altre nivell i separats del model de vida que duïen les dones de l'època. En primer lloc hi ha la minoria de dones nobles o burgeses que viuen a les ciutats més progressistes del país, les úniques per a les quals aquests ideals femenins de la il·lustració podrien ser en part compresos. D'altra banda, es troben la gran

*L'argumentació de la "pensadora" recorda poderosament el Discurs XVI del Teatro Crítico Universal (1726-1739), "Defensa de las mujeres", de Benito Jerónimo Feijoo: "Estos discursos contra las mujeres -deia l'il·lustrat frare- son de hombres superficiales. Ven que por lo común no saben sino aquellos oficios caseros, a que están destinadas; y de aquí infieren (aun sin saber que lo infieren de aquí, pues no hacen sobre ello algún acto reflejo) que no son capaces de otra cosa. El más corto lógico sabe que de la carencia del acto a la carencia de la potencia no vale la ilación; y así, de que las mujeres no sepan más, no se infiere que no tengan talento para más. Nadie sabe más que aquella facultad que estudia, sin que de aquí se pueda colegir, sino bárbaramente, que la habilidad no se extiende a más que la aplicación. Si todos los hombres se dedicasen a la agricultura (como pretendía el insigne Tomás Moro en su Utopía) de modo que no supiesen otra cosa, ¿sería esto fundamento para discurrir que no son los hombres hábiles para otra cosa? (...) Aun en caso que las almas sean entitativamente desiguales, ¿cómo nos probarán, o nos harán creer, que Dios escoge las mejores para los hombres, dejando las menos perfectas para las mujeres? Antes creeremos que la alma de María Santísima sería en ese caso la mejor que tuvo toda otra pura criatura, como de hecho afirma que aun en lo físico fue perfectísima el eximio Suárez. Y así, bien pueden estarse firmes las mujeres que dicen que la alma no es varón, ni hembra, porque dicen bien."*

majoria de les dones a Espanya que viuen en el més pur analfabetisme i que són quasi igual de fortes que els homes, dedicant-se a les dures feines del camp en un país que segueix mantenint el seu principal motor econòmic en el sector agrari, i per a les quals tots aquests ideals de progrés i modernització que ens ofereix *La Pensadora Gaditana* són infinitament inabastables.

Malgrat l'escàs seguiment que rep Beatriz Cienfuegos, és gràcies a ella que es posa de manifest la lluita que es comença a viure entre les aspiracions de canvi de la dona de la Il·lustració i

l'actitud d'arrelament tradicionalista i conservador que obstaculitzen el camí cap



al progrés. També és *La Pensadora Gaditana* la publicació que donarà inici a la premsa femenina a Espanya; a la darrera dècada del segle XVIII (concretament a 1795) la segona temptativa d'editar un altre diari femení anomenat *Diario del Bello Sexo* fracassa per la denegació del rei Carles IV a permetre la seva publicació.

---

## II. LA PREMSA FEMENINA AL SEGLE XIX.

---

El segle XIX es caracteritza a Espanya per ser una etapa de constants canvis tant de caràcter social com polític. Al llarg d'aquests cent anys, la dona espanyola passa de contemplar-los únicament des d'un pla secundari i amagat darrere de l'home, a començar a viure'ls cada cop com més protagonista. Aquest protagonisme comença a mostrar-se en la seva implicació i presència en reunions, conspiracions i batalles, de tal manera que les dones comencen a opinar i participar activament en la defensa de la família, la pàtria i la nació.

Tot i això, en la societat espanyola del segle XIX la dona continuava essent un complement de l'home, ja que segons el pensament de l'època, Deu i la natura havien creat a la dona com a tal.

*“El hombre por sí solo no constituye el verdadero individuo de la especie. La mujer es el complemento de este ser individual”<sup>10</sup>.*

---

### 1. EL MATRIMONI I LA LLAR.

---

En coherència absoluta amb el concepte cristià del sexe femení transmès generació rere generació, la dona no tenia mitjans ni oportunitats per valer-se per si mateixa en unes mínimes condicions de dignitat personal i de lliure elecció. A causa d'aquest fet es devia la importància del matrimoni en aquells moments, del qual la dona depenia completament, i s'estableix com una norma vital que no tan sols obté protecció sinó que a més a més, adquireix

---

<sup>10</sup> “El hombre y la muger” La Moda, nº 309, 12 de marzo de 1848, p. 5

determinada posició social. El matrimoni va ser durant un llarg període de temps l'únic objectiu que perseguïen les joves espanyoles, i aspiraven a poder aconseguir un marit ric i poderós que els hi assegurés poder crear més endavant la seva pròpia família. Per descomptat, l'alleujament econòmic que podia suposar el matrimoni per a les dones de les classes mitjana i alta implicava una total subordinació al marit, que queda ben patent en el Codi Civil de 1889: així, l'article 57 estableix que "el marit ha de protegir la dona, i aquesta obeir al marit", el 58 que "la dona ha d'anar amb el seu marit allà on fixi la seva residència", el 59 que el marit era l'administrador dels béns del matrimoni i el 60 que el marit era també el representant de la dona i aquesta no podia, sense la seva presència, comparèixer a judici.

*Les dones que quedaven solteres no eren ben vistes ni per veïns ni amics, ja que no havien aconseguit allò per l'únic que eren creades. Se'ls hi atribuïa termes pejoratius com a ridiculització, i tanta era la pressió social que la majoria es decantava per optar per la vida religiosa. Ser soltera era considerat quelcom il·lògic, antinatural i antisocial.*

Dins les llars es troba com a regla d'or el que ens publica una revista de l'època:

*“Dos poderes hay en el gobierno de una casa; el uno es el ejecutivo, ó de la fuerza, el otro el de la suavidad: el primero pertenece exclusivamente al marido, el segundo á la esposa”<sup>11</sup>*

El paper femení dins les llars espanyoles es basarà en seguir les ordres que el marit li marqués, cuidar de la casa i educar els fills. Hi ha un petit matís pel que fa a les llars de les famílies més benestants, ja que les feines domèstiques es delegaven a les criades i la cura dels fills a les mainaderes. El

<sup>11</sup> “Código de instrucción para las casadas” La Moda, N°133, 10 de noviembre, 1848

paper principal de la dona en aquest cas era el d'exhibir la posició econòmica de la família acudint a activitats socials i benèfiques, i a saber rebre les visites. Aquesta faceta que caracteritza a la dona burgesa també es veu reflectida en les revistes del moment, com per exemple en la publicació del 28 de gener del 1835 del *Correo de las Damas*, on aconsellen a les seves lectores:

*“Deberá por consiguiente una mujer bien educada no sólo poseer sólidamente las reglas de la economía doméstica, sino también aquel brillo exterior que se exige y es necesario en su sexo.”*

## 2. LA MODA, LA BELLESA I EL LUXE.

---

La passió pel luxe i l'afany d'aparentar es converteix durant el segle XIX en quelcom natural entre les burgeses, i l'elegància s'assimila com l'ideal màxim de tota dona pertinent a la burgesia, i és la causant de què aquesta classe adinerada s'interessés tant per la moda i dediqués l'immens temps lliure a llegir totes aquelles revistes que cultivaven aquesta passió.

Completament lligats a la dependència de la dona vers l'home i a que l'única cosa útil que podien fer les dones ben estants de l'època era rebre a casa seva i mostrar a través de tots els elements que els hi fos possible el seu estatus social, els vincles entre la bellesa i la moda esdevenen factors claus en la vida d'aquestes dames tot convertint-se en el motiu pel qual es troben tantes revistes dedicades a aquests temes, i seguirà essent així fins a l'actualitat. En aquestes revistes, es reflexa la importància que va arribar adquirir ser una dona bella.

*“Una mujer fea es una negación, un error de la naturaleza, una flor abortada, un hermoso fruto quemado por el hielo, un árbol que se ha encorvado al crecer, es en fin una anomalía”<sup>12</sup>*

La dona havia de fer que el seu cos i el seu estil de vida s'ajustés a allò que la societat demanava; i el que es crea és una dona objecte de decoració<sup>13</sup>, i a més, la idea que s'establirà dins la societat i que adoptarà un caràcter



Fig. 5: Patrocini de Biedma reflexa a la seva obra l'ambient de la burgesia madrilenya de finals del segle XIX. (Font: Biblioteca Virtual de Andalucía)

inqüestionable, és que si una dona és atractiva aconseguirà que qualsevol home vulgui casar-se amb ella, i d'aquesta manera podrà aconseguir un bon marit que li asseguri el prestigi i posició social a la qual s'ha d'aspirar per

regle general. Com ens mostra el següent fragment, la bellesa prima sobre la intel·ligència o qualsevol altra qualitat.

*“No hay mujer alguna, por ilustrada y virtuosa que sea, que no se queje al cielo, si este le ha negado el sublime don de la belleza: todas ansiáis la hermosura y al oíros llamar bellas, veis realizados todos los sueños de vuestra ambición”<sup>14</sup>*

La narrativa realista recull àmpliament aquesta autèntica obsessió pel luxe i l'ornamentació, imprescindible per al lluïment en festes i saraus, que Concepción Arenal i Sofía Tartilán -dos puntals en l'escanyolida avançada

<sup>12</sup> “¿Qué es la belleza?”, *Semanario Pintoresco*. nº126, 1849. p.7

<sup>13</sup> CANTIZANO, Blasina, “La mujer en la prensa femenina del XIX”, *Ámbitos*, nº 11-12, 1er i 2on semestre 2004, p. 290

<sup>14</sup> “La belleza”, *El Vergel de Andalucía*, nº17, 30 de noviembre de 1845, p. 54

feminista espanyola- atribuïen a la forçada ociositat de la dona burgesa i a la inexistència d'una instrucció adequada. Així, en *Madame Bovary* (1856), de Flaubert, la infeliç Emma és temptada per l'indesitjable Monsier Lhereux amb un assortiment inacabable de cotilles, barrets, complexos brodats, guants, ventalls, enagos, lligues, botins, perfums i tot tipus de productes cosmètics, en fi, que convertien la dona en un objecte de luxe vivent i en potenciadora de les fantasies eròtiques de l'home, i a *Tormento* (1884), de Pérez Galdós, Rosalia s'imagina casada amb l'indià Agustín Caballero i "*veía montones de rasos, terciopelos, sedas, encajes, pieles, joyas sin fin, colores y gracias mil, los sombreros más elegantes, las últimas novedades parisienses, todo muy bien lucido en teatros, paseos, tertulias.*"<sup>15</sup>

### 3. L'EDUCACIÓ I LA INSTRUCCIÓ.

---

Un altre factor molt important durant el segle XIX és l'arribada del liberalisme, el qual comporta la instrucció i l'enriquiment cultural de les dones de les classes adinerades, i aquestes cada vegada augmenten més les seves ganes de conèixer i sortir de la foscor on havien estat tancades des de l'antiguitat, així com augmenta també la seva curiositat i inquietud per aquells temes exclusivament femenins. Com a factor completament nou no trobem només que la dona espanyola inicia la seva participació en moviments socials, sinó que comencen a sorgir aquelles que tenien les aspiracions de fer arribar la seva veu a la resta, i va ser la premsa femenina el mitjà de difusió que van utilitzar.

---

<sup>15</sup> PÉREZ GALDÓS, Benito, *Tormento*, Madrid, Alianza Editorial, 1978, 6<sup>a</sup> ed., p. 242.

Durant el segle XIX cal destacar en la premsa femenina el constant tema de l'educació i la instrucció de les dones, conceptes que llavors eren molt diferents, ja que "educació" era el que s'entenia com un "saber estar davant la societat", i "instrucció" feia referència a la transmissió i ús de coneixements científics i humanístics.<sup>16</sup>

L'educació femenina de l'època estava enfocada cap al paper tradicional de muller-mare, i per aconseguir-ho se seguia la moral catòlica que les ensenyava a ser modestes i promovia el cultiu de valors com la sensibilitat, l'espontaneïtat, la paciència, l'amor..., amb l'única finalitat de què ajuntant tots aquests elements es convertissin en bones mullers. La formació primordial era tenir l'habilitat en tots aquells àmbits de domini femení, com eren les diferents feines de la llar o les pràctiques piadoses, i deixaven en segon pla la formació cultural. Una vegada més la novel·la es fa ressò d'aquesta precarietat educativa: *"Las pollas no saben hablar más que de noviazgos, de pollos, de trajes, del tenor H., del baile X, de álbumes y de la última moda de sombreros... Una señorita que ha estado seis años en el mejor colegio de aquí, me dijo hace días que Méjico está al lado de Filipinas."*<sup>17</sup>

Aquesta escassetat cultural provoca l'afany de parlar sobre el tema de la instrucció de les dones, relacionant-se com el motiu de la desigualtat entre els gèneres i no és només un tema tractat per les dones,

*Al 1820, per la iniciativa de una jove de 19 anys anomenada Ramona Aparacio, es crea a Madrid una escola lancasteriana femenina, que segueix un model educatiu col·lectiu en el qual aquells més avançats ensenyen als altres.*

<sup>16</sup> GALLEGO, Juana, *Mujeres de Papel. De ¡Hola! A Vogue: La prensa femenina en la actualidad*, Icaria, Barcelona, 1990, 1<sup>a</sup> ed., p.38

<sup>17</sup>PÉREZ GALDÓS, *op. cit.*, pàg. 134.

sinó que el troben de gran importància pel país tant filòsofs, com literats o professionals, que veuen a través de la instrucció de la dona un camí cap al progrés econòmic.<sup>18</sup>

L'analfabetisme durant el segle XIX encara era molt alt, i particularment en les dones, ja que es troba al llarg del segle sobre les enormes tasses del 70% de la població femenina<sup>19</sup>. En el 1860 només un de cada quatre espanyols sabia llegir, i en algunes províncies l'analfabetisme superava el 80%. Al cap de deu anys només un petit percentatge del 9'6% de les dones d'Espanya sabien llegir i escriure.

#### 4. LES PRIMERES MANIFESTACIONS FEMINISTES.

---

Escriptors feministes com Carolina Coronado, Gertrudis Gómez de Avellaneda i Angela Grassi defensen que en el moment que la dona i l'home tinguin la mateixa formació intel·lectual i les mateixes possibilitats que l'home, seran éssers igualment respectats i capacitats per dur a terme la mateixa funció dins la societat.

*"... variando la educación de las mugeres de un país, cambiaría también visiblemente y en la misma proporción el aspecto del país mismo, sus costumbres, y hasta su riqueza."<sup>20</sup>*

*"Instruiros, mujeres; madres, dad una completa educacion a vuestras hijas; jóvenes, desechad esa preocupacion que os hace juzgar tan mal de*

---

<sup>18</sup> CANTIZANO, Blasina, "La mujer en la prensa femenina del XIX", *Ámbitos*, nº 11-12, 1er i 2on semestre 2004, p 289.

<sup>19</sup> Disponible a <http://www.historiasiglo20.org/sufragismo/femespana1.htm>

<sup>20</sup> "Dos palabras sobre la educación de las mugeres", *El Correo de las Damas*. nº4, 28 de enero de 1835, p. 25



*vuestra imaginacion y talento (...) convenceos de que si en vez de ser un reducido número el de las mujeres que escriben y brillan en la literatura y las ciencias os dedicarais en gran parte a fecundar el ingenio, ejerceríais un imperio mas halagüeño y lisonjero que ese poder efimero debido a los pasajeros atractivos de la juventud, daríais constancia á los afectos que inspirais, os grangearíais homenajes sinceros, gozaríais de la estimacion pública y reconquistaríais por último esa mitad que os pertenece en el mundo como mitad que sois de la primera criatura que formó el omnipotente*<sup>21</sup>

Aquestes primeres feministes veuen que la societat necessita una regeneració que es dugui a terme tant per homes com per dones de forma igualitària, defensant la igualtat d'oportunitats en l'educació i la feina, ja que aconseguint la igualtat social i econòmica la dona rebrà la consideració que es mereix. El feminisme a l'Espanya dels primers anys del segle XIX no existeix com un moviment organitzat i amb plena conscienciació feminista com passa a Anglaterra o França, sinó que es manifesta en un petit nucli que cada vegada anirà adquirint més acció i posicions, fins que a la segona meitat del segle, després de que surti la *Llei d'Instrucció Pública* al 1857<sup>22</sup>, els krausistes – Julián Sanz del Río<sup>23</sup>, Fernando de Castro, Giner de los Ríos- van estimular la recepció d'una formació educativa aconfessional i sense prejudicis, i que finalment es va materialitzar quan es crea la Institución Libre de Enseñanza al 1876. Posteriorment, al 1882 es crea la “Asociación para la enseñanza de la mujer”, que va propiciar que es fundessin a Madrid varis centres especialitzats

<sup>21</sup> “Defectos de la Educación de la Muger”, *Ellas, Gaceta del Bello Sexo*. Nº 7, 8 de noviembre de 1851, p. 49

<sup>22</sup> La qual assegurava educació primària tant a nens com a nenes a les escoles estatals, però sempre considerant la separació dels sexes

<sup>23</sup> En el 1860, va traduir la obra de Krause *Ideal de la humanidad para la vida*.

en diferents tipus de formació, com ara idiomes o comerç, però tan sols una minoria podia aspirar a assistir-hi pel seu caràcter privat.

Dins d'aquest nucli que representa el sorgiment del feminisme espanyol trobem dos de les més grans figures feministes: Concepción Arenal i Emilia Pardo Bazán. La primera va ser una penalista que va insistir en varis escrits en la importància de que l'experiència vital de la dona no es podia centrar només en el rol de muller i mare, tot i que fossin fonamentals. Per altra banda, l'escriptora gallega denunciava a *l'Espanya Moderna* (1890) que tots aquells canvis progressistes que s'havien aconseguit al llarg del segle, no havien tingut en consideració en cap cas l'emancipació femenina.

Cadis és una de les ciutats més importants del desenvolupament del feminisme; com a bressol del liberalisme i de la constitució, també és el lloc on les primeres dones s'atreveixen a manifestar-se, tal i com vam poder veure amb *La pensadora Gaditana*. Un altre exemple d'aquestes dones del Cadis del segle XIX que s'atrevien a publicar les seves idees és l'escriptora Cecilia Böhl de Faber, que va col·laborar en revistes tan locals com nacionals, però sempre sota el pseudònim de "Fernán Caballero" ja que el considerava imprescindible per poder formar part de l'ambient literari, o el cas de María de Silva, que va assumir el control de les publicacions de *El Robespierre español amigo de las leyes* (1811), el qual era dirigit pel seu marit abans que aquest fos empresonat. Sota el control de la muller del director es publicaven articles directes i de gran compromís en l'època, com el següent fragment:

*"Sola la plebe levantó el furioso grito de Libertad,... sola la plebe, esa gente a quien los grandes en su fanático orgullo llaman baxa; a pesar de*

*encontrarse entre ella almas elevadas sin número, capaces de toda sublimidad de heroísmo.*<sup>24</sup>

A Cadis, del 1834 al 1884, trobem que arriben els primers deixebles de Fourier, i comencen a difondre les idees socialistes que aspiren a poder arribar a un equilibri social mitjançant tota una sèrie de reformes i canvis socials. Concretament, entre els deixebles trobem al diputat liberal Joaquín Abreu, el qual durant la seva estada a França, l'any 1831, va conèixer al propi Fourier.

