



Trabajo de fin de Grado Pedagogía

“Educación informal y mujeres: revistas de moda, un estudio de caso”

Autora: Jennifer Janina Negrato Díaz

Tutora: M^º Clara Barroso Jerez

Curso: 2015 - 2016

INDICE

Resumen/Palabras clave	3
Abstract/Keywords	3
Introducción	4
Primeras apariciones de la educación.....	5
Edad Media	6
Edad Moderna	7
Edad Contemporanea	8
Estudio de casos	12
Análisis detallado	17
Modelo físico mayoritario	17
Perfil socio- económico que se promueve	19
Tendencias al vestir, relacionado con los diferentes roles sociales	21
Naturalidad de las imágenes	22
Racismo o discriminación social, física, cultural en las mujeres	23
Conclusiones	25
Bibliografía	36

RESUMEN/PALABRAS CLAVE

La idea de este trabajo surge a partir del interés de conocer los modos de educación de las mujeres; y puesto que se ha hablado y trabajado mucho sobre la educación formal y no formal, decidí abordar la educación informal. Concretamente centrado en los modelos físicos existentes, las expectativas tanto sociales como personales y la creación de modelos sociales y estándares físicos que aparecen en las revistas de moda. La elección de este tipo de medio, se debe a que es un ámbito al que normalmente no se le presta mayor atención, pero que sin embargo puede resultar altamente condicionante y significativo a la hora de comprender la vida y expectativas de las mujeres.

PALABRAS CLAVE: revistas de moda, modelos sociales de la mujer, educación informal.

ABSTRACT / KEYWORDS

The idea of this work comes from the interest to know the ways in which develops education of women; and since there has been talked and has been worked so much on the formal and non-formal education, I decided to approach the informal education. Specifically focused on the existing physical models, both the social and personal expectations and the creation of social models and physical standards that appear in fashion magazines. The choice of this type of media, It is because it's an area to which you are normally not lend so much attention, but nevertheless can be highly conditioning and significant in understanding the life and expectations of women.

KEYWORDS: fashion magazines, social models of women, informal education.

INTRODUCCIÓN

La educación ha sido siempre un tema de controversia y debate, sobretodo en el caso de la educación de las mujeres.

El género femenino forma parte de ese grupo de la historia que ha sido silenciado durante años, llegando a hacer difícil conocer realmente cómo vivían, pensaban o sentían. Sólo podemos tener una apreciación no objetiva de lo que eran sus vidas, desde un punto de vista masculino. Sabemos lo que se esperaba de ellas, como se las adoctrinaba o subyugaba, pero no podemos conocer lo que estas mujeres realmente querían, pensaban, o luchaban.

Muy pocas se atrevieron a levantar la voz y manifestar sus luchas por la liberación y por ocupar el lugar social que les correspondía, o tal vez fueron más las que lo intentaron y fueron silenciadas.

Muchas veces me he preguntado cuántos inventos relevantes de la historia fueron realmente descubiertos o creados por hombres, cuántas grandes obras de la literatura o del arte fueron creadas por mujeres que firmaban con pseudónimos masculinos o los dejaban como anónimos, cuántas mujeres lucharon en las guerra e incluso salvaron vidas.

Lamentablemente todas estas cuestiones no pueden encontrar una respuesta real así que a continuación se expone lo que se sabe sobre la educación de las mujeres a lo largo de la historia. Aunque muchos historiadores y autores consideran que esta división de la historia ya no es acertada, es una de las formas más adecuada de tratar todas las etapas sin ahondar en cada una de ellas.



Primeras apariciones de la educación

DIFERENCIAS REGIONALES

- Las primeras evidencias de la educación aparecen con Platón y su "Academia" en Atenas, a raíz de la cual empezaron a surgir escuelas filosóficas en las que se impartía música, literatura, retórica y ciencias naturales. Las escuelas infantiles eran sustentadas por la comunidad.

- En contraposición se encuentra la otra gran potencia de la época que era Roma que presentaban más atención a la formación militar, la política, el derecho, la agricultura, la historia y al igual que los griegos daban gran importancia a la retórica. las escuelas eran de carácter privado.

MUJERES EN ATENAS

No tenían participación en la vida pública, y recibían prácticamente la misma educación que los niños puesto que se les educaba en casa. Al hacerse mayores algunos niños podían acceder a enseñanzas superiores impartidas por pedagogos; mientras que las niñas seguían manteniendo su bajo perfil social, sólo algunas mujeres inteligentes o extranjeras podían salir solas de casa e incluso trabajar, y muy pocas conseguían aprender a leer o escribir.

