

# Fabricando a las mujeres

Claves para analizar la construcción de la feminidad a través de los medios de comunicación





# **Fabricando a las mujeres**

**Claves para analizar la construcción  
de la feminidad a través de los  
medios de comunicación**

**Coordinación técnica y elaboración de textos**

Isabel Veiga Barrio

Leonor Vílchez Fernández

**Fotografías**

Revista “El Hogar y la Moda” 1932-1937

**Imagen de portada**

Portada de revista “El Hogar y la Moda” 3 mayo 1937

**Organización y edición**

Diputación de Granada

Delegación de Igualdad de Oportunidades y Juventud

C/Periodista Barrios Talavera, nº1-18071 Granada

Telf. 958-247180

**Diputada de Igualdad de Oportunidades y Juventud**

Leticia Moreno Lopez

**Diseño, Maquetación y Producción**

**GRX**SERVICIOSGRÁFICOS

**Deposito Legal: GR**

El logro de una sociedad donde no existan diferencias de trato entre mujeres y hombres y, además, tengan las mismas oportunidades es una de las prioridades de la Diputación de Granada. En concreto, desde la Delegación de Igualdad de Oportunidades y Juventud ofrecemos a todos los municipios de nuestra provincia una amplia variedad de herramientas y recursos con los que poder hacer realidad dicho objetivo.

La sensibilización, el análisis y la reflexión sobre los mecanismos a través de los cuales se construyen y reproducen las desigualdades de género en los diferentes ámbitos y espacios de la vida guían gran parte de nuestro trabajo, ya que este es un paso fundamental a la hora de corregir las situaciones de discriminación existentes.

En esta línea, la exposición “*Fabricando a las mujeres*” pretende mostrar ejemplos concretos sobre cómo se construyen y potencian determinados modelos de ser mujer -de feminidad-, en esta ocasión a través de la publicidad y los medios de comunicación. Nuestra intención última sería poder aportar un granito de arena de cara a hacer visible la desigualdad histórica de las mujeres y despertar el espíritu crítico del público que la disfrute. Un espíritu crítico que nos permita mirar la realidad actual y movilizarnos contra las injusticias y discriminaciones.

***Dña. Leticia Moreno López***  
***Diputada de Igualdad de Oportunidades y Juventud***



# FABRICANDO A LAS MUJERES:

## CLAVES PARA ANALIZAR LA CONSTRUCCIÓN DE LA FEMINIDAD A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En poco más de medio siglo, entre los años 1870 y 1930, la sociedad occidental registró una gran transformación. En este periodo comenzaron su expansión nuevos sistemas y medios de comunicación: la telefonía, la radio, las empresas periodísticas, los diarios de información... Es decir, nacen los llamados medios de comunicación de masas convirtiéndose desde el primer momento en un importante instrumento para difundir la sociedad capitalista y consumista que comenzaba a nacer. Gran parte de sus discursos estarán dirigidos a las mujeres conscientes de su papel protagonista como madres y esposas, y de su influencia a la hora de decidir las compras familiares y crear nuevos hábitos de consumo y comportamiento.

Esta transformación acarrea dos acontecimientos de gran relevancia. Por una parte, el inicio en nuestro país del desarrollo del mercado publicitario cuya misión será la de captar la atención, colarse en las mentes, convencer a las personas de los beneficios de los productos anunciados, de los modelos ideales de vidas, de cuerpos y de comportamiento a seguir. Y por otra, la construcción de un modelo ideal de mujer mediante la difusión de imágenes, ideas, juicios y creencias sobre lo que deben ser, qué deben sentir y cómo deben comportarse las mujeres. Estereotipos de género que, a fuerza de repetirse, se considerarán como propios e inherentes al hecho de ser mujer, se interiorizarán y pasarán a fijarse como verdades absolutas.

En este sentido, los medios de comunicación de masas se convierten en una fuente de información muy valiosa que puede arrojar luz sobre numerosos aspectos de la sociedad en la que se desarrollan. Nos informarán sobre pautas de consumo, hábitos y estilos de vida o del papel social asignado a mujeres y a hombres, por lo que su análisis nos puede ayudar a comprender los mecanismos utilizados para mantener el orden social establecido.

Las revistas serán uno de los medios de comunicación más populares, existiendo en España numerosas destinadas al público femenino a principios del s. XX. Éstas se pueden agrupar en tres grandes tipos:

**Revistas tradicionales:** imitaban a las revistas de moda de Francia. Sus temas principales eran el hogar y la moda, respondían a los gustos de las mujeres de la clase social burguesa e, igualmente,

a una minoría de mujeres cultas que además de preocuparse por la política, el arte o la literatura, también les interesaba estar al día en asuntos menos relevantes.