Els fourieristes creuen que el desequilibri social també es dona entre els gèneres, i relacionen el paper de la dona respecte l'home amb el del treballador respecte l'empresari, de tal manera que volen que hi hagi una igualtat entre els dos sexes, i que creuen que s'arribarà a través de la lliure elecció del cònjuge i el respecte mutu entre homes i dones. Aquesta pot ser, en efecte, una de les raons de la predilecció de molts novel·listes occidentals per la figura femenina com a protagonista de les seves obres, des d'Eugènia Grandet a Ana Ozores, passant per Madame Bovary, Anna Karenina, Effie Briest o Tristana. En la dona és més fecund l'anàlisi del conflicte entre els anhels individuals i una realitat progressivament més deshumanitzada, ja que la dona no només pateix com individu l'alienació derivada de la seva necessària integració en una societat que avança cap a la "cosificació" de les condicions de vida, cap al mecanicisme fabril i l'anonimat productiu, sinó que suma a aquest neguit la seva genuïna dependència de l'home. Pura Fernández defensa en aquesta línia que "la preferència pels personatges femenins respon també al fet que s'estableix una

---

<sup>24</sup> "Elogio de la plebe española", *El Robespierre español*, Cádiz, 24 de septiembre de 1810 extret de MARRADES, M. Isabel, "Feminismo, prensa y sociedad en España", a *Papers: revista de sociología*, nº 9, 1978

equiparació simbòlica entre la dona i l'estudi d'explotació humana sobre el qual s'assenta la societat contemporània."<sup>25</sup>

Abreu va tenir una gran influència en el Cadis reformista i liberal, i una dona que va ser influenciada per ell va ser l'aristòcrata Joaquina de Morla. Ella, al 1841 va traduir i va publicar un fullet original de Jean Czinski, titulat "*Porvenir de las mugeres*", i a més va afegir un pròleg propi amb el nom de "*Una palabra a las españolas dirigida por una compatriota*"<sup>26</sup> per fer una crida adreçada a totes les dones per difondre el nou món social de Fourier .

*"Trabajad en vuestro circulo influyente, para que cuando la inteligencia de la joven reina Isabel II se halle bastante desarrollada para juzgar la importancia de la idea que este ingenio nos presenta, la halle generalizada en los ánimos que la cercan y el deseo de la gloria y de imitar a la inmortal Isabel I la haga levantar un falansterio en España."*<sup>27</sup>

En el fullet es troben relatades diverses misèries femenines i es rebutgen aquelles solucions que donen els polítics ja que són tatxades d'inútils, substituint-les per la defensa a l'educació igualitària, entre altres solucions per aconseguir l'emancipació de la dona. Aquesta publicació representa l'inici de la propaganda feminista a Cadis i que poc a poc anirà estenent-se per tota la Península.

---

<sup>25</sup> FERNÁNDEZ, Pura, "Moral social y sexual en el siglo XIX: la reivindicación de la sexualidad femenina en la novela naturalista radical", a *Breve historia feminista de la literatura española (en lengua castellana)*, III, coord. per Iris M. Zavala, Barcelona, Anthropos, 2000, pàg. 82.

<sup>26</sup> MARCHENA DOMÍNGUEZ, José, *Mujer e ideología en el cadiz isabelino: las corrientes de vanguardia*, Universidad de Cádiz, p.275

<sup>27</sup> Extret MARRADES, M. Isabel, "Feminismo, prensa y sociedad en España", a *Papers: revista de sociología*, nº 9, 1978, p 102

Aquests nous ideals progressistes i feministes que floreixen a Cadis propicien l'aparició de noves publicacions que es caracteritzen per difondre el pensament i l'opinió d'aquest nucli fourierista, com ara *El Pensil Gaditano* i *El Pensil de Iberia*, que es caracteritzen per ser creades i dirigides per dones. Sumant a aquestes publicacions l'avenç de l'ensenyança de les nenes i la creixent implicació de les dones en assumptes públics, fonamenten l'aparició i el reconeixement de les pròpies inquietuds, necessitats i interessos femenins, i per tant, diferents als del home, i que seran les primeres manifestacions cap al camí a l'emancipació i a la independència de la dona.

---

## 5. LES PUBLICACIONS FEMENINES DEL SEGLE XIX

---

Una característica pròpia de les publicacions femenines del segle XIX és que és un període en el que es hi ha una gran quantitat de revistes femenines de diverses tendències i temàtiques, per la qual cosa Perinat i Marrades (1980) ens estableixen una divisió en dos grans categories:

1. La premsa femenina sense ideologia política o social:

Aquesta és la més abundant i es dirigeix a la dona tradicional guiant-la cap a la seva condició de muller i mare a través de l'etern femení. Són pàgines buides de contingut social, cultural i ideològic, i plenes de figurins vestits amb les últimes tendències, ecos de la societat i consells de bellesa i llar. No ens aporten cap dada significativa de com era la vida de les dones espanyoles al s.XIX, però sí ens mostra els estereotips femenins. Normalment, aquests tipus de publicacions les escrivien homes o dones d'aires tradicionals i més conservadors.

2. La premsa femenina amb tendència al feminisme o l'emancipació de la dona:

Aquestes publicacions volen posicionar activament a la dona en la lluita per les igualtats. Tot i que la societat encara veïés l'emancipació de la dona com quelcom antinatural, eren moltes les dones que començaven a voler la independència del seu sexe.

Aquestes publicacions sorgeixen a mitjans del segle XIX i són escrites per escriptores i articulistes que tracten de manera agressiva i molt crítica, temes com l'educació, la igualtat i el treball, amb la intenció de millorar les seves condicions laborals, econòmiques i socials i reivindicar aquells drets dels quals no gaudeixen només per la seva condició sexual.

Per altra banda també cal ressaltar en relació a la premsa femenina, com amb qualsevol tipus de premsa durant aquest període, la influència que els vaivens polítics tenien sobre aquesta. De manera que, en èpoques liberals augmentarà de manera significativa el nombre de publicacions femenines, mentre que en èpoques de règim absolutista desapareixeran. Això ens ho exemplifica el fet de què quan Ferran VII es disposava a jurar la constitució, Madrid comptava amb 65 diaris; al cap d'un any del règim absolutista, tan sols en quedaven 5.<sup>28</sup>

Seguint el dictamen d'aquests vaivens polítics, podem dividir el segle XIX en diferents etapes de desenvolupament de les publicacions femenines:

---

<sup>28</sup> MARRADES, M. Isabel, "Feminismo, prensa y sociedad en España", a *Papers: revista de sociología*, nº 9, 1978, p 97

**La primera etapa abasta el primer terç del segle, dominat pel regnat de Ferran VII (1814-1833)** un cop finalitzada l'ocupació napoleònica. Aquest arriba a una Espanya rejuenida ideològicament per directrius liberals emanades de la Constitució de Cadis, que al seu torn enllaçaven amb els valors més aperturistes de la Il·lustració. Un decret del 10 novembre 1810 havia suposat un gir espectacular a la legislació espanyola sobre la premsa, ja que proclamava amb tota claredat la llibertat d'impremta. El seu article primer és inequívoc en aquest sentit: "Tots els cossos i persones particulars, de qualsevol condició i estat que siguin, tenen llibertat d'escriure, imprimir i publicar les seves idees polítiques sense necessitat de llicència, revisió o aprovació alguna anteriors a la publicació...". Però Ferran VII restaura l'absolutisme, deroga la Constitució de Cadis i restableix la censura. *"Suprimida en las etapas constitucionales la censura previa –escriu Vicente Llorens-, había existido durante el reinado de Carlos IV, monarca absoluto igualmente; pero entre el absolutismo ilustrado y el de Fernando VII había no pocas diferencias. Antes la censura solía encomendarse a escritores conocidos, mientras que ahora estaba con frecuencia en manos de oscuros eclesiásticos."*<sup>29</sup>

Al marge del breu lapse que suposa el Trienni Liberal (1820-1823), liquidat per la intervenció militar dels Cent Mil Fills de Sant Lluís, la seva època es caracteritza per la repressió de tot indicatiu de canvi en la mentalitat tradicionalista i casticista. Dins les universitats també es fa ressò d'aquest canvi, ja que les matèries com matemàtiques i astronomia són substituïdes per música, dansa i esgrima. Un dels molts liberals executats va ser Mariana

---

<sup>29</sup> LLORENS, Vicente, *El Romanticismo español*, Madrid, Fundació Juan March i Ed. Castalia, 1979, p. 193.

Pineda, acusada de “exaltada cohesió al sistema revolucionari” per haver brodat ella mateixa una bandera republicana.

D'aquesta etapa cal destacar la revista que data del 1822 –en el Trieni liberal- i es titula *El Periódico de las Damas*, que encara i que la imatge que donava de la dona era tradicionalista i lligada al matrimoni i els seus continguts es basaven en la moda francesa, la bellesa i alguns escrits en prosa i vers, en les seves pàgines està plasmada la situació política inestable i agitada del moment. Es considera el primer setmanari de moda i té com a principal redactor León Amarita. Aquest volia crear una revista dedicada a les dones seguint el model del *Ladies Journal* i del *Journal des Dames*. No va tenir gaire èxit i al cap de sis mesos es va deixar de publicar, però representa la transició entre l'esperit moderat del segle XVIII i el més dinàmic i agitat que caracteritzarà les publicacions de mitjans del segle XIX.

L'últim any d'aquesta etapa, concretament el 3 de juny de 1833, apareix *El Correo de las Damas*, però d'aquest no se'n sap gairebé res més apart de que era un intent d'emular el *Petit Courier des Dames* de París. De petit format, sortia cada dimecres i la subscripció trimestral costava 54 reals a Madrid però sense dret al seu més valorat contingut: els "figurins". *El Correo* era un periòdic molt ben assortit de



Fig. 6: Exemple d'un dels figurins que es publicaven al *Correo de las Damas*. Aquest pertany al nº 40, del 4-09-1833. (Font: archive.org)



figurins de senyores i cavallers a tot color, des de vestits regionals a vestits de nena. Inclouïa a més contes, anècdotes, articles lleugers, composicions poètiques i, en la secció d'Avisos, "*noticias sobre aguas donosas, aceites, etc., que suelen las señoras emplear en su adorno*". En definitiva, una revista intrascendent i sense pretensions destinada a pal·liar l'avorriment de la dona burgesa.

**La segona etapa es troba entre les regències de M<sup>a</sup> Cristina i Espartero.** En caure l'absolutisme de Ferran VII, cau amb ell tota la censura i tornen a sorgir noves publicacions. A Madrid, al 1836, neixen 36 nous diaris; al 1840 ja superen els 50; al 1850 hi ha en circulació 147 diaris. Entre ells es troben tots aquells que difonien les idees democràtiques i republicanes que retornaven al país després del període conservador.

Aquest període es caracteritza per l'aparició de noves revistes, però aquestes en comptes de concentrar-se tan sols a Madrid, es reparteixen per ciutats de tot el territori, com per exemple a València *La Psiquis*, i *El Iris del Bello Sexo* a La Corunya. A més, són revistes que redueixen la seva part dedicada a la moda i els figurins, i tenen un caràcter més literari impulsat pel Romanticisme.

Una revista dedicada a les dones que apareix també durant aquest període és *El Gobierno Representativo y Constitucional del Bello Sexo Español*, que durant l'any 1841 es publicava cada mes. En ella es descrivia la Constitució i les sessions de la cort de un suposat "govern femení", i les igualtats entre homes i dones a Espanya.

Però d'aquest període cal remarcar per la seva importància la revista de Cadis *La Moda*. Aquesta va ser creada l'any 1841 pel periodista F. Flores Arenas, que escrivia també a *El Globo*. Aquesta revista sobresurt de la resta

*Gertrudis Gómez de Avellaneda va ser coneguda com la "Tula", i era una poetessa i novel·lista de reconeixement. Al 1853 va intentar entrar a l'Acadèmia Espanyola de la Llengua, però no va ser acceptada perquè els seus membres temien que els seus encants o atractius físics femenins poguessin provocar que les seves ments quedessin incapacitades per poder fer front a les regles de la prosòdia i la sintaxi.*

per la seva llarga vida, doncs es va seguint publicant fins a 1927, i perquè el seu èxit va aconseguir arribar a tota la nació. Es considera la primera revista de modes i costums capaç de resistir les crisis econòmiques i polítiques que eren l'ordre del dia durant el segle XIX, i tot això gràcies a haver reunit el nombre suficient de lectores. Pel que fa al seu contingut, ens ofereix informació sobre la vida quotidiana

de les dones de les capes més altes de la societat. Entre les seves col·laboradores hi trobem María del Pilar Sinués, Robustiana Armío de Cuestas i Gertrudis Gómez de Avellaneda.

**Durant els primers anys de regnat d'Isabel II trobem la tercera etapa**, en la qual el govern està en mans dels moderats. Aquests imposen els seus ideals, i per tant, la dona model és obedient i el seu espai d'actuació es redueix al domèstic. Pel que fa a l'educació està completament dirigida a convertir les dones en bones mares i mullers (l'ideal tòpic i persistent de l'"àngel de la llar"), a la vegada que han de ser caritatives.

Aquest model de dona que inculca el règim moderat es veu també reflectit en les revistes femenines del període, en les quals les dones de les classes més baixes de la societat que pateixen les dures condicions de les

fàbriques són completament oblidades. Tot allò que publiquen recorda a la lectora que la seva principal preocupació ha de ser la llar, i mostren gran preocupació pel tema de l'educació de la dona dins una concepció patriarcal. Especialment significatius són els subtítols definitoris d'aquestes revistes, com ara *El Tocado* ("Periòdic setmanal d'educació, teatre i modes") o *La Elegancia* ("Butlletí de gran to, museu de les modes de París, Londres i Madrid").

Entre aquestes revistes hi trobem *Ellas* que en un primer moment va destacar pel seu caràcter feminista, però que poc a poc el va anar reduint fins a convertir-se en una revista de moda. Tot i aquesta conversió, les redactors sempre remarquen que la instrucció de la dona és un element fonamental perquè aquesta es pugui emancipar, però encara i així mai ha de pensar que podrà superar a un home en els camps dirigits per aquest.

Aquest mateix pensament el trobem en

*El Defensor del Bello sexo* (1845-1846). Aquest és un diari exclusivament femení que abasta temes de literatura, morals, científics i de modes. José de Souza, director del diari, tenia la intenció d'ensenyar a les dones "l'art de pensar" ja que segons diu és important que en tinguin coneixement per la seva gran influència en la felicitat de l'home. Però igual que a *Ellas*, no ha d'aspirar a ser una catedràtica o una política, i com diu el mateix director, "los extremos

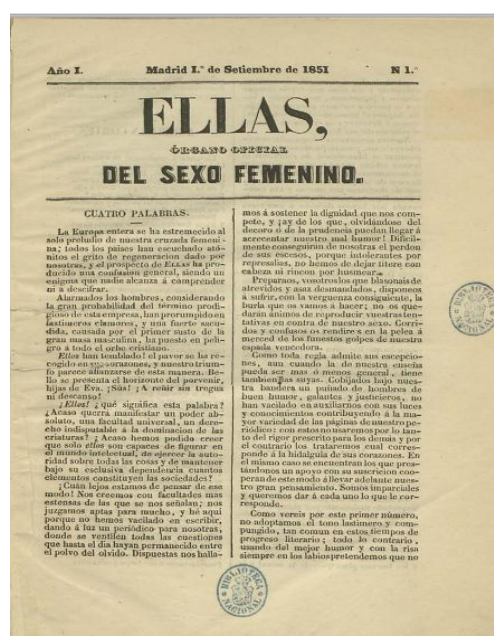


Fig. 7: Portada del primer exemplar d'*Ellas* al setembre de 1851 (Font: Hemeroteca Digital.)

*disgustan y no les es lícito invadir los dominios que por la naturaleza y las leyes nos están concedidos.*<sup>30</sup>

Una altra revista important del període és *La Mujer* (1851-1852), la qual també s'inquieta pel tema de l'educació, però a diferència de les anteriors, abunden més els articles sobre la feina, la moral, l'educació, que no pas els de moda i bellesa. El tret que la caracteritza és el seu posicionament en defensa de la dona de classe mitjana.

**Al 1854 es dona una revolució que farà pujar al poder als liberals radicals i s'iniciarà el bienni progressista.** Durant aquest nou període apareix la primera revista que es pot qualificar de completament feminista. És la titulada *El nuevo pensil de Iberia*, i segueix els ideals del fourierisme i del socialisme utòpic. Estava dirigida per Margarita de Celis, M<sup>a</sup> José Zapata i José Bartorelo, i té com a col·laboradors Pi i Margall i Fernando Garrido. Les dues directores, molt influenciades pel fourierisme, es veuen com apòstols d'una nova religió, i els seus textos es caracteritzen per la combinació del realisme amb el misticisme. Però la gran importància d'aquestes dones recau en el contingut d'allò que escriuen, ja que són pioneres en fer aparèixer la relació entre l'home i la dona com una relació d'opressió, i el que volen és lluitar contra això.

L'últim número d'*El nuevo pensil de Iberia* és a l'agost del 1859, després de què el bisbe de Cadis s'encarregués de censurar-lo, ja que en ell s'hi trobaven quasi tots els errors contraris a la Fe i la Moral Cristiana i per tant, seguint el que manava la *Real Orden del 15 de julio de 1850*, "*todas las*

---

<sup>30</sup> *El defensor del bello sexo*, n<sup>o</sup> 2, setembre, 1845, p. 1

*publicaciones que contengan doctrinas dirigidas a relajar a los lazos sociales, atacar la propiedad, a vulnerar la religión del Estado o a ofender las buenas costumbres*<sup>31</sup> havien de ser prohibides.

**A partir del 1862, Espanya entra en uns anys de gran inestabilitat i** això es tradueix en un retrocés ideològic en què es torna a defensar el paper domèstic de la dona. Les revistes femenines també reflecteixen aquests canvis i es tenyeixen de matisos conservadors; tornen a parlar-nos de la importància de la preparació per ser una bona mare i muller, tot transmetent principis morals i religiosos.

La dona de l'alta societat, a la qual li corresponia en exclusiva el luxe de poder escriure i participar en les publicacions, veu que tampoc té llibertat d'expressió i que és incapaç de poder trencar aquells models que la religió imposava, ni enfrontar-se a una societat que volia al sexe femení subordinat, condemnant-la a una existència rutinària .

Al 1868 és coronat Amadeu de Saboya com a nou rei d'Espanya i el més destacat dels seus anys de regnat pel que fa referència a la premsa és l'enorme nombre de noves publicacions que sorgeixen i que moltes d'elles, efímeres, no estaven en consonància amb el nombre de lectors que hi havia.

**Arribant a l'últim terç del segle,** apareixen més de vint revistes escrites per dones i dirigides a elles, i que són importants. Aquestes dones, que majoritàriament provenien de la burgesia madrilenya i catalana, desitjaven la transformació del país i l'únic mitjà pel qual disposaven d'una via lliure per

---

<sup>31</sup> MARRADES, M. Isabel, "Feminismo, prensa y sociedad en España", a *Papers: revista de sociología*, nº 9, 1978, p 103

poder expressar-ho era el periodisme. En gran part gràcies a la llei treta al 1870, en la qual per primer cop es permetia als protestants i liberals poder publicar revistes. D'aquest últim període cal ressaltar la influència, sobretot en la premsa femenina, però també en temes d'educació i instrucció de les dones,



Fig. 8: Concepción Arenal (1820-1893)  
(Font: filosofia.org)

de la figura de Concepción Arenal, de la qual hem parlat anteriorment.

És un període en què les publicacions femenines –i per tant, la societat– comencen a conscienciar-se que s'acosten canvis significatius en el paper de la dona: en revistes com per exemple, *La Ilustración de la Mujer*

(Barcelona, 1883), les seves directores per

primera vegada mostren la intenció d'organitzar

un moviment social i que s'expandeixi per tot el territori; parlen també de les associacions de caràcter feminista que van sorgint a diferent punts d'Espanya o de congressos feministes. El to amb el que demanen la igualtat de gèneres cada vegada és més directe i concís, allunyat de les primeres publicacions amb aires poètics o idíl·lics.

