

¡Hola!: mig segle d'una altra història d'Espanya

El setmanari ofereix pistes sobre notícies que han estat importants per a molta gent



—Joana Gallego Ayala*—

Vilipendiada per uns, menyspreada per altres, criticada pels de més enllà, ignorada per "l'Acadèmia" i fullejada per la majoria, ¡Hola! ha estat una de les publicacions més genuïnes de la moderna cultura de masses. A més de la seva indubtable qualitat tècnica i periodística —un dels puntals bàsics de la revista és la seva credibilitat i solvència de fonts—, ¡Hola! també és una magnífica font documental per estudiar quina ha estat l'evolució de la societat espanyola: costums, models de vida, nivell de consum, estereotips, modes, funció social de la dona, evolució dels gustos.

Si els nostres estudiosos i historiadors no fossin tan sectaris, no solament basarien les seves investigacions en el discurs que proporciona l'anomenada "premsa d'informació general", sinó que obririen el seu ventall de fonts històriques a d'altres tipus de premsa. Perquè tots dos discursos, tant el que es publicita en els diaris d'informació general com el que es publicita en les revistes del cor (o també les femenines, de successos o d'altres tipologies), no són sinó les dues cares d'una mateixa realitat. O més ben dit, "irrealitat", perquè tant la premsa d'informació general com l'altra són construccions socials, versions de la realitat que se centren en àmbits



PIER ANGELI
«estrella» de la M.-G.-M.

— És una magnífica font documental per estudiar l'evolució dels costums, modes i gustos —

* Professora de Redacció de la Facultat de Ciències de la Informació, autora del llibre *Mujeres de Papel: la prensa femenina en la actualidad*



Evolució de la facturació publicitària d'*¡Hola!*

Any	Milions pessetes
1986	2.556
1987	3.166
1988	3.413
1989	4.389
1990	4.677
1991	4.593

Font: Revista Anuncios, núm. 4, 1990, segons estimacions de l'empresa Duplo.
Pels anys 1990-91, estimacions de Reprass Nielsen, Anuncios Revista, número 32, novembre 1992.

diferents: la premsa del cor privilegia els personatges, encara que tampoc "tots" els personatges, sinó solament alguns.

Els historiadors innovadors –i n'hi ha ben pocs, encara que Amparo Moreno, professora de la Universitat Autònoma de Barcelona, es pot considerar una pionera en el tema– haurien d'obrir les seves fonts documentals, perquè només d'aquesta manera es podria oferir una visió més àmplia de la realitat, intentant superar aquesta artificial divisió entre dues esferes –la privada i la pública– que els éssers humans ens hem inventat per dissimular les contradiccions, per diluir responsabilitats, per poder mantenir una doble vida i una doble moral, i poder ser alhora un brillant professional (o polític, o el que sigui) a la vida pública i un perfecte cretí a la privada, o viceversa.

Els estudiosos de la realitat (passada o present) podrien, d'aquesta manera, situar cadascú en el seu lloc just: veure com es mouen, quina imatge domèstica donen, quins gestos realitzen... En això de l'estudi dels gestos el terreny encara es verge, però quantes coses no es podrien deduir si algú estudiés per què els personatges –i com de més alta alcúrnia, més– sempre surten acariciant algun animal, un nen, un ésser desvalgut, un malalt, etc...!

L'estudi de la revista *¡Hola!* i de la resta de revistes del seu estil donarien moltes pistes sobre el que ha estat important per als individus que formen la societat, els diferents estils de vida, la transformació d'ambients i costums. I tant pel que inclouen com per allò que en queda exclòs. L'estudi rigorós d'aquestes publicacions, juntament amb l'estudi de les altres, sí que hauria de ser "l'autèntica història d'Espanya" per impartir en totes les facultats de Ciències de la Comunicació.

L'"autèntica" història d'Espanya

–Quantes cambres de bany té casa seva, senyoria? –pregunta el diputat en to irritat des del seu respectable escó.

– Doncs, no ho sé, no ho recordo... potser en té quatre o cinc, és que d'això se n'ocupa la meva senyora –diu l'interpel·lat, fent-se el despistat.

– Això és fals, senyoria –respon el senyor diputat brandant una revista com si fos la bandera d'Espanya–. Segons la revista *¡Hola!*, la seva mansió té catorze cambres de bany... i això és una infàmia, una autèntica infàmia...