MUJERES EN ROMA

Disponían de mayores libertades y participación social, pero sin dejar de estar relegadas a un segundo plano; la educación era más abierta e igualitaria, durante la infancia tanto niños como niñas iban juntos a centros de enseñanza mixtos y aprendían lo mismo; al hacerse mayores sólo las chicas de buena familia podían seguir instruyéndose privadamente (latín, griego, canto o baile), y en cualquier caso, luego de la niñez la educación comenzaba a ser diferenciada, puesto que a las mujeres se les orientaba al mantenimiento del hogar y el cuidado de los niños.

Cuadro nº 1



Imagen de Hipatia extraída del cuadro "Escuela de Atenas" de Rafael

PERSONAJE DESTACADO DE LA ÉPOCA

Hipatia de Alejandría

Fue filósofa y maestra en Grecia, destacada en astronomía y matemáticas, e inventora del densímetro; además escribió sobre diferentes temáticas como astronomía, geometría o matemáticas.

Edad Media

Con la aparición y expansión del cristianismo todas las sociedades sufrieron grandes cambios y retrocesos. La única fuente de formación era la Iglesia, en la cual enseñaban a leer y a escribir sólo en latín, además de aritmética, música, geometría, astronomía y retórica. En estos momentos sólo podían aspirar a formarse muy poca cantidad de personas, en general los monjes y los nobles del sexo masculino.

EDUCACIÓN DE LAS MUJERES

Las mujeres pertenecientes a la nobleza recibían cierta educación en privado, donde además de labores domésticos, costura y doctrinas cristianas, les enseñaban a leer y escribir; era infaltable la música la literatura o el bordado llegando en ocasiones incluso aprender latín, dibujo o alguna lengua extranjera. El fin principal de todas estas enseñanzas era preparar a la mujer para el matrimonio, el cuidado del hogar y los niños/as. Evidentemente la enseñanza era diferenciada de la de los hombres no sólo porque sus funciones en la vida fueran a ser diferentes, sino porque además se la consideraba inferior intelectualmente.

Cuadro nº 2



Christine de Pizan imagen obtenida de su libro *"The Book of the City of Ladies"*

PERSONAJE DESTACADO DE LA ÉPOCA

Christine de Pizan

Recibió una educación nada habitual para la época y llegó a convertirse en la primera mujer que logró ganarse la vida escribiendo y firmando con su propio nombre; sus obras hablaban de amor, filosofía, política, moral, historia, y derechos de las mujeres en la sociedad; su obra más destacada es "La ciudad de las damas" en la que no sólo critica la misoginia de su época, sino que además reclama un lugar propio para las mujeres.

Edad Moderna

- Comienzan a aparecer las primeras universidades que coexisten con las escuelas de los monasterios, en estas se enseña derecho, medicina o filología, entre otras.

- Se produce un gran avance en la educación a nivel general con la traducción de las biblias por parte de los cristianos protestantes (Luteranos y Calvinistas) que consiguen que un gran número de personas aprenda a leer.

- Por otra parte **Rousseau** planteó la importancia de la educación de los niños con ideas realmente innovadoras, pero no fue de gran ayuda en lo que a la enseñanza de las mujeres se refiere, dejándola relegada a poco más que una esclava del hogar al servicio de los hombres.

EDUCACIÓN DE LAS MUJERES

Aunque algunos autores comenzaban a hablar de la igualdad intelectual entre ambos sexos, las mujeres seguían estando infravaloradas y relegadas a las funciones del cuidado del hogar y los niños/as. Era una supuesta igualdad que pasaba de puntillas, como una concesión sin verdadera importancia, porque no se trabaja en ella ni se veía manifestada en la forma en que eran tratadas las mujeres y en cómo se las enseñaba.

ILUSTRACIÓN

Se establece que ambos sexos deben de estar escolarizados el contenido y las enseñanzas básicas son las mismas, pero mientras la educación de las niñas se orientaba al cuidado del hogar, la de los niños iba dirigida a las tareas del campo. En estos momentos ya todos los niños, incluso los pobres podían aspirar a acceder a la educación, con lo que la corriente de enseñanza femenina empieza a ganar más poder y relevancia; viendo esto como un beneficio para la mejora del mantenimiento del hogar, es decir, que se les permitía instruirse porque esto mejoraría su capacidad para organizar la vida familiar. Evidentemente seguía sin considerarse la igualdad entre ambos sexos, aunque se crearan escuelas y se velara por la educación de las niñas, sus funciones y por tanto su instrucción seguía siendo similar a la de los siglos anteriores.

Cuadro nº 3



Imagen de la portada del libro "The Eloquence of Mary Astell" escrito por Christine M. Sutherland

PERSONAJE DESTACADO DE LA ÉPOCA

Mary Astell

Defensora de la educación femenina y la igualdad entre ambos sexos; consideraba que la desigualdad partía de la falta de educación de las mujeres.