**Revistas de Acción Social Católica:** revistas morales.

**Revistas feministas:** revistas que defendían en sus páginas los derechos de las mujeres.

Entre las revistas clasificadas como tradicionales destacaba por el elevado número de lectoras que la seguían, la revista *El Hogar y la Moda* que se edita desde 1909 hasta 1971. La revista madrileña *Blanco y Negro* en su edición del 2 de Diciembre de 1923 la define así:

*“El Hogar y la Moda (...) además de publicar más de veinticinco preciosos figurines reproduciendo los últimos modelos de moda, contiene un abundante y útil texto. Así pues, no sólo es un periódico de figurines, sino que es una revista femenina completa. He aquí una relación de lo que El Hogar y la Moda explica a sus lectores: cómo pueden hacerse sabrosos y económicos manjares; cómo pueden embellecer el hogar (...); que es lo que se llevará la próxima temporada (...); cómo pueden evitarse muchas enfermedades (...); cómo se hacen bonitos sombreros (...); cómo se cuidan las plantas y las flores. Además de una serie de conocimientos prácticos, El Hogar y la Moda publica (...) la popular sección DE TODOS A TODAS en la que colaboran sus lectores dándose mutuamente consejos, recetas, fórmulas, etc. (...) Y por último una vez al mes da una hoja de labores y unos seis patrones recortables(...).”*

Esta revista se convirtió enseguida en un privilegiado medio para la publicidad dirigida a las mujeres llegando a ocupar los anuncios publicitarios aparecidos en cada edición casi el 50% del total de sus páginas.

Por este motivo, la exposición **“Fabricando a las Mujeres”** se centrará en el análisis de sus textos e imágenes y, de manera especial, de los anuncios publicitarios que llenan sus páginas, concretamente en una selección de los publicados entre 1932 y 1937.

A primera vista, esta exposición nos acerca a los gustos, costumbres y modas de las mujeres de una determinada clase social en la España de aquella época. Sin embargo, una observación más detallada realizada desde la mirada de género, nos permitirá analizar cómo la publicidad ha contribuido a construir la imagen de las mujeres imponiendo un modelo tradicional centrado, en la mayoría de las ocasiones, en su papel como madres y esposas, ocupadas en las tareas del hogar y la familia a la vez que preocupadas por adaptarse al modelo de belleza reinante, casi siempre tirano y excluyente. Un modelo que ha ido evolucionando con el paso de los años pero que mantiene los pilares básicos en los que se sustenta: perpetuar diferentes papeles, tareas y

espacios en función del sexo, situando a las mujeres en una posición desigual, de inferioridad y subordinación respecto a los hombres.

En las páginas de la revista *El Hogar y la Moda* aparecen dos grandes “tipos” de mujeres que reflejan la doble moral existente dentro de la sociedad de la época: las mujeres reales/ **ángeles del hogar** y las mujeres ideales/ **amantes seductoros**. Por un lado, se insiste en difundir una imagen tradicional de las mujeres como fiel esposa, buena madre, hacendosa y perfecta ama de casa. Es lo que se ha llamado “**ángel del hogar**”: una mujer sumisa, abnegada y principal responsable del consumo del hogar y la familia. Una mujer cuya misión es mejorar la calidad de vida, la educación, la salud, la higiene y la buena presencia y apariencia de su marido, hijos e hijas, así como velar por su felicidad.

Generalmente, se utilizará la representación de la imagen real para referirse a productos relacionados con la alimentación, las tareas familiares y del hogar, así como aquellos productos reconstituyentes y farmacéuticos necesarios para la buena salud y fortaleza de la madre. Hay que señalar que en esta época se presta especial atención a la crianza materna, papel esencial de toda mujer, por lo que será responsabilidad de la madre estar en buen estado de salud para asegurar una buena crianza del bebé.

Por otro lado, se construye un nuevo modelo de mujer más moderna, liberal y obsesionada por su aspecto. Una mujer **seductora**, dinámica, de figura estilizada, y preocupada por mantenerse eternamente joven y bella, objetivo que conseguirá mediante el consumo de una cada vez más variada y abundante oferta de todo tipo de productos cosméticos y de cuidado personal. Un tipo de mujer que en la realidad se daba poco pero al que querrán parecerse muchas y que se presenta habitualmente en ambientes sofisticados, que acude a meriendas y reuniones de mujeres con las que comparte las mismas preocupaciones, que acompaña a su novio o esposo a cócteles y fiestas ejerciendo de “objeto decorativo”, y compitiendo con otras mujeres por superarse en originalidad y elegancia.

La máxima aspiración para alcanzar la perfección del ideal femenino será la combinación de ambos modelos. Un ideal que mezclará “bellas y magníficas esposas” con “buenas y entregadas madres”.

En todos los casos, el papel que se les asignará a las mujeres es de **inferioridad respecto a los hombres**. Su objetivo será el de gustarles, agradecerles, y su deber fundamental el de estar a su servicio. En este sentido, gran cantidad de la publicidad que se generará estará relacionada con productos para el cuidado e higiene personal con el fin de hacerlas bellas y deseables, y será repetitiva la imagen de la mujer arreglándose para complacer al hombre ya que son ellos quienes ocupan los espacios de poder y, por tanto, a través de ellos pueden conseguir un reconocimiento social que por sí mismas no poseen.