I allà continuen les seves senyories discutint al Parlament per una cambra de bany més o menys. La història pot semblar grotesca, però coses com aquesta succeeixen a casa nostra cada dia. I si no, que preguntin al vice-president del Govern estatal, Narcís Serra, què li va semblar la xiulada amb què el van obsequiar els estudiants de Madrid com a protesta pel que consideraven una ostentació ofensiva de riquesa per part d'un "camarada" de partit.

Tot aquest enrenou –diguem-ho ja– es deu a la publicació a la revista *¡Hola!* d'una exclusiva fotogràfica de la "mansió" d'Isabel Preysler, gran d'Espanya per la gràcia de les revistes del cor. La veritat és que tots aquells que hem seguit de prop –és a dir, setmana rera setmana– les vicissituds de la construcció de la mansió dels Preysler-Boyer esperàvem aquest reportatge de la revista *¡Hola!* com aigua de maig. Primer vam veure els plànols de la futura casa, on es detallaven una a una les cambres de bany que tindria, i vam seguir enfervorits la inoportuna discussió pública sobre la que ja tothom coneixia com "Villa Meona". Després vam patir les injustes denúncies d'una antiga cunyada de Miguel Boyer, arran de les quals la mansió va quedar paralitzada durant molt de temps, amb els consegüents perjudicis econòmics per a la nostra estimada parella i prole acumulada. Per això, Isabel Preysler se sentia obligada a mostrar-nos casa seva amb tots els seus detalls, perquè

— **L'impacte social per la publicació de les fotos de la casa dels Boyer demostra la influència de la revista** —



¡HOLA!

N.º 620 • 25 SEPTIEMBRE 1954 • 5 PTAS.

Las vacaciones de la familia del Jefe del Estado

S. E. el Jefe del Estado sonríe satisfecho viendo jugar a sus preciosas nietecitas María del Carmen y María de la O, en la playa de Sada del Pazo de Meirás.

(Reportaje gráfico de Campúa, exclusivo para ¡HOLA!, en página interior.)

Dos moments de la història d'Espanya reflectits a les planes d'¡Hola!: a l'esquerra, Isabel Preysler amb els seus fills; a la dreta, Franco amb els seus nèts.

Perfil del lector/a d'¡Hola!

Sexe	%
Home	30,0
Dona	70,0

Rol familiar	%
Mestressa de Casa	44,8
Cap de família	19,5
Altra situació	35,8

Classe social	%
Alta	8,9
Mitjana-alta	15,4
Mitjana-mitja	40,2
Mitjana-baixa	26,1
Baixa	9,4

Edat	%
14-19	16,2
20-24	11,5
25-35	18,9
34-44	15,5
45-54	11,5
54-64	12,8
65 o més	13,6

Estat civil	%
Casat	53,8
Divorciat	2,3
Vidu	6,9
Solter	37,1

Nivell d'instrucció	%
No sap llegir	0,5
Sense estudis	18,8
Estudis primaris	9,2
EGB/Batx. elemental	38,0
BUP/COU/FP	21,5
Títol mitjà	6,7
Títol superior	5,3

Font: Revista Anuncios, núm. 4, abril 1990.

— Els historiadors haurien de tenir en compte tant l'esfera pública de la societat com la privada —



Jaime Peñafiel, en una foto actual, i amb Franco, en una munteria en el Cerrón del Castillo de Prim.



Jaime Peñafiel, el cor d'¡Hola!

Un dels personatges clau en aquesta publicació va ser Jaime Peñafiel, la incorporació del qual a la revista (7/10/1967) és degudament destacada en la publicació. Jaime Peñafiel, granadí, havia passat 9 anys com a redactor d'Europa Press, i, segons la pròpia nota apareguda en la revista, és un dels periodistes que més han viatjat pel món. Ell mateix reconeix que es va iniciar en Europa Press cobrint unes informacions sobre la guerra del Vietnam, "pero un buen día assistí a una boda real y vendí muy bien el reportaje, y, a partir de ahí, me especialicé como un 'casamentero'", diu a Iñaki Gabilondo en un "Cara a Cara" publicat en el número 21 de la revista *Dunia* (1987).