Concloent el segle XIX i observant l'evolució de les publicacions femenines, podem observar que majoritàriament aquestes reforcen la idea de la dona com a complement de l'home; per una part, amb les revistes de modes que l'informen de com vestir, com ser elegant, com pentinar-se o maquillar-se per poder mostrar-se de la manera més bella, però no amb la finalitat de sentir-se millor o agradar-se més ella mateixa, sinó per agradar als homes i així aconseguir un bon marit. Per l'altra banda, trobem aquelles revistes que

“eduquen” a la dona a fer el paper que segons la societat de l'època li pertoca: el de mare i de muller. També li mostren com ha de comportar-se i com ha de fer les seves feines domèstiques. Oposadament, a partir de la segona meitat de segle, comença a sorgir una branca de la premsa femenina que aspira a l'emancipació de la dona, a la defensa dels seus drets i la seva igualtat. Aquestes comencen amb un to molt suau que poc a poc va adquirint més poder, però no serà fins el segle següent que aquests ideals que tan sols unes poques segueixen arribaran a la gran majoria proletària.

Convé ressaltar en aquest punt que des de mitjans dels segle XIX havia brollat als Estats Units l'anomenada “primera onada” del moviment feminista de la mà de dones com l'abolicionista Susan B. Anthony, Elizabeth Cady Stanton o Amelia Bloomer, en què cal incloure així mateix a les britàniques Florence Nightingale (pionera de la infermeria moderna) i Emmeline Pankhurst, o la periodista alemanya Clara Zetkin ( el seu diari, *La igualtat*, editat des de 1891, va arribar a tenir una tirada de 100.000 exemplars). El gener de 1868, Anthony va iniciar a Nova York la publicació d'un setmanari, *La Revolució*, amb un lema res equívoc: “La veritable república: homes, els seus drets i res més, les dones, els seus drets i no menys”. Aquesta primera onada feminista deu l'assaig *L'emancipació de la dona*(1845-1846) i creadora del lema “Proletaris del món, uniu-vos”. La vinculació entre feminisme, sindicalisme i abolicionisme és un tret comú d'aquests primers moviments reivindicatius i els va conferir una legitimitat moral que inevitablement havia de comptar amb el suport dels polítics progressistes. És obvi també que aquesta eferescència social va tenir un impacte a Espanya, encara que tardà per la pròpia evolució política del país.

Un altre tret molt important que ens aporta la premsa femenina del segle XIX és la absència per complet de la representació de vida i les condicions de la dona espanyola que no pertanyi a les altes capes de la societat –i que constitueix la gran majoria de la població femenina-; no existeix cap mena de menció al paper que tenen les dones rurals de l'època, ni tampoc a les que participen en la industrialització incipient del país. Per al·lusionar se sap quelcom de les dones que vénen del camp a les ciutats a fer de criades, o les que es venen a les places del mercat com si de una mercaderia qualsevol es tractés. En aquestes publicacions tampoc es fa ressò de les prostitutes, o d'aquelles dones que es dedicaven a guarir els malalts en els hospitals, als asils o a les presons. Ens trobem doncs, davant d'una premsa que només és accessible a la mateixa minúscula part de les dones a la qual representa; i igual que elles, es troba separada del món exterior per luxoses i espesses cortines i vestits.



---

## III. LA PREMSA FEMENINA AL SEGLE XX

---

El segle XX es caracteritza per la gran quantitat de canvis en tots els àmbits, ja siguin socials, científics o tecnològics, i per tant, també pateix o gaudeix d'aquests canvis la dona. Durant aquest centenar d'anys, la dona, a través de lluites i reivindicacions que ja s'havien començat a incubar des del segle anterior, aconsegueix recórrer l'ampli camí que la separava del seu paper sumís i servicial, heretat de l'època medieval, en el qual era un ésser inferior i complementari a l'home, per passar a una situació de quasi igualtat total amb el gènere masculí i a convertir-se, ja en les darreries del segle, en una competència directa per l'home en tots els camps que anteriorment havien sigut reservats exclusivament per ell. Trobem així que la dona s'incorpora al món laboral, s'implica en els assumptes públics i assoleix la cultura que des de l'antiguitat li havia mancat i diferenciat de l'home. Aconsegueix que durant el pas de la centúria cada vegada arribi a tenir més reconeixement i respecte, més drets i igualtats.

Per tots aquests canvis, no només teòrics i compartits per una minoria com passava al segle anterior, és necessari explicar la situació de la dona i l'evolució de les publicacions adreçades a ella, dividida en diversos períodes de temps.

## 1. DES DE LA CRISI DEL 98 FINS LA I GUERRA MUNDIAL.

---

A finals del segle XIX, Espanya es troba en un total estat de crisi a causa de la pèrdua de les seves últimes colònies. Aquest fet va comportar que caiguessin les exportacions, tant de maquinària, les agrícoles i sobretot les de tèxtil català. Però per altra banda, va tenir una conseqüència positiva per la industrialització catalana, ja que molts indians que havien fet fortuna a Cuba van tornar amb grans riqueses que van servir de capital per invertir en el desenvolupament de l'anomenada segona revolució industrial.

A aquest fet se li suma la transició demogràfica que va tenir lloc a Espanya durant els primers anys del segle XX gràcies a la potabilització de l'aigua, que va permetre que s'augmentés l'esperança de vida i la natalitat, a la vegada que es controlava la mortalitat infantil i ordinària.

A més a més, trobem que des del segle passat s'han començat a produir uns forts moviments migratoris a l'interior del país, que es basen en què la població rural marxa del camp cap a les ciutats, per incorporar-se en el món de la indústria. Però el que marca la diferència és que no només és l'home el que treballa a les fàbriques, sinó que la dona i els nens s'incorporen al món laboral.

Aquesta acumulació de fets fa que a principis del segle XX es vegi de manera clara l'abisme que existeix entre la classe obrera i la burgesia, i que apareguin més diferenciadament la tendència al tradicionalisme i l'oposada tendència a la renovació i al liberalisme. També provoca que apareguin nous models de dona que no s'havien vist fins el moment: les que pertanyien a la

petita burgesia, o les que eren filles de comerciants o militars, i per suposat, la dona proletària.<sup>32</sup>

Tots aquests esdeveniments i canvis socials, els seguim trobant retratats a les pàgines de la premsa de l'època, la qual també passa per un període de canvis importants, tant de format, com de contingut.

### 1.1. LA DONA PROLETÀRIA

Durant els primers anys del segle la dona obrera es troba concentrada a Catalunya, a Madrid i al País Basc, i sobretot a fàbriques de producció de productes alimentaris, tèxtils i tabaquers. Viu en unes condicions deplorables; pel que fa al treball, els sous són de misèria i molt més baixos que els dels homes, treballa jornades que oscil·len entre les 10 i 12 hores, en tallers molt mal condicionats. Moltes d'elles vénen del camp, i es trobaven que s'han d'allotjar a cases d'hostes o en barracons on s'ajuntaven varies famílies. Per la mala alimentació, la classe obrera serà vulnerable a tot tipus de malalties, com l'anèmia crònica, la tuberculosi, el tifus o el còlera.

Per lluitar contra aquesta situació apareixen diverses revistes de caràcter feminista i revolucionari, com per exemple al 1902, a Còrdova, la revista titulada *Conciencia Libre*, que dirigia Belén Segarra juntament amb Amalia Carvia i Soledad Arenales. El mateix any, però a València, surt

*Belén Segarra va participar en la constitució de la federació malaquenyista obrerista que agrupava a 60 societats i tenia un total de 20.000 afiliades. A més, formava part de la Societat Llibertària dels Amics del Progrés.*

publicada la revista *Humanidad Libre* que és dedicada a les dones, i que compta amb Teresa Mañé, Emma Goldman, Pedro Kropotkin i Federico Urales,

<sup>32</sup> MARRADES, M. Isabel, "Feminismo, prensa y sociedad en España", a *Papers: revista de sociología*, nº 9, 1978, p. 115.

entre altres personatges importants, com a col·laboradors. Aquesta era una revista molt ben editada que contenia un gran nombre de notícies que feien referència als moviments obrers de tot el país. En el següent fragment d'aquesta publicació es pot observar la crítica que feia de la situació de la dona obrera del moment:

*“Venimos, en fin, como misión más esencial nuestra, a ocuparnos de la mujer, de esa pobre víctima, que a pesar de haber sido cantada en mil tonos diversos y de haber sido idealizada y hermo세ada por los poetas de todos los siglos, no ha dejado de ser la más ínfima de todas las víctimas, la más explotada y vilipendiada de todos los explotados.”<sup>33</sup>*

Aquestes dones revolucionàries i la seva acció a les revoltes, les vagues o els incendis a les esglésies, van provocar que les altres persones més benestants s'horroritessin, i creguessin –des d'una òptica paternalista- que el més indicat era ajudar aquestes pobres dones que moltes vegades no tenien on dormir. Per intentar calmar la situació, creien necessari que totes aquestes dones fossin educades i així no es rebel·larien contra la societat. Aquest objectiu l'adoptaran les dones burgeses, que juntament amb el seu marit – el qual està obligant a aquestes dones a treballar en aquestes míseres condicions a les seves fàbriques- s'impliquen en una lluita de tipus local o regionalista.

## 1.2. LA DONA BURGESA

Seguint la tendència del segle anterior, la dona benestant és la principal destinatària de les publicacions femenines que hi ha al mercat dels primers anys del segle XX. Aquesta es continua interessant per la moda, la bellesa i la

---

<sup>33</sup> Ibid. p.119 .

llar, elements que utilitza per sobresortir i mostrar la classe social a la que correspon. Lligada a aquesta necessitat de saber totes les tendències del moment, hi ha les revistes que imiten el model francès. Normalment aquest estil de revistes formen part d'editorials que tenen altres publicacions i, que tot i estar dedicades a les dones, rarament eren escrites per aquestes.

Aquestes revistes també toquen el tema de la instrucció femenina, que en aquells moments seguia essent de gran importància. En aquest cas, però, aquestes publicacions tenen uns ideals conservadors i tradicionalistes. El que volen “ensenyar” a les seves lectores és més aviat l’art de vestir bé, saber parlar bé la taula, o rebre als convidats correctament<sup>34</sup>, de manera que la seva evolució des de les dècades anteriors és mínima.

Entre aquestes revistes trobem títols com *La Moda Elegante e Ilustrada* que era la continuació de *La Moda*, *La Última Moda* que es va fundar al 1888 a Cadis per Julio Nombela i que va tenir una llarga vida, ja que la seva darrera publicació va ser al 1927. Al 1902, apareix mensualment *La Mujer en su Casa*, que estava més dedicada a tot el que englobava les feines domèstiques. *La Moda Práctica* neix al 1907, i aquesta compta amb diferents canvis durant el seu període de publicació; primer sembla que es decanta cap una revista per tota la família, però cap al 1910 introdueix articles dedicats a la dona en el món laboral i es converteix en un reflex d’aquesta en la societat. Un altra revista de molta importància és *El Hogar y La Moda*, ja que és una de les revistes dedicades a la dona que ha tingut una vida més llarga i treu el seu primer número el juny del 1909.

---

<sup>34</sup> REBOLLO, María José i NÚÑEZ, Marina, “Tradicionales, rebeldes, precursoras: instrucción y educación”, *Historia de la Educación*, nº 16, 2007, Ediciones Universidad de Salamanca, p 187

Seguint aquests ideals conservadors i tradicionalistes de les revistes de modes i salons, apareixen unes noves publicacions dedicades a les dones i que són anomenades revistes d'acció social catòlica. Aquestes sorgeixen, com explica Marrades<sup>35</sup>, perquè les organitzacions eclesiàstiques se n'adonen de la importància que té la premsa i la veuen com un vehicle per influenciar la població cap als seus interessos. Així, durant la dècada del 1910, apareix un fort moviment favorable a la premsa femenina catòlica. Cal destacar la figura del bisbe de Jaca, que publica varis articles manifestant la necessitat que apareguin revistes de modes però que difonguin una imatge de la dona modesta i creient, amb uns vestits senzills i decents, al contrari de les actuals de l'època, que segons el mateix bisbe, mostren una dona impura.

Dins d'aquest tipus de publicacions, té importància la revista titulada *La Mujer que vive de su trabajo*, que s'editava i es publicava sota la direcció de l'*Obra de Buenas Lectura* que és un òrgan del *Montepío de Santa Madrona*<sup>36</sup> i altres institucions que es preocupaven per la dona obrera i com he dit anteriorment, per la seva educació, marcant com a principal objectiu "fer-li bé i fer-la bona"<sup>37</sup>. Aquesta revista era distribuïda gratuïtament, i tot i que com totes les revistes d'acció catòlica el seu format era molt pobre i comptaven amb poques pàgines, aquesta representa la primera publicació que pretén protegir i ajudar a la dona obrera des d'aquesta posició ideològica.

---

<sup>35</sup> MARRADES, M<sup>a</sup> Isabel, "Femenismo, prensa y sociedad en España", *Papers: revista de sociologia*, n<sup>o</sup> 9, 1978, p 126.

<sup>36</sup> Era un organisme d'acció social femenina de la *Caja de Pensiones para la Vejez y de Ahorros* (actual "Caixa"), que va ser fundat al 1900.

<sup>37</sup> Amb aquesta expressió es refereixen a que "educant-la com marca la religió catòlica li faran un bé a la seva persona, a la vegada que la faran ser millor persona i no revolucionària i indecent com la veuen els catòlics i la burgesia.

Un altre tipus de revistes femenines d'aquest període són les que trobem a Catalunya i que reflecteixen en les seves pàgines les idees del moviment polític que caracteritza la burgesia catalana; el regionalisme, que defensa el proteccionisme econòmic de la indústria catalana i la conservació de la llengua pròpia. Aquest regionalisme, que havia començat essent tan sols literari i lingüístic, passa a defensar la nacionalitat i a reivindicar l'autonomia. En el partit més important del catalanisme, la Lliga Regionalista de Catalunya, s'agrupen els sectors moderats de la societat, com són l'alta burgesia industrial, els agricultors i comerciants catòlics i la classe mitjana liberal. Aquests estan al dia de tots els moviments avantguardistes que succeeixen a Europa, de tal manera que són persones que veuen que existeix un progrés en la societat i creuen en l'entrada cap a un model social modern - fins a un punt que veuen bé que la dona intervingui en les qüestions públiques - i per tant, aquest ambient de modernització que es respira en els ambients burgesos i intel·lectuals de Catalunya propiciarà que la dona adopti un paper més important que a la resta d'Espanya, on tradicionalment la dona està encara més arrelada a la vida domèstica.

Les dones que formen part d'aquest moviment són - com s'ha dit anteriorment - les que s'escandalitzen de veure les dones de classe proletària involucrades en les revoltes. Dolors Monserdá representa aquest model de dona. Ella escrivia articles en defensa de la instrucció de les dones i el feminisme, però sempre amb un caràcter conservador i fortament regionalista.

*“La participación de muchas mujeres en estos atentados es otro ejemplo de la ignorancia, que hace necesaria la acción de todas las mujeres catalanas en pro de una nueva orientación de la vida social. Hay que salir de la*

*indiferencia y frivolidad en que nos movemos y realizar una serie de acciones que nos lleven a influir en una buena parte del proletariado barcelonés”*<sup>38</sup>

Els fets precursors del sorgiment de la primera revista femenina pertanyent a la burgesia catalana i al moviment regionalista català són les publicacions que Carme Karr publica al 1902 al diari *Joventut*. L'article que va escriure titulat "*Per la dona catalana*" feia una crida a les catalanes perquè s'integressin a la lluita política, i aquests ànims de fer arribar les idees regionalistes a les dones constitueixen l'impuls necessari perquè al 6 d'octubre de 1906 sorgeixi *Or i Grana* amb el subtítol de *Setmanari autonomista per a la dona. Propulsor d'una Lliga Patriòtica de Dames* que mostra clarament

*Eugeni d'Ors va dedicar una glossa lloant la gran sensibilitat artística que tenien les dones catalanes que havien propulsat*

*l'aparició d'Or i Grana:*

*"Recordo ara aquest cas, en l'alegria de tenir entre els dits aquest Or i Grana, setmanari per les dones, redactat per les dones. Hi ha a l'article de presentació d'aquest setmanari que comença així: "En una dona, un aplaudiment, una lloança, un alè, una adhesió, una mirada de simpatia o un somriure de recompensa valen...", i jo m'he quedat pensant en això, en el que valen, provenint d'una dona, l'aplaudiment, l'elogi, l'alè, en front de l'obra d'un altre. I penso el que podria resultar d'una altra funció crítica- de crítica per primera vegada explícita- exercida per les dones. No sospiteu fins a quin punt podria ser pràctica i ideal?"(La veu de Catalunya)*

la intenció política que el caracteritzava. Les seves redactores eren Dolors Monserdà, Víctor Català, Carme Karr, Joaquina Rosal, Mercè Rodés, Maria Domènech de Canellas i Inés Armengol de Badía, entre altres. També

<sup>38</sup> Extret de MARRADES, M<sup>a</sup> Isabel, "Feminismo, prensa y sociedad en España", *Papers: revista de sociologia*, nº 9, 1978, p 122.



comptava amb la col·laboració dels poetes més destacats del moment com Josep Carner, Ferran Agulló, Xavier Gambús o Apelles Mestres.

Per altra banda, des de *Juventut* també es va desencadenar una forta campanya envers les redactores del setmanari, que encapçalava Rafael Vallés, i que negava tot allò que Eugeni d'Ors havia publicat a *La Veu de Catalunya*, dient així que les dones eren incapaces de ser crítiques i eren unes ignorants ja que sempre se'ls ha manat callar perquè Déu, els seus pares i els seus marits ja pensaven per elles.

Al febrer del 1907 es dona fi a la publicació d'*Or i Grana*, tot i que les seves redactores afirmen que no és el final i que tenen la intenció de crear una

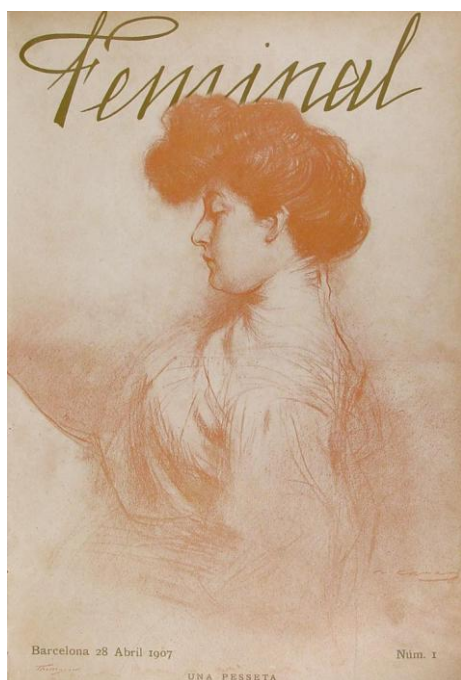


Fig. 9: Coberta de la revista *Feminal* il·lustrada per Ramon Casas. (Font: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes)

altra revista amb encara més força.

Al cap de dos mesos de la desaparició de *Or i Grana*, apareix el *Feminal* que és un suplement de la revista setmanal *La Il·lustració Catalana* que té com a directora a Carme Karr, que com ella explica en l'article de presentació, té l'objectiu d'aconseguir despertar l'interès de les seves lectores per tot allò que l'envolta, dirigint-se a ella de manera amena i confident.<sup>39</sup>

Trobem que el contingut d'aquesta revista s'allunya més de la política a diferència de la seva antecessora, i inclou més articles que parlen sobre música, literatura i societat,

<sup>39</sup> "Feminal, doncs, veu a la dona com una amiga a qui, en la seva llengua li parlarà de tot lo que pot ésser-li útil, de tot lo que pot plaure-li i interessar-la en el moment artístic, industrial i social actual." Fragment extret de KARR, Carmen, "La nostra finalitat", *Feminal*, nº1, 28 d'abril de 1907, p. 4.

tot en un luxós format que emplenava les pàgines de dibuixos i fotografies, i que les protegia amb una coberta il·lustrada per Ramon Casas. Tot i que s'allunyi de la política, amb el pas dels anys de la seva vida anirà adquirint un caràcter cada vegada més progressista.