Recibió educación privada (matemáticas, filosofía y lenguas modernas), escribió numerosas obras, solicitó la creación de una universidad femenina, y además creó una escuela de caridad para niñas donde impartía clases.

Edad Contemporánea

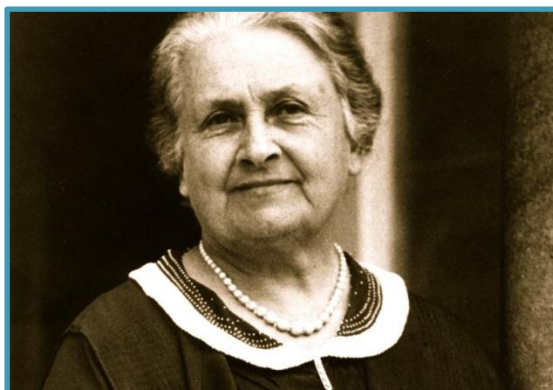
- Aparecen las primeras escuelas públicas; aunque realmente la escolarización no conseguía llegar a todas las esferas sociales y no todos los sectores de la población acomodada estaban de acuerdo con este nuevo formato.
- Hacen aparición los libros específicamente dedicados a la enseñanza de las mujeres (en los que además se habla de la enseñanza de las ciencias, historia o biología entre otras cosas), para uso en colegios o en el hogar; con ellos se afianzaban los roles sociales de género y los estereotipos tanto femeninos como masculinos contruidos de manera patriarcal, dejando aún a las mujeres relegadas al papel de esclava del hogar y madre.
- Comienzan a aparecer las mujeres como autoras de escritos y libros, pero la gran mayoría lo hacían siguiendo las mismas líneas de educación y comportamiento ya establecidas; no buscaban una innovación y avance para su vida diaria y su trato, al contrario, perpetuaban las conductas que la sociedad marcaba para ellas.

EDUCACIÓN DE LAS MUJERES

Se empieza a hablar sobre la educación de las mujeres con el fin de que estas fueran útiles para la sociedad y la comunidad, aunque no todos los sectores de la sociedad estaban de acuerdo con estos cambios que podría llevarlas más allá de la vida del hogar e igualmente seguían subestimando su inteligencia y sus capacidades.

Al igual que en las épocas anteriores los cambios en la enseñanza siguen prácticamente sin variación, aprenden a leer y a escribir, religión y por supuesto las inolvidables labores del hogar que continúan siendo su única expectativa de trabajo futuro; en el caso de las mujeres de familias adineradas también recibían nociones de música, arte, canto.

Cuadro nº 4



Fotografía de María Montessori

PERSONAJE DESTACADO DE LA ÉPOCA

María Montessori

Primera mujer médico de Italia, además de pedagoga, entre otras cosas. Promovió una educación adaptada a los niños y niñas, además destacó la importancia de la infancia el desarrollo del ser humano. Escribió diversas obras, consideraba que los niños y niñas con discapacidad merecían atención pedagógica y no médica, y creo el método educativo denominado con su apellido que incluso hoy día sigue llevándose a cabo en numerosas centros de enseñanza del mundo (aulas infantiles con sus muebles, materiales y herramientas adaptados). Su método estaba basado en el ambiente que debía de estar adaptado a las necesidades de los niños y niñas, el amor y centrado totalmente en ellos y ellas, respetando sus tiempos y necesidades de aprendizaje.

Después de haber hecho un breve recorrido por la historia, de haber investigado y recopilado información; este trabajo se va a centrar en la “Educación informal de las mujeres actuales” debido a que es un tema que siempre pasa desapercibido y resulta de vital importancia puesto que influye en nuestras vidas sin que lo notemos.

Según Cardozo, se entiende por educación informal: *“Todo conocimiento libre y espontáneamente adquirido, proveniente de personas, entidades, medios masivos de comunicación, medios impresos, tradiciones, costumbres, comportamientos sociales y otros no estructurados.”*¹

Por lo tanto cuando se hace referencia a dicho tipo de educación, se habla de que no se encuentra institucionalizada o delimitada. Sus objetivos no están claramente definidos como operativos, tampoco tiene un plan previo, o un orden; por lo que se podría decir que se aprecia como una acción difusa a lo largo de toda la vida de los sujetos. Las personas aprenden sin ser del todo conscientes de que lo están haciendo, adquieren modelos, experiencias o deseos; sin saber exactamente que todo esto viene impulsado desde el entorno, en este caso de las revistas de moda.