Des de la seva cadira de redactor en cap, Jaime Peñafiel ha mantingut relacions amb les cases reials de tot el món, ha entrevistat caps d'Estat, princeses; ha assistit com a convidat als casaments de les principals famílies, ha anat de caça amb el *generalísimo* Francisco Franco –segons ell mateix revela en un llibre recentment publicat– en una finca que, segons afirma Peñafiel, era propietat d'un amic seu; ha presenciat coronacions d'emperadors i emperadrius– en especial les de l'antic xa de Pèrsia i senyora, Reza Palhevi i Farah Diba–, i en una paraula, ha comprat, venut i, a vegades, callat bona part de les intimitats de personatges i personatges.

El 1984, a resultes de les discrepàncies sorgides entre Jaime Peñafiel i el nou director de la publicació –el fill del fundador, Antonio Sánchez Junco–, se'n va a la competència, a dirigir *La Revista*, un clonatge de la mateixa *¡Hola!* editada precisament per l'editorial La Nueva Ola.

Confiant en la seva experiència a la premsa del cor, acceptà l'oferiment de Zeta de dirigir la nova revista, cosa que reconeix que va ser un gran error: "Nunca debí aceptar el reto de la competencia al frente de La

després de tant patiment els seus seguidors ens mereixíem compartir amb ells el goig d'estrenar una casa que per a molts era com la pròpia...; bé..., una mica més gran..., amb més luxe..., amb piscina coberta... ¡i amb caseta del gos climatitzada!

Però, vet aquí que els molts desgraciats –és a dir, nosaltres, els lectors–, en comptes d'agrair la generositat exhibicionista d'Isabel la I, ens empenyem per l'ostentació, el luxe, l'excessiu nombre de cambres de bany, la piscina coberta... i la caseta del gos..., sobretot la caseta del gos... I és que l'enveja, ja se sap, és un dels nostres vicis nacionals. I ja està muntat l'escàndol del qual parlàvem al començament d'aquest text. I tot això s'ha produït per la publicació d'un reportatge en la revista del cor més emblemàtica de totes les que creixen –i són diverses– per aquestes contrades: la ja històrica *¡Hola!*

Cinquanta anys salutant

Efectivament, la revista *¡Hola!* farà mig segle de vida el proper 8 de setembre de 1994, però ens hem permès la llicència cronològica expressada en el títol perquè el 1992 ha estat un any tan intens, que ha valgut per dos. Cinquanta anys de

A la pàgina del costat, a baix, portada del primer número de la revista, del 8 de setembre de l'any 1944, i a dalt, portada del número 74, del 26 de gener de 1946.

Revista. En seguida se me enfrentó todo el sector, y, para colmo, la empresa no me respaldó económicamente. En resumen, que se me acabó el dinero para seguir comprando grandezas y miserias de los populares y los famosos", reconeix a Iñaki Gabilondo en l'entrevista ja mencionada. *La Revista* va durar als quioscos dos anys i dos mesos (d'octubre de 1984 a desembre de 1986), període durant el qual es va desencadenar la més virulenta "guerra" entre les revistes del sector, la que ja va quedar per a la història com "la guerra de les exclusives". Aquell període fou tan sonat, que segons fonts de la premsa del moment (1984-85 i 1986) es varen pagar autèntiques xifres d'escàndol per esdeveniments que, segons sembla, no valien tant. Es parla de 15 milions per una entrevista amb el marquès de Griñón després de la seva separació d'Isabel Preysler; també es diu que el casament d'una ex-folklorica rànica va costar de 8 a 9 milions, quan ella en va demanar quatre; o que *¡Hola!* va pagar de 20 a 25 milions per una entrevista exclusiva amb Isabel Pantoja després de la mort de Paquirri, amb el compromís per part d'aquesta de guardar posteriorment silenci per un període d'un any.

La nova *¡Hola!* (*La Revista*) tancà amb un tiratge de 228.807 exemplars, després d'una campanya de llançament de més de 120 milions de pessetes. Segons alguns estudiosos (Alferez, 1986), el cop de gràcia que va matar *La Revista* va ser la publicació d'unes fotografies de l'agonia de Franco. Amb aquest tema la publicació va traspasar els límits no escrits que els lectors estan disposats a acceptar.