Cal ressaltar que, al marge de la intenció que anunciava Carmen Karr, els principals finançadors de *La Il·lustració Catalana* – i per tant, també del *Feminal* – eren conscients que apostar per l'intel·lecte femení representava potenciar la força de l'acció catalanista.

L'última publicació de *El feminal* és el 30 de desembre del 1917: les dificultats econòmiques de l'editorial van fer desaparèixer la revista.

## 2. DES DE LA I GUERRA MUNDIAL FINS LA DICTADURA DE PRIMO DE RIVERA.

---

Arribats al 1913, Espanya i sobretot la seva monarquia constitucional entren en un estat de crisi que durarà fins al 1923.

Entre aquest període es produeix l'esclat de la primera guerra mundial, en la qual Espanya es declararà en total neutralitat ja que estava mancada dels recursos econòmics i del poder necessari, i a més, la inestabilitat política en la qual es trobava el país dificultava encara més el fet de poder declarar-se d'un bàndol o de l'altre, de tal manera que el cap del govern, Eduardo Dato, va intentar que ni la premsa ni la opinió pública poguessin posar en perill l'estat de neutralitat que havia declarat, el qual va ser molt positiu per l'economia espanyola, ja que li va permetre experimentar un fort creixement econòmic que va donar grans beneficis als empresaris i l'exportació de productes espanyols a Europa es va quadruplicar. Tot i així, també va tenir efectes negatius sobre la

societat espanyola ja que va crear una inflació molt forta, fins i tot en els productes bàsics. I el problema es va agreujar quan un cop acabada la guerra aquesta inflació no va abaixar-se, encara que les exportacions ja haguessin disminuït, de manera que els beneficis que s'havien creat no arriben a la població, fent que es creessin fortes tensions socials.

## 2.1. L'EDUCACIÓ FEMENINA

Pel que fa al paper de la dona durant aquest període sorgeixen i es consoliden moltes agrupacions de dones que busquen el progrés del gènere femení, fixant com a principal preocupació el tema de l'educació. Aquest tema que ja havia sigut tractat anteriorment, adquireix més intensitat durant aquest període perquè la dona s'incorpora de manera massiva al món laboral i s'accentua la seva manca d'instrucció.

*Al 1912, neix l'anomenada "Ley de la Silla", la qual exigeix a tots els establiments no fabrils a tenir un seient per totes les dones que hi treballin, i l'incompliment d'aquesta llei comportava una multa que oscil·lava entre 25 i 250 pessetes. Aquest mateix any sorgeix una llei que prohibeix el treball nocturn a les dones.*

Al 1910 surt la llei que permet a les dones gaudir de l'educació superior i universitària. En aplicació d'aquesta llei, l'any 1915 s'inaugura la primera residència per a noies a Madrid, que dirigia María Maeztu, i tres anys després l'*Instituto-Escuela de Segunda Enseñanza*, elements que van ser claus per impulsar el progrés de l'educació femenina. De manera que al 1919 trobem que a Espanya hi ha unes tres-centes universitàries i algunes professores.<sup>40</sup>

<sup>40</sup>Disponible a [http://mayores.uji.es/proyectos/proyectos2008/mujer\\_XX-martinez.pdf](http://mayores.uji.es/proyectos/proyectos2008/mujer_XX-martinez.pdf)

La premsa de l'època també tracta en abundància sobre el tema de l'ensenyament de les dones, però depenent de la temàtica de la revista trobem diferents punts de vista:

- \* En primer lloc, les revistes de caràcter més feminista i progressista que creuen que els coneixements són els impulsors del progrés, i que la inferioritat que pateix la dona envers l'home està causada per la incultura. També afirmen que un desenvolupament instructiu complet permetrà a la dona poder fer diverses funcions i ser independent, allunyant-se del model típic de la dona presumida.<sup>41</sup> No veuen la instrucció de la dona com un impediment pel matrimoni, sinó que creuen que d'aquesta manera podran donar una millor educació als seus fills.
- \* Les revistes d'entreteniment o de modes representen l'altra postura pel que fa a l'ensenyament femení; les màximes reivindicacions que fan sobre aquest és que pot servir d'ajuda per arribar al matrimoni, però només ha de ser en un nivell molt elemental. Una vegada legalitzada l'escolarització de les nenes, manifesten que les assignatures que han de fer són de caràcter tan tradicional com la religió, tennis, ball, cal·ligrafia o feines domèstiques.

---

<sup>41</sup> "Sobre todas las prendas de belleza que la adornen, será la educación la que mejor eleve su condición, haciéndola soberanamente hermosa y adorable" CAMBA, Alberto, "La educación de la mujer", La Voz De La Mujer, Madrid, 18/1/1927, p.1

## 2.2. EL VOT FEMENÍ.

És durant aquest període quan comença la lluita feminista per aconseguir el dret de vot femení en paral·lelisme amb dos importants fets històrics: la celebració el 19 de març de 1911 del primer Dia Internacional de la Dona a Alemanya, Àustria, Dinamarca i Suïssa, i la gran manifestació de dones el 8 de març de 1917 a Sant Petersburg, a la que se sumen treballadors i estudiants, reivindicant el retorn dels combatents a la Primera Guerra Mundial i exigint pau (aquesta manifestació, un dels detonants de la Revolució Russa, constitueix probablement el fonament de l'elecció d'aquesta data concreta pel Dia Internacional de la Dona). Com a principal representant d'aquesta lluita apareix en el mes de novembre del 1918 la *Asociación Nacional de Mujeres Españolas (ANME)*<sup>42</sup>.

El portaveu principal d'aquesta institució és la revista mensual *La Voz de la Mujer*, que neix a Madrid el 1917 i té com a subtítol "*Periódico de progreso social, de cultura femenina y de orientación profesional de la mujer.*" En ella es reivindica la igualtat de gèneres en tots els àmbits socials possibles mitjançant articles que parlen també sobre la instrucció pública, la situació de la dona rural o sobre la necessitat de reformar el codi civil. Tant la revista com la institució s'allunyen de qualsevol tendència política i les seves redactores pretenen crear un front unit per únicament defensar els drets femenins, sense cap mena de marginació per la classe o la ideologia que es tingui. La seva directora és Consuelo García Ramos, que signava amb el pseudònim de *Celsia Regis*.

---

<sup>42</sup> Aquesta era una associació que es va crear a Madrid i era dirigida per María Espinosa de los Monteros, que el 1920 va promoure la creació de l'organització anomenada *Juventud Universitaria Femenina*, que va tenir molta importància en la lluita per aconseguir el dret de votar per les dones.

### 2.3. LA BELLESA I LA MODA

Durant aquest període es comencen a experimentar canvis en l'estètica de les dones; comencen a adquirir l'hàbit de practicar esport, a destapar-se, i a tenir més independència econòmica gràcies a la seva incorporació al món laboral. Per aquestes mateixes raons utilitzen roba més còmoda, i també renuncien al que durant segles havia significat pertànyer als privilegiats: tenir la pell blanca. Són els primers anys en què les dones començaran a lluir la pell blanca.

Pel que fa les revistes de modes d'aquests anys segueixen la temàtica anterior, i els únics canvis significatius que experimenten són més relacionats amb el canvi de les modes i del format de les revistes, que cada vegada introdueixen més fotografies.



Fig. 10: Model de l'any 1920, que llueix les famoses sabates *Mary Jane*, que van tenir molta importància gràcies a que les faldilles eren més curtes. ( Font: Blog Historia de la moda y los tejidos.)

## 3. LA DICTADURA DEL PRIMO DE RIVERA

---

Situats a principis de l'any 1923, s'havien creat a Espanya unes fortes tensions en el sistema polític provocades sobretot per la derrota de l'exèrcit espanyol en la guerra del Marroc. Aquestes tensions es traduïen també a la societat, produint que hi haguessin abundants revoltes i algunes vagues obreres.

La premsa diària començava a especular sobre la possibilitat de què hi hagués una dictadura militar, ja que les mesures que prenia el govern liberal per solucionar la situació del país eren quasi inexistentes. Així que finalment, el 13 de setembre d'aquell any es produeix el cop d'estat de Miguel Primo de Rivera.

Durant aquest període es van fer reformes en la hisenda, en l'organització de la feina , es van crear les Confederacions Hidrogràfiques per gestionar el cabal dels rius... Però una nova reforma que va introduir el general Primo de Rivera que afavoria a les dones, va ser que va atorgar a quinze dones posicions en la Assemblea Nacional, ja que ell, en una entrevista que va ser publicada a *La Voz de la Mujer* , es declarava feminista. Aquesta no va ser l'única reforma a favor del drets de la dona, sinó que apart de lleis de protecció laboral o facilitats per cursar estudis universitaris, la dictadura va concedir-li els primers drets polítics a la dona. L'any 1924, a l'*Estatuto Municipal* es va permetre que aquelles dones que fossin majors de 23 anys i caps de família podien votar a les eleccions municipals. Però cal remarcar el fet que moltes d'aquests reformes es feien per mantenir les accionistes femenines calmades i per aparentar un règim "pseudodemocràtic". A més l'assumpció del vot femení no representava en realitat cap contratemps per a les forces polítiques conservadores (com es demostraria a la II República), ja que un elevat percentatge de la població femenina "madura", després de segles d'una educació pel catolicisme, posseïa idees tradicionalistes.

Pel que fa a les revistes dedicades a la dona d'aquest període no mostren grans canvis; només podem destacar l'aparició d'alguna, com seria al 1929 *Mujeres Españolas*, fundada per la vescomtessa de San Enrique, i que reivindica el sufragi femení. També hi ha publicacions que desapareixen, com és *La Voz de la Mujer*, que abans de la seva desaparició feia una forta crítica al començament del nou règim republicà.

*Al 1926 es va crear a Madrid el Lyceum Club Femenino amb al finalitat de desenvolupar l'educació i la cultura, fer obres socials i defensar els ideals femenins. El formava l'elit femenina que tenia temps per dedicar-s'hi i es caracteritzava per la seva neutralitat política i religiosa. La seva presidenta va ser María de Maeztu. L'any que es va fundar tenia 115 associades, i amb el transcurs del primer any, aquestes s'havien quintuplicat.*

Les revistes de modes i entreteniment segueixen en la seva línia de no mostrar els canvis que es produeixen en el país, excepte el nou interès que començaven a tenir les dones pel cinema, ja que apareixen les revistes *La Mujer y el Cine* i *Cine y Hogar*. Tot i així, la màxima evolució que es pot apreciar fa referència al canvi que experimenta la moda, i la revista que més vendes tenia era *El Hogar y la Moda*.

#### 4. LA II REPÚBLICA

Al 1928, la dictadura comença a declinar i Primo de Rivera, que havia caigut també malalt, veia que era incapaç de poder crear un nou sistema polític pel país. A més, al 1929 hi ha el "crack" de la borsa de Nova York, que porta a Espanya i a tota Europa a caure en una forta crisi econòmica. Finalment, Alfons XIII deixa de donar suport al dictador i aquest decideix abandonar el poder.



Amb aquesta decisió la monarquia espanyola en surt molt mal parada i un dels factors de més gravetat que es va apreciar va ser que la classe mitjana va començar a distanciar-se de la figura monàrquica.

L'agost de 1930 es va signar el Pacte de Sant Sebastià, que va servir d'unió entre els líder republicans, nacionalistes i socialistes, i el 12 d'abril de 1931 se celebren unes eleccions municipals (però orientades tant per uns com per altres cap a una qüestió: monarquia o república) en què els republicans – per sorpresa de tots- van obtenir la victòria si no en nombre total de regidors, ja que les zones rurals dominades pel caciquisme i l'integrisme catòlic es van decantar en favor dels candidats monàrquics, sí en el massiu suport urbà. En un primer moment ni tan sols els propis republicans van creure que aquestes eleccions podrien implicar de fet una caiguda de la monarquia, com demostren les paraules de Fernando de los Ríos a Largo Caballero i Miguel Maura: “El triomf d'avui ens permet accedir a les eleccions generals, que se celebraran a l'octubre, i llavors l'èxit, si és com el d'avui, pot portar-nos a la República”. Però la pressió popular, la proclamació de la República en diferents ciutats, la passivitat derrotista de les forces monàrquiques (bé coneguda és l'afirmació de l'almirall Aznar, cap de govern, en el sentit que Espanya s'havia ficat al llit monàrquica i s'havia despertat republicana)i, molt especialment, la reticència de Sanjurjo, director de la Guàrdia Civil, a sostenir amb la força militar al rei, van propiciar la caiguda d'Alfons XIII. El rei, abandonat per tots, opta per abandonar el país donant pas a la proclamació de la II República Espanyola.

Quan es convoquen les eleccions per formar les cort constituents, hi ha tres figures femenines que són nombrades diputades: Clara Campoamor, Victoria Kent i Margarita Nelken.

Després de molts debats sobre si la dona devia votar o no, quan es crea la constitució republicana del 1931, l'article 34 – que era el que establia que tots els ciutadans de qualsevol sexe majors de 23 anys tenien dret a votar – va ser aprovat per 161 vots a favor i 121 en contra.

Una altra llei a favor de la dona va ser la del divorci que es va aprovar al 1932 i representava el fort caràcter progressista de la Segona República.

La premsa femenina de l'època també fa ressó dels canvis que s'estan produint, i de la mateix manera que passa amb la societat, aquesta també es divideix segons la seva tendència.

#### 4.1. REVISTES FEMENINES REPUBLICANES

Una de les que té més importància és *Mundo Femenino*, que després del resultat de les eleccions del 1933, en nom de l'ANME, reclama formar un partit polític independent.

*“Las que de buena fe esperáis de las izquierdas la aplicación de leyes nuevas que hagan una sociedad más justa; las que con ansia miráis a las derechas suspirando por la tranquilidad perdida y por la calma de sentimientos lastimados; las que indiferentes en vuestra comodidad no veis que ya nadie*

*pueda sustraerse a los vaivenes de la política porque el mundo se halla embarcado en una navegación difícil que necesita de todos sus recursos, venid a constituir una fuerza femenina que sienta los latidos de la patria,*



Fig. 11: Portada de *Mundo Femenino* del 1 de juliol de 1934. (Font: Hemeroteca Digital)

*inspirándonos serenamente en la razón de la "verdad", que es la única fuerza que rinde los espíritus".*<sup>43</sup>

En aquesta publicació hi col·laboraven feministes com María de Maeztu, Clara Campoamor i Victoria Kent. A partir del novembre de 1932 va començar a ser dirigida per Julia Peguero<sup>44</sup>, i amb aquest canvi també començarà a allunyar-se de la política i deixar de donar suport al republicanisme, per començar a introduir seccions i articles que tractaven sobre moda, bellesa, cuina o cinema, temes més propis de les revistes d'entreteniment.



Fig. 12: Portada de *Cultura Integral y Femenina* del 15 de febrer de 1934. En la seva portada es veuen il·lustrades quatre dones representant la unió de totes elles. (Font: Hemeroteca Digital)

Una altra publicació per a dones de tendència republicana és *Cultura Integral y Femenina*, que era una revista que tenia com a principal objectiu combatre la ignorància de les dones i a la vegada volia ser una revista que englobés totes les dones – sense importar la classe social o la ideologia – i per aconseguir juntes la seva emancipació, tal com es pot veure en el seu subtítol: “*La revista de unión*

*social para una obra común de cultura integral femenina*”.<sup>45</sup>

Estava dirigida per José Aubin Rieu-

Vernet, i tenia com a cap de comitè de redacció a Clara Campoamor. Entre les

<sup>43</sup> PEGUERO, Julia, “Manifiesto a la Mujer”, *Mundo Femenino*, 1-1-1934 extret de PERINAT, Adolfo i MARRADES, Maria, “El cambio de imagen del rol político de la mujer a través de un siglo de prensa femenina española”, *Papers: revista de sociologia*, nº 2, 1979, p. 155.

<sup>44</sup> BIBLIOTECA NACIONAL DE ESPAÑA, Hemeroteca Digital. Disponible a <<http://hemerotecadigital.bne.es/details.vm?q=id:0003733914&lang=es>>

<sup>45</sup> *Ibíd.*

seves redactores s'hi troben intel·lectuals destacades de tots els àmbits del coneixement, des de diputades a dramaturgues.

Els seus articles tractaven tota mena de temes, com ara medicina, higiene, bellesa, dret, economia, viatges i moltes vegades hi col·laboraven directors d'institucions acadèmiques, economistes, metges, escriptors com Rafael Alberti o, fins i tot, premis Nobels, com ara Henri Bergson (filòsof i premi Nobel de literatura l'any 1927).

Sortia cada mes i la seva última edició va ser el 15 de juliol de 1936, just abans que esclatés la guerra civil.

#### 4.2. REVISTES FEMENINES ANTIREPUBLICANES

Apareixen també revistes femenines d'extrema dreta que són completament contràries al règim republicà. Aquestes majoritàriament estan influenciades o dirigides per l'Església, la qual veu com a una gran amenaça la República i totes les mesures refractàries a la religió catòlica que està duent a terme. Per una altra banda, però, l'Església s'aprofita del dret a vot de la dona per poder influenciar-la.

Entre les revistes que pertanyen a aquesta tendència trobem *Aspiraciones* del 1932 que s'editava sota el lema de "*Defenderemos, hasta morir si es preciso, la Religión y la Patria*". Tractava sobre temes polítics, on sempre simpatitzava amb els partits més conservadors, i a més incloïa seccions de toros, teatre o cinema.

Un altre títol que cal destacar dins d'aquesta línia és *Ellas* , que encara i

recollir articles propis d'una revista d'entreteniment, el seu contingut és completament polític i propagandístic: s'emplaça en contra del republicanisme i aposta per un sistema conservador i monàrquic. En ella es veu la vida tradicional de la dona a la llar com quelcom gloriós.

Altres títols que podem trobar són *La Mujer y el Cristianismo*, *El matrimonio y el contrato civil* o *La escuela laica contra los derechos de Dios, de los padres y de la Iglesia*.



Fig. 13: Portada de la revista *Ellas* del 29 de maig de 1932. (Font: Hemeroteca Digital)

Les seves pàgines mostren la imatge de la dona tradicional i típica fins el moment, dedicada a Deu i a l'home, a la vegada que també són presagi de la guerra franquista.

## 5. LA GUERRA CIVIL I EL FRANQUISME

Amb les eleccions del febrer del 1936 surt elegit el Front Popular , i s'inicia tota una revolució social que comporta vagues, assassinsats i un fort desordre social, que acabarà produint que al 18 de juliol d'aquell any es produeixi l'aixecament militar en contra dels republicans, donant així començament a la guerra civil. Una guerra llarga i molt dura, que va finalitzar amb la victòria de les tropes comandades pel general Franco, el qual va passar a ser cap de govern i a establir un règim feixista inspirat en les dictadures

d'Itàlia o Alemanya, i que no finalitzarà fins el 20 de novembre del 1975, quan el dictador mor.

### 5.1. ANYS DE GUERRA

L'esclat de la guerra va produir un gir radical en la política, l'economia i la cultura espanyola, i les dones no van poder quedar-se al marge de tots aquests canvis. Els homes van haver de mobilitzar-se, de manera que la dona – tant en el bàndol republicà com el franquista – va haver de fer totes aquelles feines que eren necessàries per mantenir la economia del país. Una nota molt destacada, en l'àmbit polític, és la incorporació al govern de Largo Caballero de l'anarquista Federica Montseny (1905-1994), el novembre de 1936, com a ministra de Sanitat, convertint-se així en la primera dona de l'Europa occidental que arribava a un lloc de màxima responsabilitat en un govern.