El cuerpo de las mujeres centrará la atención de muchos de los anuncios y la belleza se asociará al éxito social y el triunfo de toda mujer que, en ningún caso, tiene que ver con cualidades o habilidades de tipo intelectual. De hecho, el valor femenino por excelencia residirá en su físico siendo lo psicológico un espacio reservado sólo para la sensibilidad, la debilidad, la ternura o la sexualidad. Un cuerpo que deberá modelarse, alisarse y, por encima de todo, adelgazarse. Suave, terso, joven, blanco y limpio... y por supuesto, también un cuerpo entregado.

Además de los anuncios publicitarios, en este tipo de revistas se aprovecharán diferentes secciones periódicas para continuar *educando* a las mujeres: los figurines de moda y patrones propuestos mostrarán cómo se debe vestir según en qué ambientes se muevan. Se darán lecciones de moralidad para formar el “buen carácter” de mujeres y niñas; consejos sobre la mejor forma de alimentarse, los ejercicios de cultura física más adecuados para mantener una figura esbelta o sobre cómo mantener una piel joven y hermosa. Recomendaciones sobre cómo conseguir novio o, según los casos, agradar al esposo llegando a crearse un *consultorio de expertas* encargadas de dar instrucciones sobre qué hacer y cómo reaccionar ante determinadas situaciones. Igualmente, estas secciones serán un instrumento muy útil a la hora de difundir determinadas lecturas obligatorias para cumplir correctamente el papel social asignado.

“**Fabricando a las Mujeres**” pretende despertar el espíritu crítico de todas aquellas personas que la vean facilitando herramientas que, aplicadas al momento actual, puedan servir para analizar el papel que en el presente se otorga a las mujeres, el modelo de feminidad que se potencia hoy en día en los medios de comunicación de masas y comprobar si se aleja mucho de aquellas revistas publicadas en los años 30.

Nos gustaría que al terminar de ver esta exposición nos encontráramos con más preguntas que respuestas. Preguntas que nos puedan ayudar a cambiar las actuales relaciones desiguales entre mujeres y hombres y a caminar hacia una sociedad basada en los principios de igualdad y justicia.

**Diputación de Granada**  
**Delegación de Igualdad de Oportunidades y Juventud**

50  
cts

# el Hogar y la Moda

5 agosto 1935

Este número contiene  
**68**  
figurines y modelos  
para personas mayores  
y para niños.



Des modelos para  
playa, creación de  
Marcel Rochas.  
Foto Saad-Schastel.

5 agosto 1935



50  
Cts.

**EL  
HOGAR  
Y LA  
MODA**

25 NOVIEMBRE 1933

Este número contiene  
**65 figurines**  
de París, Londres y Viena

25 noviembre 1933

## EDUCANDO A LAS MUJERES

Se educará de forma diferente a niñas y niños. Ellos habrán de aprender geografía, historia, ciencias, lógica y matemáticas. A ellas se les deberá dar una sólida formación en cocina, corte y confección, jardinería y moralidad.

Se instruirá a niñas y niños en el desarrollo de tareas, habilidades y actitudes diferenciadas para que cuando se conviertan en las mujeres y los hombres del mañana sepan claramente qué camino seguir.

A través de lecturas recomendadas, se formará en virtudes y se educará el carácter de niñas, mujercitas, y adultas. Útiles consejos y sabias observaciones para convertirlas en virtuosas mujeres, ejemplares amas de casa, buenas madres y perfectas casadas.

Mujercitas delgadas, delicadas, hacendosas, que cosen, cocinan, que esperan y aún les queda tiempo para las bellas artes y las tareas de administración.

*“La Mujer ha de ser ante todo mujer, es decir, capaz de cumplir su misión de ser el alma y el ángel del hogar que vela frente a los reveses y contrariedades del destino por el amor y la felicidad de los suyos”*

*La mujer, alma del hogar*

¿Qué margen les queda para decidir qué quieren y cómo lo quieren?



## ÁNGELES DEL HOGAR

El *ángel del hogar* debe estar alegre y contenta, nunca ociosa, eternamente hacendosa, trabajando con esmero y sin descuidar su aspecto en ningún momento.

El *ángel del hogar* cumplirá con sus labores con sumisión, serenidad y agrado, aceptando con resignación las críticas.

El *ángel del hogar* no nota el cansancio, no nota el esfuerzo porque el trabajo que realiza no es un verdadero trabajo “es un agradable pasatiempo”.

El *ángel del hogar* es la única responsable del trabajo doméstico, del cuidado y la felicidad de todos los miembros de su familia: niñas y niños, mayores y maridos. Cumplirá con esta misión de manera que tengan a todos ellos completamente satisfechos.

Y si no es así, ¿Qué puede ocurrirle?