Jaime Peñafiel es va incorporar després al diari *El Independiente*, i fa poc ha ressuscitat amb un llibre sobre Francisco Franco, en la campanya de publicitat del qual es troba actualment immers. ●

publicació ininterrompuda són molts anys, i es necessiten molts lectors, i molt fidels, i un discurs molt coherent per mantenir una publicació durant tant de temps. De fet, si exceptuem *Lecturas* –l'altra revista del cor que li va al darrera, que va néixer com a suplement literari de la revista *Hogar y Moda* el 1921, i que ha tingut una altra trajectòria–, *¡Hola!* és la revista més antiga de la seva especialitat.

Va néixer el 8 de setembre de 1844 de la mà del periodista malagueny Antonio Sánchez Gómez i de la seva dona, Mercedes Junco. Segons els annals de la història, la capçalera, *¡Hola!*, la va inventar un periodista, de nom Irurozqui, col·laborador d'Antonio Sánchez, que era per aquells anys el director del diari barceloní *La Prensa*. L'adquisició d'aquella publicació de nom tan anodí li va costar cinc mil pessetes, i probablement Antonio Sánchez Gómez no sospitava que aquella vulgar salutació esdevindria amb el temps una de les publicacions que més impacte i repercussió social tindrien.

Aquella primera *¡Hola!* –en el logo de la qual la "O" era una esfera terrestre somrient que saludava traient-se el barret– portava com a subtítol "Semnario de amenidades" i tenia 16 pàgines, era impresa en un paper de diari pobre i, naturalment, sense color. Només es permetia algunes pinzellades verdes o vermelles en alguns titulars. Les penúries de l'època i la manca de mitjans no donaven per a més. La seva vocació, no obstant això, ja es veia molt clarament: la de ser un setmanari on es conrearia un periodisme "de societat" al servei de les famílies d'altres nissagues. Per les seves pàgines es poden veure



Evolució de la difusió i el preu d'¡Hola!

Any	Difusió	Preu
1944	7.000	2 ptes.
1950	14.000	5 ptes.
1955	90.000	5 ptes.
1962	250.000	6 ptes.
1965	312.000	8 ptes.
1968	322.000	10 ptes.
1972	456.000	15 ptes.
1974	470.000	20 ptes.
1977	367.181	30 ptes.
1979	411.790	45 ptes.
1980	442.375	50 ptes.
1982	500.510	75 ptes.
1985	587.787	150 ptes.
1987	582.778	175 ptes.
1990	594.012	190 ptes.
1991	640.001	200 ptes.
1992	640.001	210 ptes.

Font: Control OJD des de 1965. Pels anys 1944-1955, M. Josep Recoder, Tesina de Llicenciatura, "¡Hola! (1944-1949)" inèdita, Universitat Autònoma de Barcelona, 1982.



Mite i seducció

¡Hola! com la resta de les publicacions que segueixen aquest model, aconsegueix un equilibri perfecte entre els interessos dels protagonistes, els dels lectors i lectores i els seus propis. La revista necessita per sobreviure tant el personatge com el lector. Per això sap que hi ha un límit que no ha d'ultrapassar. Així com la premsa anomenada d'informació general es basa en el conflicte amb diversa graduació, la premsa del cor defuig el conflicte, i sap que mai no atacarà un personatge de forma tan virulenta que aquest trenqui les seves relacions amb la revista i, per tant, les seves aparicions a les pàgines de la publicació: per això l'única via que existeix és la de "mostrar" gràficament les actuacions; d'aquí ve que a l'*¡Hola!* la imatge domini absolutament sobre el text. Encara que també les fotografies poden ser tergiversades, manipulades i preparades perquè expressin una cosa diferent de la que és, l'impacte, tal com ho rep el lector, és que "allò és la realitat". Una parella que passeja tranquil·lament pel seu jardí, una família que posa serenament al voltant d'un arbre de nadal, un matrimoni que s'agafa de la mà i es mira amb tendresa, projecten d'entrada una emoció, i solament més tard la racionalitat humana pot "caure" en el fet que allò pot ser fals..., però les pàgines d'una revista es passen tan de pressa i es miren tan descuradament, que només hi ha temps per rebre el primer impacte: l'amor que "sembla" transpirar la fotografia, la tranquil·litat, la bellesa, els detalls de la decoració... I a tot això, ens podem preguntar: el lector/a s'ho creu, tot això, o no? Aquí, lamentablement, no es pot donar una resposta categòrica... i única. I només es pot relativitzar: depèn del lector/a... L'única cosa certa és que setmana rera setmana 594.012