#### 5.1.1. BÀNDOL REPUBLICÀ

Pel que fa al bàndol republicà, l'ideal de dona treballadora va convertir-se en una necessitat i les dones es van conscienciar que havien de lluitar contra el feixisme per aconseguir les seves aspiracions.

Aquesta conscienciació es va fer sobretot a través de la propaganda<sup>46</sup>, en la qual es



Fig. 14: Cartell il·lustrat per Arteché i imprès per Atlàntida a Barcelona. (Font: La Galeria Litogràfica)

<sup>46</sup> La propaganda es feia per tots els mitjans de comunicació possibles, ja fos la premsa, la ràdio, la cartelleria o els actes públics, ja que constituïa un element bàsic per aconseguir cada vegada més seguidores de la lluita antifeixista. S'utilitzaven molts recursos per persuadir, com ara la comparació entre l'opressió en la qual vivien les dones d'Itàlia o Alemanya, i la llibertat i el benestar del que gaudien les dones de la Unió Soviètica.

criitava a la dona a lluitar en el camp de batalla.

Moltes dones republicanes, apart de fer feines com confeccionar uniformes o prestar serveis sanitaris, van anar al front a lluitar, però elles estaven organitzades a la rereguarda. L'organització d'aquestes es duia a terme per diferents entitats feministes les quals, en quasi tots els casos, tenien una publicació pròpia per poder difondre el seu ideari, que principalment era anarquista o comunista.

Entre les diferents publicacions que tenien aquests organitzacions trobem les següents:

\* MUJERES LIBRES<sup>47</sup>

*Mujeres Libres* era el títol de la revista que va ser creada a Barcelona per l'organització de dones anarquistes amb el mateix nom. Tant la publicació



Fig. 15: Portada de *Mujeres Libres* del 19 de juliol del 1938, celebrant el segon any des de que va començar la seva revolució. (Font: Mujeres Libres)

com l'organització van néixer l'abril del 1936 i el seu principal objectiu era aconseguir que la dona tingués la suficient preparació com per poder ser completament independent de l'home.

L'organització va tenir una fort creixement, ja que si el primer any tan sols es van fer dos assemblees, l'any següent ja se'n van celebrar 147 i

tenia més de 20.000 afiliades.<sup>48</sup>

La revista tractava tota mena de temes, des de l'educació sexual, la relació entre la dona i l'home o els nens,

<sup>47</sup> NASH, Mary, *Mujeres Libres, España, 1936-39*, Tusquets, Barcelona, 1975.

<sup>48</sup> MARRADES, M<sup>a</sup> Isabel, "Femenismo, prensa y sociedad en España", *Papers: revista de sociologia*, nº 9, 1978, p.133

l'avortament o la crítica del masclisme dels seus companys anarquistes<sup>49</sup>. A més, comptava amb un romancer de la dona lliure, amb poesies i cants. Però el primordial ideal que defensaven era que la revolució social seria impossible si anava de la mà de l'emancipació de la dona.

Com diu M<sup>a</sup> Isabel Marrades, *Mujeres Libres* representa la primera vegada – i també l'última – que es fa un projecte de participació col·lectiva amb un esforç colossal de les treballadores espanyoles per aconseguir la seva emancipació psicològica i social.<sup>50</sup>

Es van publicar 13 números i la seva última edició va ser el febrer de 1939.

#### \* COMPANYYA

Aquesta era la revista portaveu de l'agrupació de dones del PSUC (Partit Socialista Unificat Català) i va aparèixer al març del 1937 a Barcelona.

*Companya* tenia com a subtítol “La llibertat es porta a la punta de les baionetes”, fent referència a que aquesta revista defensava que les dones havien de fer totes aquelles feines necessàries, però sobretot havien d'anar a lluitar al front. També defensava la igualtat de gèneres en l'àmbit laboral i en la legislació.



Fig. 16: Cartell que anunciava el llançament de la revista *Companya* el dia 11 de març del 1937. (Font: LA Galeria Litografica)

<sup>49</sup> GALLEGO, Juana, *Mujeres de papel. De ¡Hola! A Vogue: la prensa femenina en la actualidad*. Icaria, Barcelona, 1990, 1<sup>a</sup> ed., p. 43.

<sup>50</sup> MARRADES, M<sup>a</sup> Isabel, “Femenismo, prensa y sociedad en España”, *Papers: revista de sociologia*, n<sup>o</sup> 9, 1978, p.134



*“La dona ha de buscar-se la salvació per si mateixa, ha de lluitar per poder assumir el seu propi destí i dur-lo a terme després. Però ha de tenir sempre en compte qui poden ser els seus possibles aliats: els que pateixen el dolor de la opressió i els seus germans d’esclavitud, les masses laborioses del poble feixista..”<sup>51</sup>*

Un tret diferencial amb les altres revistes de la mateixa línia és que també afegeix seccions que parlen de dietètica, moda, cinema o fragments de novel·les. *Companya* comptava amb redactores com Margarita Nelken, La Pasionaria o Aurora Bertrán, i també apareixen textos de Stalin i Clara Zetkin traduïts.

#### \* EMANCIPACIÓN

*Emancipación* sorgeix al febrer del 1937, poc abans que sortís *Companya*, i és la portaveu del secretariat femení del POUM (Partit Obrer de Unificació Marxista). Aquesta revista es caracteritza perquè les seves redactores i també les lectores tenen molt clar el seu objectiu i com ho han de fer per aconseguir-lo, però sobretot destaca per la correspondència de les lectores a la revista, ja

*Un dels editorials de la revista Emancipación es dirigeix directament a la revista Companya, qüestionant-li per a quin públic va dirigida realment, ja que tracta temes frívols que no tenen relació amb la revolució social que es busca. “¿A qué mujer se dirige? ¿A la mujer burguesa que aún siente añoranza por aquellos tiempos cuando iba a tomar té en cualquier café de moda? ¿O más bien contra la mujer reformista que organiza manifestaciones contra los comités y que aprovecha las colas del pan para organizar “muertes” contra las organizaciones revolucionarias? ¿De cuál de estas mujeres es la revista?”*

<sup>51</sup> *Companya*, nº1, 11-3-1937 extret de PERINAT, Adolfo i MARRADES, Maria, “El cambio de imagen del rol político de la mujer a través de un siglo de prensa femenina española”, *Papers: revista de sociología*, nº 11, 1979, p. 158.

que mostra els problemes reals que tenen i pateixen les dones obreres, de tal manera que el que es publica són fets completament reals i no tan sols paraules.

### 5.1.2. BÀNDOL FRANQUISTA

Paral·lelament, les dones del bàndol franquista es trobaven agrupades de manera més homogènia en una única organització que era la *Sección Femenina* de la Falange, que va ser formada per la filla de l'antic dictador, Pilar Primo de Rivera, la qual davant de 10.000 membres de l'organització va proclamar que l'única missió que la Pàtria assignava a les dones era la llar.

Durant la guerra van dur a terme sobretot obres sanitàries, com la cura dels nens que quedaven orfes, o acollien a les noies que venien del camp a les ciutats.

Pel que fa a les revistes que seguien aquesta tendència, totes tenien el



Fig. 17: Fotografia de dones de la *Sección Femenina* que desfilen pels carrers de Guardiola. (Font: International Museum of Women)

suport de Franco i un fort caràcter religiós que reflectia la imatge de la dona obedient i tradicional .

Així, títols com *Mujeres de Acción Católica* que es va començar a publicar el 1935 a les Illes Balears, *Mujeres Católicas de España* del 1937 o *Muchachas* del 1938. Però entre

aquestes destaca *Y* per la seva durada, ja que es va publicar des del 1938 fins al 1946. Estava dedicada a dones nacionalsindicalistes i el seu nom ve de la Reina Isabel, com diu la mateixa revista: “ *Es la Y de Ysabel, matrona*

*fundadora, por la que Fernando tomó el yugo, símbolo también de la conjunción, símbolo matrimonial*<sup>52</sup>, mostrant així el seu caràcter conservador, patriarcal i monàrquic .

## 5.2. POSTGUERRA I ANYS D'AUTARQUIA(1939-1950)

L'abril del 1939, tot l'Estat estava controlat per les tropes franquistes i es dona per desapareguda definitivament la República, i amb ella desapareixeran també tots aquells avenços, dret i llibertats que havia aconseguit la dona.

Sobretot durant els primers anys de la dictadura (1939-1945) és quan es du a terme el procés contrareformista abolint el matrimoni civil, el divorci, l'avortament, els mètodes anticonceptius... Es restableix el Codi Civil de 1889 i la legislació laboral prèvia a la República, s'instauren de nou els articles del codi penal que la República havia abolit, es penalitza el treball femení i es veta l'accés a diversos llocs de treball a les dones, entre altres coses.

Només existeix un únic òrgan amb caràcter femení, però que té la supremacia masculina i que ja hem citat anteriorment: la *Sección Femenina*, a la qual se li encarrega de manera oficial fer que totes les dones de l'Estat es mobilitzin i estiguin formades política i socialment. Tenien el control exclusiu de la instrucció femenina, totalment basada en el catolicisme.

Durant aquests anys es pretén tornar al model de dona vuitcentista i per això es fan amplis discursos que tenen dues idees bàsiques<sup>53</sup>:

---

<sup>52</sup> GALLEGO, Juana, *Mujeres de papel. De ¡Hola! A Vogue: la prensa femenina en la actualidad*. Icaria, Barcelona, 1990, 1ª ed., p. 43.

<sup>53</sup> *Ibíd.* P. 44.

- \* L'exaltació dels únics valors dignes de la dona que són el de mare i muller, agafant com a referència la Verge Maria.
- \* Menyspreu de la dona, que es veu com un ésser pervertidor i causant del pecat. Aquí la referència és Eva.

Tot i no ser la primera vegada que es veu aquesta dualitat en la imatge de la dona, és durant aquest primers anys de dictadura quan s'eleva al màxim.

Amb el triomf del franquisme es dona per acabada la tendència creixent que duïen les publicacions femenines i tan sols queden revistes que limiten els horitzons de la dona al matrimoni i la llar, ja que les revistes feministes són censurades. Per descomptat, no hi va haver representació espanyola a l'Albert Hall de Londres, el 1945, quan sota la presidència de lady Megan Lloyd George, delegades de vint països es van reunir per elaborar el projecte de la "Carta de la Dona" que seria remesa a la Conferència de les Nacions Unides. Per a les espanyoles –i per als espanyols- no hi va haver notícies sobre la declaració dels drets Humans de l'ONU de l'any 1948 establint la igualtat de drets polítics, legals i civils entre home i dona. Tampoc va arribar a les seves oïdes, excepte de forma indirecta i sempre despectiva, la intensa activitat desplegada per l'anomenada "segona onada feminista" encapçalada, entre d'altres, per Simone de Beauvoir.

Entre les revistes d'aquest període trobem les que tenen una gran càrrega doctrinal política, que dirigeix la *Sección Femenina*, i entre elles hi ha títols com *Medina* que s'edita setmanalment des del 1941 fins al 1944, i comprenia articles de folklore, però que també deixa veure una dona que és esportista, que segueix la moda i que està envoltada de comoditats, la qual

cosa simplement servia per amagar la realitat grisa i trista de les dones d'aquell moment.

Altres títols que estaven sota el control de la *Sección Femenina* eren *Consigna*(1941-1960), *Ventanal* (1946-1951), *Bazar* i *Teresa*, i la fundadora de totes havia estat Lula de Lara, ja que era la Regidora de Premsa i Propaganda de l'organització.

També van sortir revistes publicades per part de l'*Acción Católica* amb títols com *Misión, Para Nosotras, Senda y Cumbres*. Totes elles tenien les pàgines tenyides de referències catòliques i la dona que allà s'hi veia només tenia la finalitat de tenir fills i servir al marit.



Fig. 18: Guia de la bona esposa publicada per la Sección Femenina. (Font: Blog de Carmen Aparicio)

*“Una mujer con greñas acaba por aburrir al más enamorado de los hombres. Aunque en su casa no vea un rinconcito de polvo y coma los más succulentos manjares. La mujer tiene que ser adorno además de cocinera y fregatriz y el que haya casado no releva de hacer lo que consideraba imprescindible cuando tenía novio: arreglarse, porque, como dice el refrán: “La mujer compuesta evita que el marido llame a otra puerta”<sup>54</sup>*

Com diu Juana Gallego, per intentar aparentar una situació de naturalitat en el país en els moments precaris que es vivien, van aparèixer algunes

<sup>54</sup> *Para Nosotras*, n°3, 1954, p.11. fragment d'un article d'una de les revistes que havia fundat *Acción Católica* en el qual es pot apreciar la influència que volien transmetre a les seves lectores perquè s'arreglessin per agradar els seus marits, posant de manifest la imatge de la dona que hi havia en aquells anys i que el règim franquista implantava.

revistes d'entreteniment dirigides a la dona com són *Siluetas*, *El Hogar y la Moda*, *Luna y Sol*, *¡Hola!* o *Lecturas*. Aquestes són les primeres que començaran a introduir seccions sobre “ecos de la societat” que més endavant es convertiran en les actuals revistes del cor. A més la bellesa i la moda són els temes principals, de manera que aquestes revistes es comencen a convertir en grans aparadors publicitaris.<sup>55</sup>

Totes aquestes revistes d'entreteniment ja surten quan Espanya, després de la II Guerra Mundial<sup>56</sup> està intentant fer-se una “neteja de façana”(1943-1945), en la qual es deixen de veure tants uniformes i salutacions feixistes, també es disminueix la presència de falangistes al govern i la Falange perd el control de la premsa i la propaganda.



Fig. 19: Marilyn Monroe, exemple de la *pin-up* nord-americana, que es va convertir en el símbol sexual internacional. (Font: Pinterest)

El país es troba en un estat de complet aïllament internacional – amb l'excepció de Portugal i Argentina – comença a submergir-se en una greu crisi econòmica i se li denega formar part de l'ONU .

En fort contrast amb la imatge de la dona espanyola restringida a les feines domèstiques, sense vida social i amb l'únic objectiu de ser mare i muller, hi ha la popularització de les *pin-*

<sup>55</sup> REBOLLO, M<sup>a</sup> José, NÚÑEZ, Marina, “Tradicionales, rebeldes, precursoras: instrucción y educación de las mujeres españolas a través de la prensa femenina (1900-1970)”, *Historia d'educación*, n<sup>o</sup>26, 2007, p.207.

<sup>56</sup> Durant la II Guerra Mundial, tot i que Espanya es va declarar no bel·ligerant, va participar-hi indirectament a favor de l'Alemanya nazi de Hitler, per això, quan la guerra va finalitzar, Espanya es va veure exclosa de qualsevol afer internacional.

*up girls* d'Estats Units. Aquestes són models, joves, atractives, que es mostren sempre alegres i amb una actitud seductora. En les seves imatges insinuen més que ensenyen, però són presentades com a objectes sexuals al servei dels homes. Aquesta moda es veu en la publicitat, la premsa, i fins i tot en els avions o els tancs de l'exèrcit nord-americà. També és en els anys 50 quan apareixen fotografies de models despullades a revistes com *Playboy*.

### 5.3. FINAL DEL AÏLLAMENT I ANYS DE “DESARROLLISME”

L'Espanya franquista veu la Guerra Freda com el moment ideal per donar fi a l'aïllament en què vivia i assentar-se políticament. Amb aquest enfrontament entre l'occident capitalista i l'orient socialista, Espanya passa a ser un aliat dels EE.UU. en el control del sud d'Europa, és admesa a l'ONU al 1955, a l'OECE (Organització Europea per la Cooperació Econòmica, actual Organització per la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic), al FMI (Fons Internacional Monetari) i al BM (Banc Mundial). El 1954 es considera el final del règim autàrquic, ja que va ser quan es va arribar a la mateixa renda per habitant que hi havia abans que comencés la guerra.



Fig. 20: Fotografia del 1959 on surten el dictador Franco i el president dels Estats Units Eisenhower (Font: infobiografias.)

Al 1957 entra al govern un grup de tecnòcrates de l'Opus Dei que es responsabilitza de dur a terme el fort Pla d'Estabilització que seguia els manaments del Banc Mundial i el FMI i va donar pas al període del “desarrollisme”.

Els anys seixanta representen per Espanya, i per la dona espanyola, la dècada de les transformacions econòmiques que portaran lligades a elles la modernització del país i l'adaptació de la seva societat als temps que es vivien, tot i que sempre d'una manera "planificada" que no fes perillar el govern.<sup>57</sup>

És en aquest moment quan la premsa femenina d'Espanya comença la seva conversió per presentar-se tal i com la coneixem avui en dia. Aquesta conversió comença pel desig que Espanya assoleixi els nivells dels països de l'exterior, i alguns grups editors de revistes femenines comencen a imitar el funcionament i el model de les que s'editen en els països estrangers.

La premsa femenina que fins ara servia per difondre ideologies o tenia caràcter doctrinal pateix un gran retrocés a favor d'aquests nous models de revista d'entreteniment que comencen a aparèixer, que es caracteritzen per donar la imatge d'una dona "nova" en aparença, la qual ha de ser estrictament bella físicament ja que així aconseguirà l'èxit en tots els camps. A més les seves úniques armes seran l'atracció física i la seducció, imitant en certa manera els models de *pin-ups* que eres tan populars a EE.UU. Aquestes publicacions també inclouen cada vegada més seccions dedicades a temes laborals, com ara orientació laboral, enquestes i consultoris, però encara des de les mateixes revistes es transmetrà un ideal de què la dona i l'home no seran mai el mateix en el món laboral.

Al 1959, ja havia sortit a la llum la revista *Ama* que era patrocinada per la xarxa de supermercats C.A.T., pel que, a més de tractar tots aquells temes

---

<sup>57</sup> REBOLLO, M<sup>a</sup> José, NÚÑEZ, Marina, "Tradicionales, rebeldes, precursoras: instrucción y educación de las mujeres españolas a través de la prensa femenina (1900-1970)", *Historia d'educación*, n<sup>o</sup>26, 2007, p.208.





Fig. 21: Portada de *Ama* en la que apareix Sara Montiel. (Font: Todo Colección)

considerats propis de la dona ( bellesa, moda, llar...), parlava molt sobre l'alimentació de les famílies.

*Ama* va ser una revista important fins que als 80 es dona l'entrada de les revistes internacionals; tot i fer una important transformació en els seus últims anys, no podrà competir-hi i es veurà obligada a desaparèixer al cap de 30 anys.

*Cristal* neix al 1960 i s'edita des de *La Vanguardia* amb el subtítol de “*Revista quincenal femenina para la mujer de nuestro tiempo*”. Aquesta revista declara com veu la dona de la dècada dels 60 de la següent manera:

*“La mujer de 1960 tiene sus características propias: mayor preparación, mayor inquietud, mayor nivel cultural; otros problemas, otra visión del mundo y hasta una consideración del propio destino. A esta mujer de nuestro tiempo se dirige Cristal.”*<sup>58</sup>

Al cap de tres anys, propulsada per l'*Opus Dei* i editada per SARPE (Societat Anònima de Revistes, Premsa i Edicions), neix *Telva*, que es convertirà en una de les revistes per a dones més importants del país i que encara avui es continua editant..