# PHOSCAO



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

Depósito: Fortuny, S. A., Hospital, 32. BARCELONA

5 marzo 1936



NO DEJE  
QUE SUS MANOS  
ESTEN OCIOSAS.

...CUANDO TAN  
BELLAS LABORES  
PODRIAN HACER



La revista

## LABORES DEL HOGAR

será para usted un útil auxiliar que contribuirá  
a que pueda hacer más agradable su hogar.

Publica en cada número magníficos modelos de bordados, de labores de ganchillo y encaje, de trabajos de arte aplicado, etc. Reparte, además, grandes suplementos en colores con modernísimos modelos, todo claramente explicado y con detalladas instrucciones para su más fácil ejecución.

Esueña: Un año.....	8 pes.	América y Portugal: Un año.....	11 pes.	Demanda países: Un año.....	14 pes.
España: Un año.....	31 pes.	América y Portugal: Un año.....	25 pes.	Demanda países: Un año.....	33 pes.
Francia: Un año.....	35 pes.	América y Portugal: Un año.....	43 pes.	Demanda países: Un año.....	52 pes.

Número suelto: 75 céntimos

Si todavía no conoce usted LABORES DEL HOGAR, pida un número de muestra que recibirá completamente gratis en su domicilio.

Escrite o copie el siguiente cupón y envíelo debidamente lleno a la Administración de la revista.

### LABORES DEL HOGAR

Diputación, 311, Barcelona — Valverde, 28, Madrid

Agredecemos sus señas y nos complacemos en enviarle gratis un número de muestra de LABORES DEL HOGAR.

Nombre: .....

Domicilio: .....

Profesión: .....

Preferencia: .....

A. A. Fortuny, S. A. - Barcelona

15 mayo 1936



Recordad  
siempre  
**CEREBRINO  
MANDRI**  
evita todo  
sufrimiento

**INOFENSIVO. PERO EFICAZ**

**PUBLICITAS**

S. G. PUBLISIDERIA - BARCELONA

15 octubre 1936

**La experiencia me enseñó**  
que una sopa hecha con Caldo Maggi en cubitos agrada siempre tanto a las personas mayores, como a los niños

Escijel la siguiente co...  
**MAGGI**

25 marzo 1934

## Todas están contentas

Las criadas, porque desde que emplean PERSIL, hacen el lavado casi sin trabajo; la señora de casa, porque nota que PERSIL cuida la ropa y alarga su duración.

El lavado con PERSIL es el método más moderno y más perfecto y por esto aceptado en el mundo entero por todas las buenas amas de casa.

Todas están contentas en que los métodos empleados hasta hoy tienen varias y graves inconvenientes. PERSIL los evita todos. — PERSIL ahorra trabajo, tiempo y dinero. — PERSIL lava, blanquea y desinfecta la ropa. — PERSIL sirve para toda clase de ropa, tanto fina como corriente. Para la colada hay un método combinado de PERSIL y HENCO, que da un resultado sorprendente y no quema la ropa. Cada paquete de PERSIL lleva impreso el modo de usarlo.

FRAN  
VALOR

Persil

15 junio 1932

*(Esto es infolevable! Siempre lo mismo comido! ¿Es que no sobeja variar? ¡Prefiero irme al restaurante!*

*Si tuvieseis la que discurrir los menús cada día sin gastar mucho ¡no hablarías así!*

*Estas croquetas parecen de engrado.*

*Aquí veo un anuncio de Quaker Oats, en el que ofrecen gratis un librito de recetas culinarias. ¡Voy a pedirlo ahora mismo! Así no tendré que romperme la cabeza pensando menús...*

*¿Ves como tenta yo razón? Ahora que «piensas» los menús, comemos mejor que nunca y sin más gasto.*

*¿Que los pienso...? ¡Caj! El librito de Quaker tiene 39 recetas y me basta con elegir una o dos de ellas para hacer un menú estupendo...*

*¡Uy, qué rico está esto!*

**U**STED, como todas las amas de casa, tiene que saber lo pasado que resulta pensar cada día el menú diario. Por no hacerlo, se sale del paso con cualquier cosa y las comidas son monótonas, sin la nutrición precisa e incapaces de despertar el apetito a nadie.

¿Por qué no deja a Quaker ayudarla? Adicionalmente — como le indica el librito de recetas culinarias — a las sopas, pescados, verduras, carnes y vea como aumenta el gusto sabor de estos platos corrientes. Además, serán más nutritivos, porque el Quaker es rico en todas las vitaminas necesarias al cuerpo humano en cualquier edad. Las eminencias médicas lo recomiendan por su fácil digestión.

■ Compre un paquete de Quaker hoy mismo y asegúrese que es el legítimo: se vende solamente en envases como éste. Las imitaciones de Quaker no tienen ni su sabor ni sus condiciones nutritivas. Escríbale al Apartado 177, Barcelona y recibirá gratis el librito de recetas culinarias conteniendo 39 maneras de preparar este delicioso alimento.