— Des de l'origen va mostrar que volia fer un periodisme al servei de les famílies d'alta nissaga —



Mite i seducció

(Ve de la pàgina anterior)

● ● exemplars d'¡HOLA! són venuts, cosa que significa una audiència de 2.805.000 persones que segueixen —per criticar-los o per envejar-los, per distreure's o per tafanejar, per passar l'estona, per projectar odis, amors o rancúnies, per exercir d'innocent voyeur, per veure com viuen o semblen viure els altres o, senzillament, per estar al dia, per poder comentar amb els amics, per dominar l'entorn informatiu— les cuites d'aquests personatges propers i llunyans al mateix temps ●

els anuncis de casaments, batejos, posades de llarg, festes de compromís i una llarga llista de recepcions i celebracions diverses. Per a les famílies amb recursos de l'època devia ser molt reconfortant que una publicació es fes ressò de les seves activitats socials. Hi podien veure la foto del primer fill d'una parella de l'alta societat, la recepció realitzada amb motiu del casament d'un marquès o la posada de llarg d'algunes senyoretetes de bona família. De seguida es va veure que aquest tipus d'informació, barrejada amb acudits, consells per a les dones sobre els aspectes més diversos de la vida domèstica, grafologia, curiositats i altres entreteniments, tenia molta acceptació, perquè de mica en mica els tiratges van anar creixent i van arribar als 200.000 exemplars.

La introducció del color, la millora i perfeccionament de la tecnologia i la creixent importància de la publicitat com a forma de mantenir econòmicament una publicació fan possible que al voltant dels anys seixanta ¡HOLA! sigui ja una revista consolidada, un perfecte aparador de les monarquies europees, de les

classes socials d'alt rang i, en definitiva, d'aquella capa de la població que deté el poder econòmic, polític i/o social, i que està àvida de "mostrar" la seva cara amable.

Una fórmula màgica?

Perquè justament la premsa del cor —i no oblidem que ¡HOLA! és un dels seus estendards— el que fa és oferir la cara amable de la vida. Una informació tractada com si fos un relat de ficció, en el qual, curiosament, gairebé tots els protagonistes són dones. ¡HOLA! fabrica herois i heroïnes als quals segueix la pista durant anys i anys, en aquells aspectes que, encara que públics —des del moment en què es publiquen ja ho són—, formen part d'allò que hem donat a anomenar "vida privada", i que no són sinó una part consubstancial a la naturalesa humana: amor, joia, alegria, dolor, plaer, tristesa, i que es manifesten majoritàriament en aquells esdeveniments de caràcter íntim, com el naixement d'una criatura, el casament d'un ésser

— La revista fabrica herois i heroïnes als quals segueix la pista durant anys, i tracta la informació com si fos un relat de ficció —

estimat, la mort d'un familiar, el triomf o el fracàs d'una empresa (en el sentit d'una iniciativa qualsevol). En definitiva, *¡Hola!* és una publicació centrada en els mil i un detalls, anècdotes, anades i tornades d'uns protagonistes molt interessats a actuar en públic. De fet, si els "actors" que pul-lulen per les pàgines de quadricromia de la revista no volguessin mostrar aquestes "actuacions privades", la revista segur que no existiria. Però aquest és, justament, un dels pilars en què es basa aquest tipus de publicació: el desig d'unes persones de donar una imatge, de construir-se una identitat, d'erigir-se en model per als altres.

El 1962 la revista es trasllada a Madrid, va incorporant innovacions tècniques i centra el seu camp d'acció en el seguiment de les aristocràcies europees, encara que, de mica en mica, una nova fauna autòctona formada per cantants, estrelles de l'espectacle i, sobretot, del nou mitjà emergent, la televisió, anirà desplaçant les rànquies nissagues aristocràtiques. *¡Hola!*, no obstant això, és, de totes les revistes del cor, la que manté un culte i un tractament més respectuós vers les cases reials, la noblesa i les seves tradicions. A les pàgines d'*¡Hola!* encara es poden llegir els *ecos de sociedad*: anuncis de casaments, posades de llarg, natalicis i d'altres tradicions ja gairebé desaparegudes però que, tanmateix, encara gaudeixen d'una certa salut en alguns grups socials.