<sup>58</sup> HINOJOSA MELLADO, M<sup>a</sup> Paz, *La persuasión en la prensa femenina: análisis de las modalidades de la enunciación*, 11-11-2005, p.91

L'aparició de *Telva* representa la primera revista femenina moderna. Des del seu primer número, Pilar Salcedo -la primera directora- manifesta clarament la modernitat de la publicació:

*“Soplan por el mundo corrientes de renovación, de desarrollo económico; se abren a la mujer nuevos horizontes y es preciso vivir a la altura de las circunstancias . Eso de “los derechos de la mujer” suena bien pero hay que estar a las duras y a las maduras. Le es preciso estar bien informada para que, al aprender de los derechos, entienda en ellos el deber de trabajar –a escala europea – con una mayor seriedad y eficacia.”*<sup>59</sup>



Fig. 22: Primera portada de *Telva* l'any 1963.( Font: Todo colección)

Tot i així, la revista també comptava amb un aire tradicionalista, que encara lligava a la dona amb la seva missió amb Deu, però ara de manera que podia compaginar-la amb la seva feina. La imatge de dona que presenta la portada del primer número no pot estar més allunyada del rebel model femení de la revolució pop, que no obstant això arribava a Espanya de forma gairebé clandestina i provocaria en els anys següents seriosos enfrontaments generacionals entre pares i fills. El “hippisme”, la “beatlemania”, la minifaldilla i els guerrillers van incorporar als joves a tot el món occidental a un concepte personal de la moda, però a Espanya aquesta nova imatge femenina només era acceptable per a les “estrangeres”: la noia jove que pretenia assumir-la

<sup>59</sup> SALCEDO, Pilar, “Editorial”, *Telva*, nº1, Octubre 1963, p.5. En aquest editorial es pot observar tota la situació en la qual vivia Espanya en aquests anys: la bonança i desenvolupament econòmic, els primers passos cap a l'obertura a Europa, la dona dins l'àmbit social i laboral...

sovint era considerada com una “descarada” o, encara pitjor, com una “perduda”.

*El Moviment Democràtic de Dones es caracteritzava per ser unitari i interclassista, ja que en ell participaven mestresses de casa, treballadores, professionals, universitàries i dones de diferents ideologies, creences i filosofies, i que pertanyien a diferents estaments socials.*

Durant la dècada dels 60, sorgeixen altres revistes fruit del moment econòmic d'Espanya i de la creixent representació femenina en tots els àmbits de la societat, com per exemple *Diana*,<sup>60</sup> que va impulsar el Banc de Bilbao, o *Belleza y Moda*.

És durant aquests anys que comencen a formar-se de manera clandestina agrupacions de dones obreres, que finalment al 1965 donaran lloc al Moviment Democràtic de Dones i durant els anys següents començaran a dur a terme diverses activitats, tant d'instrucció, formació i conscienciació de la seva situació d'inferioritat envers l'home, com d'ajuda al presos polítics o en accions per combatre la pobresa d'algunes famílies.

El feminisme que havia desaparegut durant la dictadura reapareixerà de nou amb l'entrada de la nova dècada i amb molta més força i internacionalitat. Serà sobretot al 1973, després de la mort de Carrero Blanco que el franquisme començarà a caure i el descontentament social i polític durà a la transició cap a un sistema democràtic després de la mort de Franco el 20 de novembre del 1975.

<sup>60</sup> En un dels editorials de la revista, *Diana* es dirigeix amb les següents paraules a les seves lectores: “*Diana es, sobre todo, el cálido homenaje de un Banco a la eterna y bella realidad de una trabajadora, de una oficinista, una estudiante, una ama de casa, una mujer de hoy que sigue siendo siempre y ante todo, mujer.*”

## 6. TRANSICIÓ POLÍTICA

---

La mort del dictador i la fi del seu règim feixista representen per la dona espanyola el final del seu estat reprimat i l'arribada de tots aquells drets que portava reivindicant des de principis de segle i que cada vegada la porten a un situació més igualitària amb l'home i al mateix nivell que la resta de dones del món occidental.

Ja uns mesos abans s'havia aconseguit l'abolició dels articles del Codi Civil que impediien a la dona casada de disposar dels seus béns anteriors als matrimonis. A més, l'any de la mort del dictador coincideix amb la celebració de l'Any Internacional de la Dona convocat per l'ONU, de manera que aprofitant aquest fet, el mateix desembre se celebren a Madrid les primeres Jornades per la Alliberació de la Dona, i al maig del 1976 les Jornades Catalanes per la Dona.

El desembre del 1978 s'aprova una nova constitució espanyola que presenta a tots els ciutadans espanyols com a iguals, sense cap mena de discriminació ni per sexe, raça, religió... A partir d'aquí el moviment feminista s'encarregarà d'aconseguir lleis de divorci i d'avortament, que portaran a l'Església Catòlica i als sectors més moderats a enfrontar-se contra aquestes intencions.

És un moment en què cada dia representa un avenç per la dona; les joves deixen l'agulla per l'estilogràfica, les oficines s'emplen de presència femenina, i apareixen les universitàries que es rebel·len contra les desigualtats socials i contra les polítiques conservadores.

Pel que fa als mitjans de comunicació, amb la transició cap a la democràcia desapareix la censura, i al 1977 es declara la llibertat de premsa, fet que tindrà molta influència sobre les publicacions dirigides a les dones.

El moviment feminista – com ja havia fet anteriorment, utilitza la premsa com a principal mitjà de difusió– promou diverses publicacions, com ara *Vindicación Femenista*, *Opción*, *La Mar* i *Dones en Lluita*. Totes elles es caracteritzen pel seu caràcter marxista que les du a constants polèmiques i discussions.<sup>61</sup> En el següent editorial d'*Opción* es troba tota la situació resumida:

*“Construir una sociedad nueva, cambiar las bases del mundo, terminar con la opresión sexista, alcanzar la igualdad ante la ley, sentar los principios de una educación no machista... Todo esto es feminismo. Una lucha política, revolucionaria, marcada necesariamente por la sexualidad específica de sus miembros [...] La dictadura franquista tenía miedo a la mujer y encorsetó nuestras aspiraciones y reivindicaciones en una organización única, filial del único partido. Todo estaba atado y bien atado. Por eso la sorpresa fue mayúscula cuando, a finales del año 1974, las mujeres empezamos a reunirnos [...] Y formamos grupos de trabajo y los grupos de trabajo fueron creciendo y comenzaron las discusiones ideológicas. Discutir es necesario en los inicios de cualquier movimiento, pero más en el feminista. Hay que buscar las bases de nuestra personalidad, hay que encontrar lo que nos es esencial y lo que es accesorio.[...]¿Somos una clase? ¿Es posible la doble militancia? ¿El*

---

<sup>61</sup> Els temes que solien tractar eren sobre la reproducció humana com una forma de producció de força de treball, la dona com una classes social o l'explotació de la dona en el món laboral. Un altre constant que es troba en aquestes publicacions és la crítica al masclisme i a les seves manifestacions ( violacions, discriminació sexual, paternalisme...), fins al punt que es publiquen tota mena de casos amb noms dels involucrats

*hombre es el enemigo o son las estructuras? De la diferente respuesta a estas preguntas van surgiendo diferentes posturas, distintos grupos.*<sup>62</sup>

Tot i així, els grups feministes cada vegada s'anaven fragmentant més i la seva premsa perdia seguidores per deixar pas a la gran novetat que apareix en l'àmbit de la premsa femenina: les primeres inversions estrangeres en revistes de modes i entreteniment.

La multinacional alemanya Bertelsmann és la primera que entra a Espanya, amb la seva filial editora de revistes, Gruner & Jahr (G+J), de la mà de *Dunia*, una nova revista quinzenal que havia estat creada al maig del 1976 per l'Editora Nueva España, però que G+J va adquirir.

*Dunia* va promoure l'evolució de la dona espanyola, tractant temes poc habituals fins el moment en aquest tipus de publicacions.

Aquesta revista anava dirigida a un nou prototip

de dona amb el qual moltes lectores es van sentir identificades, portant-la a l'èxit.

Aquest gran nombre de dones que seguien la revista es van sentir identificades amb diferents aspectes.<sup>63</sup>

a) Una dona intel·ligent, com manifestava la revista.



Fig. 23: Portada de *Dunia* nº 37 de l'agost de 1978. (Font: Todo Colección)

<sup>62</sup> Editorial: "Hagamos un mundo nuevo", *Opción*, Juny 1977, p.3.

<sup>63</sup> Classificació que fa Juana Gallego a *Mujeres de Papel. De ¡Hola! A Vogue: La prensa femenina en la actualidad*, Icaria, Barcelona, 1990, 1ª ed., p 70. On també explica que aquest nou prototip que tant va triomfar també era moderat, ja que al mateix moment es va llençar al mercat la versió nortamericana de *Cosmopolitan*, que va patir un fracàs total ja que la dona que presentava era massa agressiva.

- b) El seu camp d'actuació s'havia ampliat ( feina, interès cultural, polític...)
- c) La feminitat no era vulnerada , ja que no abandona el rol d'allò que és considerat femení ( com fa la revista *Cosmopolitan* i li provoca el més profund fracàs.)

---

## 7. ANYS 80: EL *BOOM* INTERNACIONAL

---

Els anys 80 representen per Espanya la consolidació de la democràcia i l'entrada a un període de creixement econòmic després d'haver sortit de la crisi del petroli. Espanya s'acaba d'obrir a la resta del món i això es reflecteix en la societat i també a la premsa femenina. En el camp d'aquesta última, en concret l'any 1986, és quan es dona l'autèntica revolució amb la irrupció massiva de grups editors estrangers. Perquè passi això, però, abans es donen una sèrie de fets que fan que aquestes empreses estrangeres posin l'atenció en Espanya:

Al 1982 guanya les eleccions amb majoria absoluta el Partit Socialista, liderat per Felipe González, i amb el qual es comença un procés reformista i progressista amb la intenció de lluitar contra la profunda crisi econòmica en la que es trobava submergit el país, encaminar-lo cap a l'estat del benestar i oferir al món una imatge de modernitat i competitivitat. Les reformes afectaven a la indústria, als bancs, a l'educació, a l'exèrcit i a les competències autonòmiques del país. Entre aquestes reformes hi ha la promulgació de la llei sobre inversions estrangeres en empreses editorials, que té repercussió immediata en el sector de la premsa femenina.

A més, el 12 de juny del 1985 es va signar el Tractat d'Adhesió a la CEE, de manera que l'1 de gener del 1986 Espanya passa a formar-ne part. El mateix any, en referèndum, es ratifica la permanència d'Espanya en l'estructura de l'OTAN amb una intensa campanya favorable del propi Partit Socialista que havia promès abandonar-la quan arribés al poder.

Finalment, el mateix any 1986 apareix el reglament que desenvolupa i regula les inversions estrangeres en editorials, de tal manera que desapareixen les traves i aquests grups poden invertir amb total facilitat i llibertat a qualsevol empresa periodística d'Espanya.

El primer d'aquests grups estrangers és G+J que al setembre de 1986 llança *Mía*, que encara en l'actualitat es continua editant. Aquesta publicació, en lloc de decantar-se més cap a temes de moda, contenia una gran quantitat de consells pràctics.

Gairebé simultàniament apareix el grup francès Hachette, que també al setembre de 1986 posa a la venda la versió espanyola d'*Elle*.

Al cap d'un any apareix *Marie Claire* que s'edita pel grup francès Album i el Grupo 16. La seva directora, Ana Rosa Semprún, defineix la revista com “una revista dirigida a la mujer como ser y como persona inteligente”.<sup>64</sup>

La multinacional Condé Nast S.A. és l'última que aterra a Espanya a l'abril de 1988 amb l'aparició de la versió espanyola de *Vogue*<sup>65</sup> amb Luis Carta com editor i Ana Puértolas com a directora. El seu editor defineix la

---

<sup>64</sup> GALLEGO, Juana, *Mujeres de Papel. De ¡Hola! A Vogue: La prensa femenina en la actualidad*, Icaria, Barcelona, 1990, 1ª ed., p 73.

<sup>65</sup> *Vogue* compta amb una quaretena de publicacions per tot el món, però la revista principal és la versió americana que porta editant-se més de 100 anys.



revista amb les següents paraules: “Somos elitistas y no nos dirigimos a cualquier mujer. La mujer Marie Claire o Elle es de clase media, trabaja pero no es directiva y en cierta forma aprende a vivir. La de Vogue tiene 30 años, si trabaja es directiva, si no tiene dinero por familia o por matrimonio, pero es una mujer abierta mentalmente, que si bien gusta de pequeños consejos no necesita que le expliquen cómo tener un orgasmo...”<sup>66</sup>

Aquestes diferències que declara Luis Carta es veuen reflectides en el preu de la revista, que surt a 350 Pts., i no sorprèn que els vestits o productes que publica siguin 10 vegades més cars que els que promociona *Marie Clarie*, per exemple.

Totes aquestes revistes de moda que sorgeixen durant aquests anys es caracteritzen

pel seu format més modern, amb abundància de colors i fotografies, però tot i aquests canvis del disseny de la revista, aquestes no deixen de seguir el model d'aquelles que van sorgir a principis del segle XX adreçades a les dones més benestants i les pàgines de les quals servien d'aparador de tot allò que fos última tendència.

Per altra banda, durant aquesta dècada encara sorgeixen algunes revistes de caràcter feminista, però aquestes no acabaven d'arribar als lectors i ja no gaudeixen de la difusió que havien tingut anys enrere. Les causes d'aquest fracàs que pateixen podrien ser, en primer lloc, que en no tenir gaire



Fig. 24: Portada del primer nº de *Vogue España*, l'abril de 1988. (Font: Todo Colección.)

<sup>66</sup> Extret de GANZABAL LEARRETA, María, “Nacimiento, evolución y crisis de la prensa femenina contemporánea en España”, *Ámbitos*, nº15, 2006, p.409.

difusió els anunciants eren reticents a invertir-hi, perdent una bona quantitat de diners. En segon lloc, les idees que volen transmetre ja no són compartides per tota la societat i adopten un aire de queixa constant i per qualsevol motiu que no acaba d'agradar. Finalment, les seves redactores escrivien sense ser remunerades per fer-ho, així que per manca d'incentius la revista estava condicionada per la voluntat que hi destinessin.

---

## 8. ANYS 90: REMODELACIÓ DEL SECTOR

---

Entrada la darrera dècada de la centúria, Espanya es presenta a la resta del món com un estat modern i amb una democràcia estabilitzada. Ho fa celebrant tres grans esdeveniments de caràcter internacional l'any 1992: es celebren els Jocs Olímpics de Barcelona, a Sevilla hi ha l'Exposició Universal *EXPO 92* i Madrid és nomenada Ciutat Cultural Europea.

Tot i així, a finals del mateix any, tota Europa – inclosa Espanya– pateix una època de recessió econòmica per culpa de l'enfonsament de la URSS, la unificació d'Alemanya i la recessió econòmica dels Estat Units. A Espanya això va comportar la reducció del PIB i l'augment de la inflació i de l'atur.

Pel que fa a la dona dins d'aquesta societat contemporània, ja no es veu des del punt de vista tradicional sinó que és contemplada com un ésser totalment independent. Compta amb drets propis i ja té participació en tots els aspectes socials i és en aquests anys que comença a ocupar posicions de poder que abans eren reservades tan sols per homes.

Però cal tenir en compte que malgrat haver arribat a les darreries del segle i vivint en una societat que s'autodenomina contemporània, la igualtat de

gènere encara no s'ha assolit en la seva totalitat i la dona encara arrossega quelcom de la inferioritat que se li havia atribuït des de l'antiguitat.

La “nova” premsa femenina que havia entrat a Espanya la dècada anterior segueix mostrant una dona cada vegada més lliure i independent, fet que podem observar en com algunes revistes comencen a tractar obertament temes que abans havien resultat tabús indiscutibles. Un exemple de revista que sorgeix al 1990 i presenta la novetat de tractar el tema sexual obertament<sup>67</sup> és *Cosmopolitan*, del grup G+J i Hearst Corporation amb Sarah Glattesein Franco



Fig. 25: Portada de *Cosmopolitan* del desembre de 1990. (Font: Todo Colección)

com a directora. A més de la novetat sobre el tractament del sexe, *Cosmopolitan* té un caràcter optimista, jove i alegre, amb un gran contingut editorial.

Una nova incorporació en el món de la premsa femenina espanyola és *Woman*, que apareix al setembre del 1992 de la mà del

Grupo Zeta. Les característica diferencial que té aquesta nova revista espanyola és que té

una mida superior a la resta ( 235x333 mm). Tot i ser una revista nacional, presenta tots els requisits per poder competir en el mercat amb les revistes internacionals.

El fet més rellevant en aquest sector que formen aquestes revistes és la reestructuració que han de fer *Telva* i *Dunia* per combatre la caiguda de les

<sup>67</sup> Va resultar tan novedós que a part de què moltes revistes incloessin aquesta secció, molts editors de la competència la van qualificar de “psicosexy”.

ventes amb l'aparició de aquesta gran quantitat de revistes modernes, tant en format com en contingut.

*Telva* és la revista espanyola per excel·lència i l'única que gràcies a aquestes remodelacions ha aconseguit mantenir-se en el mercat durant més de 40 anys. Entre els canvis que ha patit la revista trobem que a finals del 1989 passa de ser quinzenal a mensual. També va dur a terme una estratègia basada en augmentar les pàgines, afegir noves seccions, més color, novetats de disseny i format. Però en el que no hi ha hagut cap canvi significatiu és en la ideologia de la revista, la qual segueix en una línia molt conservadora que evita temes sexuals i relacions fora del matrimoni. Tot i així, els canvis de format van donar uns resultats espectaculars i la seva tirada va augmentar més de 30.000 exemplars.<sup>68</sup>

A *Dunia* li passa tot el contrari. La revista, al juliol de 1993 havia passat a ser mensual, al novembre del mateix any en lloc d'un canvi d'imatge o una reestructuració va treure una nova publicació amb la mateixa capçalera. La nova *Dunia* va augmentar la seva tirada fins als 225.000 exemplars i va reduir el seu preu a 300 Pts. També presentava una nova imatge de dona, que es caracteritzava per estar entre els 25 i els 35 anys, la manca de temps i una problemàtica distribució de la seva jornada vital en tres aspectes: la parella, els fills i la feina. La direcció de la revista va conèixer diversos canvis successius i, finalment, l'any 1998 es va produir el seu tancament després de vuit anys amb pèrdua de vendes.

---

<sup>68</sup> GANZABAL, María, "Nacimiento, evolución y crisis de la prensa femenina contemporánea en España", *Ámbitos*, nº15, 2006, p.412.

En definitiva, des dels anys 70 i a mesura que la dona accedia a una consideració social i professional inèdites, ocupant llocs de direcció i de poder exercits tradicionalment en exclusiva pels homes, s'ha anat reduint sensiblement l'estereotip convencional que la presentava en un triple dimensió: com un ésser que havia d'obsessionar-se per "la blancor de la bugada", com a garant i reflex de l'èxit masculí i com a objecte sexual. Deslligada d'aquest paper limitador d'esposa, mare i companya, la dona independent, activa, moderna i alliberada de clixés va irrompre en la premsa femenina dels anys 80 i 90. No obstant això, la desaparició dels antics estereotips sovint ha derivat en la creació d'altres "models" femenins tan idealistes i irrealistes com aquells:

- a) En els anys 70 i 80, amb l'eclosió a Espanya de l'erotisme i de la pornografia, tant en revistes com en el cinema, es va imposar el model femení de la "*super-woman*" sexual i seductora, generalment una dona jove, de proporcions exuberants, escassament vestida, que la publicitat – també en la pròpia premsa femenina- va usar amb propòsits comercials res dissimulats. Progressivament, aquesta dona va anar adquirint trets més dominants, enèrgics, evolucionant des d'un paper merament passiu al concepte de l'atracció sexual com a arma per 'escalar" socialment.
- b) La visió tradicional de la "dona aparador" o "dona objecte" no ha desaparegut de la premsa femenina, s'ha fet, però, més subtil, establint-se una equiparació entre la imatge personal de la dona i la seva pròpia projecció a la societat. Si en dècades anteriors aquesta imatge servia de marc a un retrat familiar, amb el qual s'evidenciava una determinada posició social en subordinació al paper de l'home, ara s'exhibeix en un context de sofisticació personal. Paral·lelament, també el concepte

d'home s'ha anat modificant i pels mateixos interessos: el nou model masculí anomenat “metrosexual” sorgit als anys 80 tractava d'incitar els joves a preocupar-se pel seu cos i –sobretot- per la seva indumentària, per la seva imatge exterior, en el que pot considerar-se una feminització del discurs publicitari dirigit a l'home. De fet, en la premsa femenina d'aquesta època aquest nou model va trobar una excel·lent acollida en tant que servia de contrapès a la convergent imatge de la dona.