# Quaker Oats

5 noviembre 1935

## AGRADABLE PAJATIEMPO

representa lavar con un jabón que suaviza las manos y sin el menor esfuerzo, deja la ropa exquisitamente pulida y blanca

JABON JABALI

## JABONES BARANGE

13 noviembre 1935

## **BUENAS MADRES**

Buenas madres, madres como Dios manda, que cumplen día y noche con la misión que la sociedad les ha impuesto a ellas en exclusividad y en soledad: cuidar de sus hijos e hijas con limpieza e higiene, velar por su educación y su bienestar con sacrificio y renuncia.

Atrapadas entre el sentimiento de temor y el de culpa si se desvían del camino señalado.

Abnegadas y sacrificadas pero también alegres, optimistas y entusiastas. Siempre madres. Siempre atentas, preocupadas, responsables de la formación del carácter, de la salud física, espiritual y moral de sus hijos e hijas. Orgullosas de ser madres y, especialmente, de que sus hijos varones crezcan sanos y fuertes, pues de lo contrario sería terrible: ¡¡¡Parecerían débiles como niñas!!!

Sin olvidar nunca el deber y la responsabilidad que tienen como madres de mantenerse sanas.



duerme...  
mi niño...  
duerme...

### EL NIÑO SE INTOXICA A TRAVÉS DE LA MADRE

Cualquier sacrificio es pequeño para la mujer que siente la maternidad. Por la salud de su niño renuncia al más atractivo espectáculo y al hogar más esquilado. Pero... ¿se priva siempre de lo que perjudica a su hijo?

Acaso nadie le dijo que hay un veneno sutil, traidor, que se revela con síntomas característicos: excitaciones nerviosas, insomnio, convulsiones, etc., y que ese veneno está oculto en una bebida tan usual como el café, eso selecto y privilegiada infusión, deleite de la humanidad.

Sin embargo, el café contiene sustancias beneficiosas para la salud de la madre y del niño. Sólo hay una perjudicial: la cafeína, materia tóxica sin olor ni sabor, que la madre ingiere con el café corriente y pasa por la leche materna al inocente niño. Su corazón y sus nervios sufren los efectos.

Ella es la causa de sus desvelos, inquietud, trastornos digestivos... etc. Pero la madre no necesita imponerse un sacrificio más privándose de esta bebida, porque hay un café inofensivo: el CAFÉ "HAG", que no tiene cafeína.

Una deliciosa taza de café de aroma intenso, gusto suave, color oscuro característico. De grano escogido, mezcla escottoliana, tueste científico, calidad suprema! Ese es el CAFÉ "HAG", el único inofensivo. El que aviva los sentidos, estimula las facultades mentales y engendra optimismo. El que proporciona el precioso momento de más deleite sin perjudicar lo más mínimo la salud.



**CAFÉ SIN HAG**  
NO EXCITA NO DESVELA

Concesionario:  
Federico Bonet  
Aportado 501  
M A D R I D

5 marzo 1934

VALOR



¡Madre!



No es posible cuidar a tu bebé como Dios manda, sin la más rigurosa limpieza e higiene. La limpieza es y será siempre la base primordial en el cuidado de los niños.

Por eso, madre, procura que las ropitas de tu nene estén siempre libres de bacterias: usa solamente un jabón bueno de absoluta confianza, probado prácticamente por millones de madres. Un producto excelente, perfecto y que satisface plenamente las máximas exigencias es el conocido super-jabón en polvo PERSIL.

Las ropitas lavadas con PERSIL resultan vaporosas, suaves al tacto y agradables para la piel delicada de tu bebé. Las prendas lavadas con PERSIL, tienen un olor a limpio que encanta, y, lo que es más importante, la ropa queda libre de microbios. PERSIL no sólo limpia y blanquea sino que también desinfecta la ropa completamente, lo cual le da gran importancia higiénica.

Si está Vd. en Barcelona visite nuestro departamento de informaciones instalado en la gran terraza de los Almacenes Jorba.

R. B. Publicaciones, S. A. - Barcelona

25 diciembre 1934

## LA BELLEZA PERFECTA

Las mujeres intentarán llegar a ser como las modelos que aparecen en las revistas y para ello hay que ser “bellas y perfectas”.

¿Y cómo conseguirlo?

Utilizando productos milagrosos de todo tipo, realizando ejercicios concretos y siguiendo útiles consejos se pueden “fabricar” lindas mujeres. Mujeres de piel suave, fresca, joven, clara, uniforme, “siempre encantadoras”, “magnéticas” y que “no se dejan vencer por inútiles sufrimientos”. Mujeres seguras y que tienen éxito allá dónde van.

Los productos con los que “cautivar a los hombres” son una de las grandes preocupaciones de las mujeres que no serán nada ni nadie sin un buen novio o marido. Deben cuidarse y arreglarse para los otros, y sobre todo para los hombres que son su objetivo y su razón de ser. Esta es su misión en la tierra: casadas y bellas... “100.000 solteras encontrarán marido este año”, “Una recién casada de oriente revela cómo se cautiva a los hombres”.