L'últim triomf d'*¡Hola!* va ser el llançament, amb èxit, de la versió anglesa de la revista, ja plenament apadrinada pel fill del fundador (Antonio Sánchez Gómez va morir el 1984). *Hello!* sortia als quioscos anglesos el 1988, amb una tirada inicial de 175.000 exemplars, que ràpidament va augmentar fins a 444.257, segons l'Adult Bureau Circulation (ABC). El 1990 va ser guardonada amb el premi Revista de l'Any que atorga l'Associació d'Editors de Premsa del Regne Unit. Arran d'aquests èxits, els seus editors ja estan pensant en la versió nord-americana de la revista, que, al mateix temps, tampoc no s'ha vist lliure de les crítiques d'alguns diaris britànics, com el *Daily Mail*, que consideren la publicació "una revista vulgar de propietaris espanyols".

La importància d'una salutació popular

¡Hola! no és solament un aparador dels bons costums privats dels personatges públics, sinó que a vegades és una magnífica finestra per saludar i apropar-se al poble. *¡Hola!* va fer guanyar al candidat al Govern de la transició, Adolfo Suárez, un munt de vots (alguns diuen que 500.000) quan, per iniciativa de Jaime Peñafiel, va incloure un reportatge a tot color de Suárez i la seva dona agafats amorosament i passejant pels jardins de La Moncloa. I no per casualitat la primera entrevista que va concedir Felipe González a un mitjà de comunicació després del triomf socialista el 1982 va ser a la revista *¡Hola!*, i tampoc no és casualitat que molts polítics estiguin especialment interessats a

aparèixer a les pàgines d'aquesta revista per mostrar al món com en són, de bones persones. Encara que a vegades, sobretot quan el personal està absolutament desmoralitzat pels efectes de la crisi econòmica, a alguna "perla d'Orient" se li acut de mostrar al poble el luxe d'una mansió que per a molts és com un insult gratuït!

¡Hola! ha conegut, per tant, alts i baixos al llarg de la seva dilatada trajectòria, però allò que semblava impossible, que un tema tractat per la revista —la mansió dels Preysler-Boyer— arribés al Parlament, ja ha passat, i ha vingut de la mà d'un dels personatges més carismàtics d'aquest tipus de premsa —Isabel Preysler, autèntica reina de corazones—, i en un moment històric crucial: quan el Govern socialista celebrava la seva primera dècada en el poder. Tot un símptoma. ●

A la pàgina de l'esquerra, una portada amb dos dels personatges que van ser més habituals durant anys a *¡Hola!*: Farah Diba i el xa de Pèrsia, i una portada de la versió anglesa de la revista: *Hello!* En aquesta plana, un article publicat a la contraportada el 1946.

EN la vida de toda mujer existe un problema ineludible: el hogar, es su más importante empresa a desarrollar y para alcanzar éxito en él, no es suficiente ser bella y elegante.

Ser guapas e ir bien vestidas es lo que os preocupa desde que empezáis a pollear, olvidando por completo que hay momentos definitivos y no por eso menos imprevistos, en que el ser un maniquí no evita el fracaso. Por eso un gran promedio de mujeres al hallar el primer contratamiento se anonadan, decepcionadas y llena ya la vida de amargura para ellas, logran crearse su gran complejo d inferioridad.

Nunca debéis anularos ante un propio fracaso: buscar la causa, estudiarlos, quizás así encontraréis los motivos que os han impedido conseguir lo que deseábais, una vez conocidos, podréis evitarlos o al menos atenuarlos, entonces estaréis nuevamente en buenas condiciones para reñir batalla, siendo vosotras mismas las que haréis surgir la probabilidad de recuperar, lo que de otro modo hubieréis definitivamente perdido. Mujer, debes saber ser tú. Desarrollando por tí misma tu personalidad, sabrás siempre lo que eres y lo que quieres, esa seguridad te facilitará andar por la vida con el paso firme que dicta un carácter propio y unas convenciones personales. Evitemos de una vez, el espectáculo desconsolador de jovencitas, mujeres y hasta ancianas, que dejan derrumbar su hogar o arruinar su vida por ser siempre reflejo de las opiniones y voluntades ajenas. Echemos para siempre a pique esas barcas a la deriva que van a merced del último viento que sopla.

Mujer, debes llevar el timón de tu vida con rumbo fijo.



— *¡Hola!* és un magnífic testimoni del paper que s'ha atorgat a la dona en diversos moments de la història recent d'Espanya —