- c) Els dictàmens de la moda van imposar una imatge de la dona estilitzada fins a extrems patològics, tot identificant la primesa i la bellesa amb el



Fig.26 : Imatge de la nina *Barbie* que reflecteix el canvi de l'estereotip de bellesa femenina des dels anys 90 fins a l'actualitat. (Font:tranquializer.tumblr )

fonament que la carnositat, fins i tot la corpulència, eren equiparables a la lletjor, la deixadesa i la manca de control. L'anorèxia i la bulímia són conseqüències directament lligades a l'explotació d'uns models femenins completament artificials: una idealització de la realitat d'una forma banal, gairebé impersonal.

Moltes revistes femenines van potenciar –pervertir- fins a extrems obsessius una relació entre el fet de “ guardar la línia” i l'obtenció de l'èxit personal i professional, de la felicitat en suma.

---

## VI. LA PREMSA FEMENINA A L'ACTUALITAT

---

L'entrada del segle XXI porta la dona a trobar-se davant d'un ampli ventall de possibilitats com mai abans s'havia trobat, davant d'una societat que li permet prendre totes aquelles decisions que cregui sense necessitar el consens de cap altre individu. Com s'ha mostrat al llarg de l'estudi, el feminisme i la lluita femenina han tingut una gran importància en la consecució de la llibertat i el respecte del què avui en dia pot gaudir, tot i que com a contrapartida, el preu que li ha tocat pagar és la manca de temps, l'excés de responsabilitats i l'augment de l'estrès.

La premsa femenina, igual que la dona, ha evolucionat adaptant-se als vaivens de la societat i a la seva història, i durant aquest progrés ha projectat diferents imatges de dones; algunes més adients a la realitat, altres més allunyades d'aquesta i més properes a la idealització.

També fins a l'actualitat, hi ha hagut molts tipus de publicacions i molts títols diversos que han anat naixent i desapareixent, amb diverses temàtiques i diverses preocupacions.

Per referir-nos a la premsa femenina actual, com assenyala Gallego, podríem dir que és l'hereva de les revistes per a dones que van sorgir al segle XIX que es presentaven com "instructores" o "educadores"<sup>69</sup>, però adaptades a la societat actual. Entre els canvis que han produït aquestes revistes

---

<sup>69</sup> GALLEGO, Juana, *Mujeres de Papel. De ¡Hola! A Vogue: La prensa femenina en la actualidad*, Icaria, Barcelona, 1990, 1<sup>a</sup> ed., p 47.

contemporànies envers les seves tradicionals antecessores, trobem que si abans es dirigien a un reduït sector de la població, ara són un mitjà de comunicació de masses el qual cada vegada va arribant a un mercat més ampli. S'han convertit en objectes de consum que tenen com a objectiu principal obtenir un benefici econòmic i fer consumir.

### 1,DEFINICIÓ I CLASSIFICACIÓ DE PREMSA FEMENINA.

De les diferents maneres que he trobat per definir el que és actualment premsa femenina, la que he trobat més adient és la següent: són publicacions que estan pensades i dirigides fonamentalment a les dones, centrades en l'àmbit privat i que tenen una temàtica, un enfocament i utilitzen un llenguatge que defineixen el que és ser dona avui en dia en la nostra àrea cultural.

També he trobat interessant per definir aquest terme un criteri utilitzat pels publicitaris, basat en què una revista és femenina si un 75% dels seus lectors són dones.

En la definició es podria afegir que en aquestes publicacions convergeixen dos factors que són, per una banda, l'aspecte comercial que promou el consum amb la seva gran quantitat de publicitat tant directa com indirecta, i per una altra banda, l'aspecte formatiu o orientatiu que intenta conduir la lectora cap a un model específic de dona.

Pel que fa a la classificació de les revistes femenines, es poden dividir segons el seu contingut i els seus objectius en:



- \* Revista femenina d'informació general: és la que proporciona una visió global de representació de la dona en la societat actual i que té una divulgació superior. Per això és on se centra més l'estudi.
- \* Revista especialitzada de divulgació i orientació: és aquella que s'especialitza en un aspecte de l'àmbit domèstic, com ara la maternitat. Títols com *Crecer Feliz* o *Salud Total* serien uns exemples.
- \* Revista especialitzada de serveis: és aquella que està centrada en un tema molt concret. Exemple serien les revistes de costura, de decoració o la cuina. Com per exemple, *Casa Vogue*, *Labores del Hogar*, *Patrones*, entre d'altres.

## 2. ANÀLISI DE LES REVISTES FEMENINES D'INFORMACIÓ GENERAL ACTUALS.

---

### 2.1. OBJECTIU I METODOLOGIA

L'objectiu principal de l'estudi és, a partir de l'anàlisi de diferents publicacions, poder establir aquelles característiques que les uneixen i aquelles altres que les diferencien i, sobretot, poder extreure el model de dona que reflecteixen a la societat.

Per dur a terme l'estudi he seleccionat dues revistes femenines d'informació general que són *Elle* i *Harper's Bazaar*. Els criteris que han portat a aquesta selecció són els següents:

- \* Representen dues publicacions considerades RFAG (Revistes Femenines d'Alta Gama).<sup>70</sup>
- \* Les dues són revistes de reconeixement internacional i cap de les dues ha estat fundada a Espanya.
- \* *Elle* va arribar al mercat espanyol al 1987, a diferència de *Harper's Bazaar*, que va entrar a Espanya al 2010.
- \* *Elle* és una de les revistes femenines amb més tirada, audiència i difusió de l'estat, oposadament a *Harper's Bazaar* que és de les que menys en té ( fet que podria venir produït per ser nova en el mercat).<sup>71</sup>

Així que en tenir aspectes comuns i altres que no ho són donaran més varietat als resultats, al contrari del que passaria en el cas que s'haguessin triat dues publicacions amb escasses diferències.

Per realitzar l'estudi d'una manera clara i entenedora que sigui compatible amb els dos subjectes, s'ha elaborat una fitxa que reuneix per una banda la informació general sobre la revista analitzada i a la vegada centra l'atenció en el factor de més interès, que és la imatge de la dona transmesa.

---

<sup>70</sup> Aquest nom és utilitzat per designar totes aquelles revistes femenines que obeeixen a un conjunt de factors, tant formals com de contingut, el qual és majoritàriament sobre moda i bellesa. AYESTARÁN CRESPO, Raquel, *Revistas femeninas ante la transición digital: su expansión de marca como base del modelo de financiación de sus grupos editoriales en España*, Madrid, 2011.

<sup>71</sup> Segons les últimes dades de l'OJD i de l'EGM que mostren el número de tirada, la difusió i l'audiència de les diverses publicacions a l'estat

<b>Títol</b>	La capçalera de cadascuna.	
<b>Nº analitzat</b>	El número i el mes de l'exemplar que s'ha analitzat. És necessari per poder establir que es tracta d'una publicació actual.	
<b>Característiques formals</b>	<b>Mides</b>	Les dimensions de l'exemplar.
	<b>Pàgines</b>	El número de pàgines i el tipus de paper que s'utilitza.
	<b>Color</b>	L'ús que es fa del color.
<b>Preu</b>	El preu d'adquisició del producte.	
<b>Editor</b>	Grup editorial encarregat de la seva edició.	
<b>Target</b>	És el segment al qual va dirigit. Tot i que el públic genèric siguin les dones, aquestes entre elles són totes diferents, així que també hi ha publicacions dirigides cap a un estil de dona concret.	
<b>Publicitat</b>	<b>Publicitat directa</b>	Són el conjunt d'anuncis que es troben a la revista.
	<b>Publicitat indirecta</b>	És aquella que no es troba presentada com un anunci, sinó que es troba entre els articles de la revista.
	<b>Total</b>	El percentatge total de pàgines que inclouen destinades a la publicitat.

- **Valors i tendències culturals.**

Com s'ha mostrat al transcurs del treball, les revistes femenines han anat lligades al canvis socials i culturals. Així que cada publicació està dotada d'uns valors, que transmet o reflecteix.

- **Imatge i models femenins.**
  - \* **Característiques físiques:** Són aquells aspectes exteriors de la dona que es presenten majoritàriament en la publicació.
  - \* **Característiques professionals o de capacitat :** Són aquells aspectes que fan referència a l'àmbit professional i als tributs intel·lectuals de la dona que presenta la publicació.
  - \* **Característiques de personalitat :** Són aquells aspectes que mostren com és el caràcter de la dona que apareix a la publicació. Per definir les diferents actituds que pot adquirir la dona, s'ha seguit l'estudi del psicòleg Erving Goffman, al llibre *Los momentos y sus hombres*<sup>72</sup>.

## 2.2. ELLE

<b>Títol</b>	Elle	
<b>Nº analitzat</b>	Novembre 2012, Nº 314	
<b>Característiques formals</b>	<b>Mides</b>	30 x 22 cm
	<b>Pàgines</b>	290 pàgines
	<b>Color</b>	El color predomina en totes les pàgines i en totes les seves games.
<b>Preu</b>	3,50 €	
<b>Editor</b>	Hearst Magazines International	
<b>Target</b>	La revista <i>Elle</i> va dirigida a una dona moderna, treballadora, urbana i independent que es troba dins la franja dels 25 als 35	

<sup>72</sup> GOFFMAN, Erving, *Los momentos y sus hombres. Textos seleccionados y presentados por Yves Winkin*, Barcelona, Piados, 1991, 1ª ed., pp 145-168.

	anys, compta amb un nivell adquisitiu mitjà-alt i un bon nivell cultural, i a més té interès per la moda i les tendències.	
<b>Publicitat</b>	<b>Publicitat directa</b>	103 pàgines (35,52% del total de la revista) estan destinades a anuncis de diferents productes. Sobretot articles de bellesa, com cremes o maquillatge.
	<b>Publicitat indirecta</b>	112 pàgines (38,62 % del total de la revista) estan destinades a presentar diversos productes (des de cosmètics, roba fins a cotxes o hotels) mitjançant articles i seccions de la revista.
	<b>Total</b>	215 pàgines de la revista contenen publicitat, que representa un 74,14% del contingut de la revista.

- **Valors i tendències culturals.**

*Elle* transmet uns valors d'individualitat, creativitat i globalització, sense oblidar el consumisme i l'exclusivitat. S'allunya de parlar de temes psicològics, sentimentals o religiosos, per dedicar-se a tractar aspectes d'un àmbit públic, com són la moda, la bellesa o els viatges, entre altres.

Els personatges que hi apareixen entrevistats tenen en comú que han assolit l'èxit a través de la seva feina, que promocionen alguna novetat de creació pròpia i, a més, no fan ostentació del seu nivell de vida. També es dóna importància a persones no conegudes per la societat, però que han sobresortit en l'àmbit laboral pel fet d'innovar, arriscar i emprendre, motivant els valors de la creativitat i l'optimisme. És important remarcar que en tots els casos l'objectiu final de l'article és el de vendre i promocionar el producte d'aquell personatge, més que cultivar la seva cultura. Per exemple, en el número analitzat, trobem un reportatge sobre Paula Echevarría que ens parla del seu *blog* sobre estil i moda que escriu especialment per la revista, en el qual explica les claus per

seguir el seu estil, També trobem un reportatge sobre la nova col·lecció de joies que ha dissenyat la model Kate Moss juntament amb una gran quantitat de fotos de ella mateixa lluint les seves creacions.

No hi ha cap referència a la vida familiar, a la parella o al sexe, fet que reforça aquesta individualitat i independència dins la societat. Tampoc parla del món dins la llar, de les feines de la casa, ni de cuinar, sinó que aquests temes es substitueixen pels viatges i per la recomanació gastronòmica, turística i d'oci, sempre en els ambients més reconeguts i moderns.

A tot això cal afegir-li el tractament que es fa de la moda i de la bellesa, que reforcen més l'esperit individualitzant de la revista, i a més li afegixen valors com el consumisme i l'exclusivitat, ja que no presenten un únic corrent o tendència, sinó que dins del que és modern i actual hi ha diferents variants i estils. Cal fer referència a la paradoxa que suposa aquest fet, ja que per una part transmet l'ideal de què l'individu té completa llibertat per escollir el seu estil, però a la vegada es veu incitat a seguir el que dicti la moda del moment, de la mateixa manera que es veu obligada a mantenir-se jove i guapa eternament. Un altre aspecte important és que la revista mostra el gust pel luxe, però tot i així no s'oblida d'allò que és *low-cost* (preu assequible) per les lectores amb un poder adquisitiu inferior.

- **Imatge i models femenins.**

- \* **Característiques físiques:**

Les dones que apareixen a la revista majoritàriament són joves (només hi ha dues o tres excepcions), amb una edat compresa entre els 20 i els 35 anys. Totes elles són primes i estilitzades (hi ha alguns casos de primesa extrema), tenen un aspecte radiant, amb una pell i uns cabells sense cap mena d'imperfeció.

S'hi troba un predomini absolut de la dona de trets occidentals i de raça blanca envers la dona de trets orientals o de raça negra.

- \* **Característiques professionals o de capacitat :**

En general, les dones que apareixen a la revista tenen algun càrrec de responsabilitat en alguna empresa, o bé dirigeixen el seu propi negoci. També es menciona el recentment aparegut ofici de *blogger*, com a professió de la dona. De totes maneres, el que tenen en comú és que gaudeixen d'una bona remuneració per la feina que fan. Aquest àmbit laboral és el causant de l'estrès de la dona, per això necessita poder desconnectar.

En cap moment es veu una imatge de la dona que transmeti l'ideal d'inferioritat respecte l'home, sinó que o bé es presenta com a companya o com a rival.

Encara que es dediqui algun article a la lectura o al cinema, la dona que es transmet està més preocupada d'allò que s'ha de posar, de quins tractaments la faran sentir més jove i, sobretot, on pot trobar tot el que veu a la revista, com si al mateix moment de veure'l, l'hagués de consumir sense

pensar-ho. La revista no parla de la situació socioeconòmica actual, fet que dóna una impressió d'excloure a la dona de la "societat real" per elevar-la a un "món paral·lel" on no existeixen aquestes preocupacions. Per exemple, durant el mes que ha passat des d'un número a l'altre, hi ha hagut notícies que van des de desnonaments, conspiracions d'un possible rescat econòmic espanyol, les protestes sud-africanes contra el seu líder polític o les eleccions d'Estats Units. I la revista només menciona aquest últim esdeveniment, però per aclarir a les seves lectores a quin partit donen suport els personatges més famosos de l'actualitat.

\* **Característiques de personalitat** (Annex A):

Les dones que presenta la revista, en general, semblen felices, segures de si mateixes i d'allò que volen i de com aconseguir-ho. No tenen complexes, són elegants i amb estil, i tenen qualitats de lideratge. Tot i així apareixen en diferents actituds:

**Una actitud alegre i positiva.** Apareixen rient i amb un posat natural i espontani, que els hi aporta cert aire d'innocència, de felicitat i benestar. Reflecteixen una imatge dòcil i afectuosa, jugant o fent activitats més pròpies de nenes.

**Una actitud seductora.** Aquesta pot ser més directa, com és el cas d'aquelles que adopten postures totalment provocadores, amb roba insinuant, els cabells lleugerament despentinats i amb una mirada intensa, que en conjunt transmeten una sensació que estan esperant l'home i es mostren submises als seus desitjos. L'actitud seductora més subtil l'aconsegueixen mitjançant imatges en les quals no es fixen directament en el receptor, sinó que estan fent



alguna acció concreta, en aparença espontània però tota ella envoltada d'elements insinuants o provocatius.

**Una actitud llunyana.** Aquesta actitud es troba en aquelles imatges de dones amb una expressió seriosa, dispersa d'allò que passa, amb la mirada més aviat perduda i el pensament en quelcom absent en l'entorn en què es troben. En elles no hi ha cap mena de relació amb la societat i les seves preocupacions són unes altres.

### 2.3. HARPER'S BAZAAR

<b>Títol</b>	<i>Harper's Bazaar</i>	
<b>Nº analitzat</b>	Novembre 2012, Nº 30	
<b>Característiques formals</b>	<b>Mides</b>	33 x 24 cm
	<b>Pàgines</b>	306 pàgines.
	<b>Color</b>	El color predomina en totes les pàgines i en totes les seves games.
<b>Preu</b>	3,50 €	
<b>Editor</b>	SpainMedia Magazines	
<b>Target</b>	<i>Harper's Bazaar</i> va dirigida a una dona d'edat compresa entre els 25 i els 45 anys, amb un nivell adquisitiu mitjà-alt o alt ,un nivell cultural també alt i una formació superior. La mateixa revista defineix la seva lectora de la següent manera: "una dona que viu la vida al voltant de la moda però mai, MAI, viurà esclava de la moda. Ni de la moda, ni de res. Lectora amb criteri format i vivències suficients. Dona Harper's Bazaar. Aquella que entra per la porta i tothom sap que té quelcom especial. Repeteixo, té quelcom especial, no porta posat quelcom especial. Això és una altra cosa." <sup>73</sup>	
<b>Publicitat</b>	<b>Publicitat directa</b>	50 pàgines (16,34% del total de la revista) estan destinades a anuncis de diferents

<sup>73</sup> RODRÍGUEZ, Andrés, "La vida a través de Harper's Bazaar", *Harper's Bazaar*, març 2010, nº 1. Disponible a [http://www.harpersbazaar.es/actualidad-noticia/vida-traves-harper-s-bazaar\\_43.html](http://www.harpersbazaar.es/actualidad-noticia/vida-traves-harper-s-bazaar_43.html)

		productes. Entre els de cosmètics i moda, també se'n troben de fires o d'altres publicacions de la mateixa editorial.
	<b>Publicitat indirecta</b>	174 pàgines (56,86% del total de la revista) estan destinades a presentar diversos productes mitjançant articles i seccions de la revista.
	<b>Total</b>	224 pàgines de la revista contenen publicitat, que representa un 73,20% del contingut de la revista.

- **Valors i tendències culturals.**

*Harper`s Bazaar* transmet per sobre de tot els valors de l'art, la creació, l'esperit crític i analític i la cultura. La sofisticació, l'exclusivitat i l'elitisme, tots ells lligats a una vida molt urbana, cosmopolita i individualista.

En cap moment s'aconsella a la lectora sobre com ha d'actuar o quin camí ha de seguir, ni en l'àmbit privat o sentimental, ni en el laboral. Els únics "consells" que s'hi poden trobar estan formulats com a recomanacions, ja siguin gastronòmiques o d'esdeveniments culturals.

Una gran part del contingut de la revista està dedicat a parlar sobre literatura, art, cinema, música o qualsevol altre tema que pugui cultivar el coneixement de la lectora. Els reportatges són amplis i complets, i tot i tenir molts elements visuals, també compten amb un extens contingut textual. Així, els personatges dels quals es parla, es troben dins d'aquest ambient cultural, i aquests coincideixen en què la majoria no són extensament coneguts per tota la societat (hi ha alguna excepció), en general no promocionen cap producte sinó que l'atenció es centra en el seu recorregut professional o en aquells trets que els han diferenciat i ressaltat de la resta. Es busca sempre saber d'on

prové la seva inspiració i la seva creativitat. Un reportatge que serveix per exemplificar-ho és el que tracta sobre aquelles innovacions que va fer en el món de la moda la dissenyadora Elsa Schiaparelli, o un altre que parla sobre la poesia de Juan Eduardo Cirlot.