**TENTACION**  
*perfume femenino*

*— Chroma magnético que atrae y subyuga la voluntad del hombre amado*

LOCIÓN  
 EXTRACTO  
 AGUA COLONIA

PERFUMERIA **PARIERA**  
 S.A. NACIONAL

15 junio 1982



vs. 08

## Siempre encantadora

Siempre está alegre, siempre llena de buen humor y con mil diversiones en la cabeza. No es el trabajo o las obligaciones los que hacen nuestra vida menos agradable: son los sufrimientos y los dolores. Un cuerpo sano con funcionamiento normal es la mejor garantía de felicidad. Conviene, pues, no dejarse vencer por los dolores: dos tabletas de **Cafiaspirina** suprimen cualquier dolor y nos aseguran un completo bienestar.



# Cafiaspirina

EL PRODUCTO DE CONFIANZA

25 abril 1985

## EL VALOR DE LA BELLEZA

Pero además, para ser perfectas: “(...) Son tres los imperativos para toda mujer a los que ha de someterse, lo que hace de buen grado pues responden a sentimientos inherentes de su ser y constitución” (...). Tres ámbitos “naturales” y donde estará entregada, más que así misma, hacia los demás:

**Trabajo:** las labores del hogar, así como las de atención a la familia: “(...) imprescindible trabajo de aguja, y también eventual y voluntario trabajo de labores al que todas son muy aficionadas” (...)

**Descanso:** descansar con un “buen libro” entre las manos que puede ser de costura, bordado o de moralidad.

**Coquetería:** o lo que es lo mismo, estar siempre bella: “(...) El tocador, que ninguna mujer ha de descuidar para su satisfacción y la de sus familiares, ya que le añade encanto y pulcritud a sus atractivos naturales (...)”.



## ETERNAMENTE JÓVENES

Mantener la “eterna juventud” debe ser objetivo prioritario en la vida de muchas mujeres y para conseguirlo utilizarán un sinnúmero de brebajes y ungüentos. Juventud que se refleja en todo el cuerpo, aunque de manera especial en la cara, por lo que hay que “estar atentas” y “atacar todos los frentes”.

Por supuesto, serán hombres, expertos y especialistas en el tema, los encargados de dar reglas básicas sobre cómo mantenerse joven y describir con todo detalle cuales son los síntomas de la piel que “afean, marchitan y envejecen”.

El modelo estándar sobre cómo deben ser las mujeres ocupa cada vez más páginas y artículos pero realmente ¿Qué venden? ¿Qué rasgos y características se potencian? ¿Qué herramientas utilizan para captar la atención de las mujeres?

MAZANA

¿NIÑA  
O MUJER?

Un cutis tierno  
y juvenil de NIÑA  
y un rostro bello  
y atractivo de  
MUJER.

CREMA DE DIA  
POLVOS DE ARROZ  
**RISLER**

THE RISLER, MFG. CO. NEW-YORK-PARIS-LONDON

25 abril 1934

¡Siempre  
20  
años!

EMILMAT

## SIEMPRE EL BUSTO PERFECTO Y JUVENIL

Amiga lectora: así puede conservarlo hasta una edad muy avanzada si practica los consejos y reglas recomendados en el folleto de la **Belleza Venus Emilmat**, que lleva cada estuche de este singular preparado.

**Belleza Venus Emilmat** es un rejuvenecedor extraordinario que, aplicado en suaves fricciones por la piel, afirma los tejidos y estimula las funciones cutáneas, a consecuencia de lo cual desaparece la piel seca y manchada, rugosa y envejecida, brotando otra

nueva con toda la frescura de la juventud y sin manchas, espinillas, puntos negros, arruguitas ni granos y, sobre todo, sin brillo grasiento, que tan desagradable pone la nariz, la frente y las mejillas.

Además, permite dar al cutis el matiz que más favorezca, pues, sin merma de sus excelentes cualidades rejuvenecedoras, se expende en los siguientes tonos: **Bianco, Natural, Rosa, Rachel, Ocre, Morisco, Moreno y Bronceado.**

## BELLEZA VENUS EMILMAT

se vende en las principales perfumerías del Mundo. Estuche: ptas. 5'20 (timbre incluido). Pida el librito gratuito a la

PERFUMERIA EMILMAT - Madrid

15 diciembre 1935

## **ADELGAZAR, ADELGAZAR MALDITAS**

El cuerpo de las mujeres es objeto de múltiples ataques a través de la publicidad, los consejos y los artículos de opinión. Un cuerpo que siempre es defectuoso y, por tanto, hay que intentar cambiar, “modelar y esculpir”; un cuerpo que debe estar en constante transformación y que hay que “trabajarse” para que se adapte al patrón de belleza: un cuerpo joven, delgado, atractivo, elegante, seductor y gracioso.

Las mujeres estarán en guerra consigo mismas: ¡¡es la guerra contra esos kilos de más!! Kilos que hay que combatir, ajustar, esconder, apretar, eliminar, diluir, expulsar,... incluso quemar.

Pasar hambre, trabajo físico, constancia y voluntad son reglas básicas para todas las mujeres que quieran cumplir con el objetivo que la sociedad les impone: conseguir un cuerpo libre de grasas... aunque conseguirlo les provoque enfermedades físicas y psicológicas como depresiones, falta de autoestima, o anorexia. Corsés y fajas junto con pastillas y tratamientos varios son los productos estrella.

ta eclipsaría a todas las  
hombres.  
o, Marta estaría muy  
brillaba de placer  
—  
or, cómo  
no iba  
tun

# De que parte desea Ud. adelgazar ?

Hoy este deseo puede V. realizarlo inmediatamente. Hasta ahora cuántos sacrificios costosos y estériles lleva V. realizando! Y si en alguna ocasión ha logrado algún resultado, ¡qué pequeño y a qué precio! Privaciones, dietas, medicamentos, ejercicios...  
**GELEE MITZA** la adelgazará sin esfuerzos de pesadilla y hará desaparecer de su cuerpo esas grasas antiestéticas e insanas. Ese vientre plegado, ese doble mentón, esos fobillos deformados, todo eso lo suprime **GELEE MITZA**, el único preparado que elimina los grasos y hace reaparecer esa fina y graciosa silueta que V. tenía no recuperar ya jamás, a pesar de los esfuerzos y del dinero.  
¡Magia! ¡Fantasía! No. Simplemente la aplicación de un principio científico para combatir la enfermedad de la grasa. Esto explica el por qué **GELEE MITZA** no lleva la etiqueta plateada de un perfumista, sino la de un Laboratorio Farmacéutico de la máxima solvencia profesional en donde se prepara **GELEE MITZA** conforme a fórmulas químicas que son el resultado de estudios serios.  
**GELEE MITZA** es tan eficaz como inofensivo puesto que es de aplicación externa, mediante masajes locales que jamás irritan la piel, pero de tan rápido efecto que a veces en el transcurso de la noche se observa la reducción de 1 a 2 centímetros en el contorno de la pantorrilla.  
Pida hoy mismo el folleto explicativo de **ESTETICA MITZA**, que enviamos gratuitamente, en el cual hallará usted, entre otros detalles curiosos, las proporciones que corresponden a su estatura.  
Precio, 1875. Contra envío de 19'55 por giro postal, se remite por correo certificado.

**LABORATORIO DEL DR. VILADOT, Sección H, Consejo Ciento, 303, BARCELONA**  
DE VENTA EN LOS PRINCIPALES CENTROS DE ESPECÍFICOS Y PERFUMERIAS DE ESPAÑA

# ALDIRA

**RADIO ACTIVO**

## OBESIDAD VENCIDA

DISMINUCIÓN DE GRASA, exclusivamente de grasa. De 7 a 8 kilos, de 2 a 10 semanas, mejorando la salud. RESULTADOS SIEMPRE CIERTOS, ABSOLUTOS, GARANTIZADOS.

Sin peligro, sin régimen. Sin la menor arruga al recobrar el peso normal

Todas referencias a disposición en nuestras oficinas. ALDIRA se basa en los descubrimientos del Profesor de Medicina Mayer, de París, miembro del Colegio de Francia (Institución la más alta), llevados a cabo en 20 años de laboriosas investigaciones. Es el único producto usado en el mundo entero, asegurando de manera CIERTA y ABSOLUTA la desaparición del exceso de grasa perjudicial a la salud, además,

**Siluetta elegante, esbelta y la alegría de vivir sin ser ridículo.**

Exija en las Farmacias únicamente ALDIRA, porque ALDIRA solo da la garantía científica de su legítimo origen — descubrimiento francés de fama universal — y de su legítima fabricación por químicos franceses de valor mundialmente reconocido. Supera en mucho cualquier otro preparado, y no admite comparación alguna.

Muestras gratuitas a los señores Médicos. — Laboratorios Internacionales de Aplicaciones Terapéuticas - París - Barcelona. — 280, Consejo de Ciento, Barcelona.

### el solo juez: la balanza

Segalá, Específicos Pelayo, Rubió, Alsina, Específicos Salmerón, en todas las farmacias y en GRAN FARMACIA RAMBLAS.

15 diciembre 1935

UN

## HERMOSO PECHO

en 3 o 5 semanas, gracias a los

### MÉTODOS PARISIENSES EXUBER

universalmente conocida.

Si sus senos son insuficientemente desarrollados. Si sus senos están caídos o agotados... Si sus senos son demasiado gordos... ¿Quiere Vd. desarrollarlos rápidamente? ¿Quiere Vd. embellecerlos y reducirlos? ¿Quiere Vd. ser admirada y amada?