No es troba cap referència a la família, ni tampoc no es parla de la llar i la vida domèstica, però sí que es dedica una petita part a la sexualitat, en un sentit més proper al científic o mèdic i sense relacionar-se amb l'amor o els sentiments. Sí que apareixen grups d'amistats, però sobretot amb l'ideal de representar l'elit.

La moda és vista com un art, i es dedica més espai a parlar sobre diferents marques, dissenyadors i els processos creatius o industrials, que al que constitueix tendència. No es troba gaire varietat d'estils o d'articles de diferents tendències o valor econòmic, sinó que es presenta un estil i una tendència més marcada i uns articles més concrets, que són presentats com si es tractés d'autèntiques obres de museu. A més, tot el que hi apareix només és apte per aquelles persones més ben posicionades econòmicament. En cap moment hi ha cap referència a com s'ha de dur algun article o quin estil és més apropiat, sinó que es dona per entès que la lectora és prou crítica i sap resoldre ella mateixa aquestes qüestions. La mateixa revista descriu la moda que presenta com a "*Thinking Fashion*", per tant, una moda que du a pensar i raonar.

La bellesa i els productes o tractaments cosmètics representen tota una ciència que, com a tal, cal observar de manera escèptica i passar per un procés analític, per poder garantir-ne els resultats.

- **Imatge i models femenins.**

- \* **Característiques físiques:**

Una gran part de les dones que apareixen a la revista (i sobretot a les imatges publicitàries) es caracteritzen per ser joves, d'una edat compresa entre els 25 i els 35 anys, amb un cos prim i esvelt, sense cap mena d'imperfecció.

També s'hi troben diverses dones amb una edat superior als 50 anys que, si ja no gaudeixen de la bellesa física de les més joves, es distingeixen pels mateixos trets immaculats que elles però concordants amb la seva edat i ,per tant, "naturals".

Hi ha un predomini absolut de la imatge de la dona de trets occidentals i raça blanca envers la dona oriental o de raça negra.

Una imatge femenina que apareix molt és la que pertany a èpoques o períodes històrics anteriors, sempre per poder establir una comparació i poder mostra l'evolució ,o bé, per ressaltar-ne les característiques.

- \* **Característiques professionals o de capacitat :**

La dona que reflecteix la revista té un càrrec directiu o es dedica a l'art i a la moda. De totes maneres, la seva remuneració és molt elevada ja que li ha de permetre poder gaudir del luxe que apareix a la revista. També es podria donar el cas que la dona que s'hi presenta simplement gaudeixi d'aquest nivell econòmic per influències familiars i es pugui dedicar plenament a la cultura, sense cap mena de preocupació econòmica.

El gran contingut culte de la revista mostra una dona amb una excel·lent capacitat intel·lectual, que si bé interessada per la moda i la bellesa

tant com per la pintura o el cinema, també sent interès per conèixer tots els processos creatius i els trets identificatius de cada article o marca.

\* **Característiques de personalitat** (Annex A) :

El caràcter de la dona que transmet la revista és responsable, madur i independent. La sofisticació i l'elegància s'elevan al màxim i són presents a totes les dones que hi apareixen. També ressalten per la gran autoestima i seguretat que presenten.

Pel que fa a les actituds en les qual es troben, també n'hi ha de diferents:

**Actitud alegre i positiva.** Apareixen amb una expressió que mostra felicitat i alegria, però amb un posat madur allunyat de la infantesa.

**Actitud rígida.** Aquesta substitueix a aquella que s'havia anomenat llunyana i a la seductora, que són quasi inexistent a la publicació. Aquesta rigidesa que caracteritza a una gran part de les dones que apareixen a la revista s'utilitza per mostrar la dona com un maniquí igual d'immòbil i sense vida que el mateix objecte que presenta. En altres casos, també serveix per mostrar a la dona com una peça d'una col·lecció d'art, envoltada pel luxe i la fredor d'altres elements inerts.

---

## V. CONCLUSIONS

---

Gràcies al desenvolupament del treball, mica en mica s'han anat desemmascarant tots aquells dubtes i s'han anat satisfent totes aquelles inquietuds que havien fet que em plantejés aquest tema. Crec que es pot afirmar que tots els objectius que tenia la recerca s'han complert, apropant-nos a una visió dels progressos de la dona des d'un punt de vista singular i diferent de com es fa ordinàriament.

Per poder arribar a establir les conclusions, abans hi ha hagut un procés de selecció de la informació i de la bibliografia que no ha resultat gaire senzill, sobretot pel gran nombre de fonts escrites, com ara tesis doctorals o altres estudis que hi ha publicats.

Per mostrar els resultats de manera directa i donar-li una base empírica, al llarg del treball hi ha tot un conjunt de fragments extrets directament de diverses revistes femenines , o bé d'algun recurs que les contenia , i que serveixen per exemplificar tot el que es presenta en el treball.

La segona part del treball ha resultat molt entretinguda de fer i he gaudit analitzant i interpretant cada petit detall de les revistes escollides que podia resultar significatiu i que segurament poden passar desapercebuts per a la majoria de les lectores.

Després d'aquests processos, es pot afirmar que la imatge de la dona que ha projectat la premsa femenina en pocs moments s'ha correspost amb el paper que la dona desenvolupava a la societat, i tampoc amb allò al que

aspiraven. Tot i així, l'aproximació d'aquesta imatge a la realitat ha sigut relativa i ha vingut marcada pel període històric en el que es trobés. En el seus inicis al segle XVIII i XIX, la premsa dedicada a les dones es dirigia a la petita minoria burgesa i benestant, oblidant a la dona analfabeta, obrera i treballadora, que sobrevivia més que vivia. Entrant al segle XX, la dona comença a instruir-se i comencen a sorgir moltes publicacions, cada una amb una ideologia i un estil. El primer terç noucentista és un dels períodes en què trobem una imatge de la dona més propera a la dona real, ja que la gran varietat de publicacions permet que algunes s'hi acostin més a cada classe social. En canvi, amb l'arribada del franquisme, tots aquests trets que podien apropar la dona de les pàgines a la dona real van quedar obsolets, per obrir pas a unes publicacions que reflectiran aquella dona que idealitza el règim del dictador, que només servirà per amagar la foscor en què realment vivien. Finalment, amb l'obertura a l'exterior, la premsa vol arribar a aquesta dona amb una nova mentalitat i unes noves aspiracions, així que mostra una imatge bastant concordant amb la realitat. Tots aquests canvis ens fan arribar a la conclusió de què més que la concordança amb la realitat, el que realment mou els fils de l'evolució de la dona presentada per aquesta premsa són els més purs interessos comercials, polítics i econòmics.

Aquestes revistes que han arribat a l'actualitat, tot i que mostren una dona lliure i independent de l'home, no transmeten que els seus interessos i les seves preocupacions hagin variat des de les que tenia la burgesia de finals del segle XIX, ni molt menys en la mateixa mesura com ha canviat la dona. Així ens trobem que les revistes actuals s'han adaptat als canvis socials, però el seu contingut se segueix centrant en allò superficial, com són la moda i la bellesa, i

no considera com a aspectes preocupants per a la dona temes com l'economia o la societat. Essent un mitjà de tanta difusió com és, aquest aferrament a la superficialitat fa que la configuració de la feminitat dins la societat segueixi aquests valors conservadors i tradicionals.

Aquesta afirmació ens du a concloure, doncs, que potser la idea que s'intenta inculcar de què la dona ara ja no fa i desfà per l'home com feia un segle enrere i que totes les seves preocupacions estètiques es basen en el plaer i la satisfacció pròpia, no és del tot verdadera, ja que si aquest últim interès no és l'aprovació de l'home, sí que és la utilització d'aquest potencial com un valor afegit dins de la societat, que li doni facilitats i li permeti assolir allò que es proposi. Així, l'individu a qui es vol agradar o persuadir ha canviat, però el procediment per fer-ho segueix essent el mateix.

Per últim, l'anàlisi de les revistes mostra que la dona que projecten correspon a un ideal al que només l'elit de la societat pot aspirar. Per la resta de les dones, la dona que es presenta i el ritme al qual viu és un model fictici que no troba al seu entorn. De manera que el que realment crida a tantes dones a ser fidels lectores de les revistes femenines actuals, és la dosi d'hedonisme que els hi aporta. Al cap i a la fi, un subterfugi, una ficció.



## VI. ANNEX : CONTRAST ENTRE LES IMATGES VISUALS DE LA DONA A *ELLE* I A *HARPER'S BAZAAR*.

### *ELLE*



En aquestes dues imatges publicitàries es pot veure la diferència entre l'actitud alegre de les dones. En la de *Elle*, les noies es mostren més informals i innocents, en contrast amb la dona de *Harper's Bazaar*, feliç igual però amb un posat més madur.



En aquest cas, les dues imatges corresponen a articles que parlen sobre un element en concret i hi apareix la imatge d'una dona que ho porta per exemplificar-ho: *Elle* parla del punt (teixit) i apareix una imatge d'una model desconeguda en un posat divertit. En canvi, *Harper's Bazaar*, parla sobre els diamants de *Tiffany* (joieria) i apareix la famosa model Giselle Bündchen lluint-los amb elegància.



La comparació d'aquests dues imatges permet observar l'actitud seductora d'una imatge publicitària d'*Elle*, al costat de l'actitud rígida de dues models de *Harper's Bazaar*

### *HARPER'S BAZAAR*





Aquestes imatges extremes de reportatges de moda de cada revista mostren, sobretot, com *Harper's Bazaar* pretén transmetre una imatge més sofisticada, luxosa, tractant la indumentària com articles d'art. En canvi, *Elle* mostra un estil més assequible i informal, i també compartit per una major part de la població.



Les dues portades de la secció de bellesa també serveixen per contrastar el caràcter d'una revista amb el de l'altra. *Elle* mostra a la model de la portada amb un aspecte perfecte, que combinat amb elements de la natura ajuda a transmetre l'ideal d'una bellesa natural i pròpia, sense necessitat de la cosmètica. En canvi, *Harper's Bazaar* cobreix a la model amb or, representant el seu esquelet. Una imatge més propera a l'art i a les divinitats que a la dona real, i que també, al·ludeix al luxe i a la qualitat dels productes o tractaments que s'hi presenten.



---

# BIBLIOGRAFIA

---

- **Fonts bibliogràfiques:**

- \* **ANDERSON**, Bonnie S. , **ZINSSER**, Judith P., *Historia de las mujeres: una historia propia*, volum 1. 3ª ed., Barcelona: Crítica, 1991
- \* **ASTELARRA**, Judith, *Veinte años de políticas de igualdad*, Madrid: Ediciones Cátedra, 2005
- \* **AYESTARÁN CRESPO**, Raquel, *Revistas femeninas ante la transición digital: su expansión de marca como base del modelo de financiación de sus grupos editoriales en España*, Madrid, 2011
- \* **CANTIZANO**, Blasina, "La mujer en la prensa femenina del XIX", *Ámbitos*, nº 11-12, 1er i 2on semestre 2004
- \* **CRIADO TORRES**, Lucía, "El papel de la mujer como ciudadana en el siglo XVIII: la educación y lo privado" [en línia] Disponible a: <http://www.ugr.es/~inveliteraria/PDF>
- \* **DÍEZ FUENTES**, José Manuel, *República y primer franquismo: la mujer española entre el esplendor y las miserias, 1930-1950* [en línia], Universidad de Alicante, 1995, Disponible a: [http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/5845/1/ALT\\_03\\_03.pdf](http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/5845/1/ALT_03_03.pdf)
- \* **ESCOLA**, Carina, **TAMAYO**, Montse i **ZALLO**, Itziar, "La imagen de la mujer a través de la publicidad en las revistas españolas", *Papers: Revista de Sociología*, nº 9, 1978.
- \* **FERNÁNDEZ ÁLVAREZ**, Manuel, "Las ocultas mujeres del Renacimiento" [en línia], Disponible a: [http://elpais.com/diario/2003/01/18/babelia/1042849034\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2003/01/18/babelia/1042849034_850215.html)

- \* **FERNÁNDEZ**, Pura, “Moral social y sexual en el siglo XIX: la reivindicación de la sexualidad femenina en la novela naturalista radical”, a *Breve historia feminista de la literatura española (en lengua castellana)*, III, coord. per Iris M. Zavala, Barcelona, Anthropos, 2000
- \* **GALLEGO**, Juana, *Mujeres de Papel. De ¡Hola! a Vogue: La prensa femenina en la actualidad*, Barcelona: Icaria, 1990
- \* **GANZABAL LEARRETA**, María, “Nacimiento, evolución y crisis de la prensa femenina contemporánea en España”, *Ámbitos*, nº15, 2006
- \* **GOFFMAN**, Erving, *Los momentos y sus hombres. Textos seleccionados y presentados por Yves Winkin*, Barcelona: Piados, 1991
- \* **HINOJOSA MELLADO**, M<sup>a</sup> Paz, *La persuasión en la prensa femenina: análisis de las modalidades de la enunciación* [en línia], 11-11-2005. Disponible a: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10943/HinojosaMellado.pdf?sequence=1>
- \* **HUGHES**, Kathryn, “Zeal and softness”[en línia], *The guardian*, 20-12-2008, Disponible a: <http://www.guardian.co.uk/books/2008/dec/20/women-pressandpublishing>
- \* **LIORENS**, Vicente, *El Romanticismo español*, Madrid, Fundació Juan March i Ed. Castalia, 1979
- \* **MARCHENA DOMÍNGUEZ**, José, *Mujer e ideología en el Cádiz isabelino: las corrientes de vanguardia*, Universidad de Cádiz
- \* **MARRADES**, M. Isabel, “Feminismo, prensa y sociedad en España”, a *Papers: revista de sociología*, nº 9, 1978

- \* **MARTÍNEZ**, María Lara, “La emancipación de la mujer en la obra de Christine de Pisan”[en línia], Universidad a Distancia de Madrid, Disponible a:  
<http://www.bibliotecagonzalodeberceo.com/berceo/adelinerucquoi/christinedepisan.pdf>
  
- \* **MENÉNDEZ MENÉNDEZ**, M<sup>a</sup> Isabel, "Aproximación teórica al concepto de prensa femenina "[en línia], *Comunicación y Sociedad*, vol. XXII, n. 2, 2009, pp.277-297. Disponible a:  
[http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/forma\\_de\\_citar.php?art\\_id=325](http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/forma_de_citar.php?art_id=325)
  
- \* **NASH**, Mary, *Mujeres Libres, España, 1936-39*, Barcelona: Tusquets, 1975
  
- \* **PAULE-MARIE**, Duhet, *Las Mujeres y la Revolución*, Barcelona : Península, 1974
  
- \* **PLAZA**, Juan F., *Modelos de varón y mujer en las revistas femeninas para adolescentes. La representación de los famosos*, Madrid : Editorial Fundamentos, 2005
  
- \* **PÉREZ GALDÓS**, Benito, *Tormento*,6<sup>a</sup> ed., Madrid: Alianza Editorial, 1978
  
- \* **PERINAT**, Adolfo i **MARRADES**, Maria, “El cambio de imagen del rol político de la mujer a través de un siglo de prensa femenina española”, *Papers: revista de sociologia*, nº 2, 1979
  
- \* **REBOLLO**, María José i **NÚÑEZ**, Marina,” Tradicionales, rebeldes, precursoras: instrucción y educación”, *Historia de la Educación*, nº 16, 2007.
  
- \* **RODRÍGUEZ**, Andrés, “La vida a través de Harper’s Bazaar” [en línia], *Harper’s Bazaar*, març 2010, nº 1, Disponible a  
[http://www.harpersbazaar.es/actualidad-noticia/vida-traves-harper-s-bazaar\\_43.html](http://www.harpersbazaar.es/actualidad-noticia/vida-traves-harper-s-bazaar_43.html)

- \* **RUCQUOI**, Adelina, “Historia de un tópic: la mujer en la Edad Media” [en línia], Disponible a :  
[www.bibliotecagonzalodeberceo.com/berceo/adelinerucquoi/mujermedieval.htm](http://www.bibliotecagonzalodeberceo.com/berceo/adelinerucquoi/mujermedieval.htm)
  
- **Direccions web:**
  - \* **ARCA (Arxiu de Revistes Catalanes Antiques)** [en línia], Disponible a: <http://mdc2.cbuc.cat/cdm/search/>
  
  - \* **ARENAL, Revista de historia de las mujeres, Números publicados** [en línia], Disponible a: <http://www.ugr.es/~arenal/indices.php>
  
  - \* **ARTEHISTORIA, La mujer en el mundo hispánico** [en línia], Diponible a <http://www.artehistoria.jcyl.es/v2/contextos/12617.htm>
  
  - \* **ASOCIACIÓN DE REVISTAS DE INFORMACIÓN, Perfiles de las revistas** [en línia] Disponible a: <http://www.data-red.com/estudios/archivos/2011184194639.pdf>
  
  - \* **ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Resumen general de resultados EGM** [en línia], Disponible a :<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>
  
  - \* **BIBLIOTECA NACIONAL DE ESPAÑA, Hemeroteca Digital** [en línia]. Disponible a:  
<http://hemerotecadigital.bne.es/index.vm?q=id:0003733914&lang=es>
  
  - \* **BIBLIOTECA VIRTUAL MIGUEL DE CERVANTES** [en línia], Disponible a: <http://213.0.4.19/>

- \* **BITÁCORA ALMENDRÓN**, *Edad contemporánea* [en línia], Miguel Moliné, Disponible a : <http://www.almendron.com/artehistoria/historia-de-espana/edad-contemporanea/>
  
- \* **ECO DE MUJER, EL RETO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO**, *La mujer en la guerra civil* [ en línia] Disponible a:  
<http://ecodemujer.wordpress.com/2009/03/01/la-mujer-en-la-guerra-civil/#more-631>
  
- \* **INTERNET ARCHIVE**, *Correo de las damas, periódico de modas, bellas artes, amena literatura, música, teatros, etc. Dec. 9, 1833- Apr. 30, 1834 (1833)* [en línia] Disponible a:  
[http://archive.org/stream/correodelasdamas1833sanc/uconn\\_hbl\\_ocm\\_415190325#page/n105/mode/thumb](http://archive.org/stream/correodelasdamas1833sanc/uconn_hbl_ocm_415190325#page/n105/mode/thumb)
  
- \* **INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS**, *Portal de publicacions* [en línia], Disponible a:  
[http://publicacions.iec.cat/X.do?method=start&LIST.ID=REVISTES\\_CIENTIFIQUES&moduleName=revistes\\_cientifiques&materia=Companya%20\(Revista\)](http://publicacions.iec.cat/X.do?method=start&LIST.ID=REVISTES_CIENTIFIQUES&moduleName=revistes_cientifiques&materia=Companya%20(Revista))
  
- \* **INSTITUTO DE LA MUJER**, Gobierno de España [ en línia], Disponible a: <http://www.inmujer.gob.es/>
  
- \* **HISTORIA DEL SIGLO XX**, *Sufragismo y Feminismo: la lucha por los derechos de la mujer 1789-1945* [en línia], Juan Carlos Ocaña,, Disponible a:  
<http://www.historiasiglo20.org/sufragismo/femespana1.htm>
  
- \* **OJD INFORMACIÓN Y CONTROL DE PUBLICACIONES**, *Medios controlados* [en línia] Disponible a: <http://www.introl.es/medios-controlados/>