Pida seguidamente detalles gratuitos sobre

**EXUBER BUST RAFFERMER** para fortalecer los senos

**EXUBER BUST DEVELOPER** para desarrollar los senos

**EXUBER BUST REDUCER** para reducir los senos

Los tres métodos son puramente externos y absolutamente inofensivos. Nada que absorber, ningún régimen especial ni ejercicios fatigosos.

**24 años de éxitos continuos**

Recomendados por numerosos médicos. Artistas de teatro y cine universalmente conocidas deben sus éxitos a los **MÉTODOS EXUBER**

### GRATIS

Las lectoras de EL HOGAR Y LA MODA recibirán por correo, en sobre cerrado sin señal exterior, los detalles para los métodos EXUBER. Sirvase tachar el método que no le interesa: **DESARROLLO-FIRMEZA-REDUCCION.**

Firmad muy claro y atendid sólo para contestar, enviándolo seguidamente a **Mme. Hélène EXUBER,** Div. 524-X, rue de Miromesnil, 11, París, 8e.

15 abril 1934



## AFINANDO LA FIGURA

La cara, los pechos, las manos, las piernas, la barriga y, en general, el cuerpo entero de las mujeres es objeto de atención para expertos y especialistas. Ellos son los que tienen el poder y la autoridad suficiente para hablar y ofrecer soluciones mágicas que eliminan de raíz cualquier grasa superflua o imperfección en cualquier parte de su cuerpo.

Según ellos, basta con desearlo para que se realice el milagro: “no será necesario realizar sacrificios costosos y estériles para combatir la enfermedad de la grasa” “(...) Adelgazar es una de las cosas que apasiona a la mayoría de señoras (...)” ¿Realmente es algo apasionante o se convierte para muchas en obsesión y tortura?

“(...) por cuestiones de estética, por necesidades físicas, tiene la mujer, más que el hombre, necesidad de tener bien desarrollados sus músculos abdominales sin excesos que afeen su línea (...)”.

“(...) un promedio de mil setecientas calorías al día bastan para satisfacer el desgaste de un organismo normalmente constituido y al que la vida no expone a ninguna fatiga exterior (...)”.

¿La vida de muchas mujeres esta libre de fatigas? ¿Qué se considera socialmente como un trabajo que fatiga?



## LA MODA EN EL VESTIR

París, Londres o Nueva York se convertirán en *gurús* de la moda y sus propuestas serán una referencia que muchas mujeres querrán imitar. También la manera de vestir de las actrices más famosas del momento les servirá como guía. Sencillez, originalidad y elegancia marcan las tendencias.

Se proponen patrones y figurines de todo tipo: para estar en casa, para realizar tareas domésticas, para fiestas de noche y reuniones, para la playa, para hacer deporte, para trabajar, para “señoras y señoritas”... Propuestas que realzan la figura femenina y en las que aparecen mujeres estilizadas, delgadas, con formas poco voluminosas, con una media melena ondulada, y con un “perfil perfecto”.

Las telas serán vaporosas para dar un aspecto natural a la vez que seductor al cuerpo femenino, insinuando las formas pero sin marcarlas claramente.

Pero éstas propuestas ¿Están pensadas para las mujeres reales?



5 julio 1937

## **NUESTRO AGRADECIMIENTO A**

Dña. Otilia Alarcón Camús, Concejala de Bienestar Social, Igualdad y Mujer del municipio granadino de Gójar por haber depositado en nuestras manos este preciado material histórico.

*Diputación de Granada  
Delegación de Igualdad de Oportunidades y Juventud*



# MINIATURA

ESPECIAL PARA LAS NIÑAS

BOMBO VESTIDO DE POPOLIN

JARDINERÍA FACIL

¡Cocinas que no debes olvidar!

25 marzo 1935

# KIKIRIKI

SECCIÓN ESPECIAL PARA LOS NIÑOS

¡CÓMO SUFRÍ MI ORGULLO DE MADRE!

¡CÓMO SUFRÍ MI ORGULLO DE MADRE!

25 agosto 1935

# OVOMALINA

25 marzo 1936

# Adora...

25 marzo 1934

# Ideas sobre la moda

15 mayo 1935

# LA MODA EN LOS ESTADOS UNIDOS

25 octubre 1933

# COMO QUITARSE LAS ARRUGAS

5 marzo 1936

# Por qué las Mujeres tienen Horribles Arrugas

15 julio 1935

# LA MUJER, ALMA DEL HOGAR

25 marzo 1934

# Do me ha besado al marcharse...

25 mayo 1935

# ¿Quié Influencia Tiene La Tez En El Amor?

5 febrero 1934

# UNA BUENA MADRE NO DESCUIDA DE TOMAR ROB-VIDA MIRET

5 diciembre 1935



**Diputación  
de Granada**

*Granada es Provincia*

**Delegación de  
Igualdad de Oportunidades  
y Juventud**





Diputación  
de Granada

*Granada es Provincia*