Por otro lado, el autor Toni Cuadrado Esclapez, en su libro “La enseñanza que no se ve: educación informal en el S. XXI”, menciona entre otras cosas que: *“El objetivo de la educación informal es desarrollar un plan, aparentemente caótico, pero que tiene una unidad en cuanto a significado porque busca reforzar la ideología consumista y post-capitalista, la formación de valores y competencias que entran en contradicción con los que fomenta un estado democrático a través de sus instrucciones educativas. No hay planificadores maquiavélicos detrás de todo esto, pero es una labor que se realiza para mantener y sostener el sistema de vida en el que estamos inmersos. Resulta paradójico que se ignore el espacio de la educación informal y que se le abandone a empresas cuyo único objetivo es “vender” y “conformar a los futuros ciudadanos y ciudadanas en prácticas y competencias para ser cada vez más consumidores, más competitivos, más individualistas.”*²

Esto lleva a concluir que este tipo de educación que normalmente pasa desapercibida (un ejemplo de ello es que en el Grado de Pedagogía sólo se ofertan dos asignaturas optativas en las que tangencialmente se aborda) resulta de vital importancia a la hora de comprender los funcionamientos de las sociedades, de las personas e incluso el

¹ Cardozo Salazar, J. *Otras educaciones (Educación Informal)*. Recuperado de: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-127849_archivo_pdf_Informal_1.unknown

² Cuadrado Esclapez, T. (2008). (pp. 10) *La enseñanza que no se ve, Educación Informal en el siglo XXI*. Madrid: Narcea. S.A

movimiento de los mercados. Porque más allá de que las publicidades y medios de comunicación masivos en general, sean capaces de crear necesidades que no existen, están creando además modos de vida e influyendo en las perspectivas de muchas mujeres y hombres a lo largo del mundo. De este modo, se patrocinan imágenes que no son reales o muy difíciles de alcanzar, se muestran modos de vida que todo el mundo puede apreciar pero no conseguir; manipulando así las formas de pensar e incluso las necesidades de las personas sin que llegemos a ser capaces de saberlo o percibirlo.

Todas nuestras acciones están condicionadas por la educación que se nos ha dado, por la forma en que fuimos criados, el modo en que la sociedad desempeña y marca diferentes pautas de comportamiento generando expectativas. Aunque nos guste pensar que somos de determinada forma porque lo hemos decidido personalmente, lo cierto es que estamos condicionados inconscientemente por todo aquello que absorbemos sin ser conscientes. Apoyados en los valores morales y sociales que nos rodean, así como la forma de ser interpretados o respetados de cada grupo social; no aprendemos sólo de lo que nos dicen los libros o los profesores, aprendemos constantemente de todas las acciones que se desarrollan a nuestro alrededor, las cuales influyen en quienes somos como personas y posteriormente como nos comportamos en sociedad.

Si bien es cierto que nuestras expectativas están condicionadas por el entorno del que formamos parte, no hay que olvidar que la educación es un gran motor para promover el desarrollo personal. Estar educados permite moverse dentro de un mundo estructurado pero de manera más libre, conociendo diferentes formas y puntos de vista, buscando nuevas oportunidades y forjándose para tomar decisiones propias o elaborar juicios de valor de manera individual. La educación brinda la oportunidad de desarrollarse autónomamente aun estando inmerso en sociedad, es decir, permite ser consciente de cómo funciona el entorno y a su vez decidir individualmente como proceder al respecto. Ante esta realidad, cabe preguntarnos por qué si la educación no es relevante (como se le “vende” a la mayor parte de la sociedad) los gobiernos arremeten principalmente contra ella, la menosprecian o no defienden su buena calidad, cuando hacen sus políticas de mandato. La respuesta puede ser bastante sencilla, un pueblo bien educado no es fácil de engañar.

En el presente estudio, se va a trabajar la educación informal que brindan las revistas de moda para mujeres; algo que resulta de vital importancia trabajar puesto que son una gran fuente de información y consejos (junto con el resto de medios de

comunicación de masas, cuyo trasfondo presuntamente inocente no va a trabajarse en esta investigación) para la mayor parte de las mujeres.

Las revistas parecen inofensivas pero no lo son, están en todas partes, en las consultas médicas, las peluquerías, los dentistas, hasta en las autoescuelas mientras esperas para hacer prácticas de carretera. Aparecen donde menos te lo esperas, y todas tienen consejos mágicos para convertirte en una súper mujer.

Analizamos concretamente el mensaje que dan las revistas; o lo que es lo mismo, la educación informal que recibimos las mujeres por parte de las revistas de moda. La idea no es demostrar si las revistas son buenas o malas, o si lo que dicen vale o no; lo que se pretende es conocer como estas intervienen y marcan las vidas de las diferentes mujeres. Qué tan grande puede llegar a ser el peso de la educación informal en este aspecto, y demostrar como este tipo de aprendizaje que se percibe casi como inexistente realmente posee una trascendencia altamente significativa.

Además, esto puede servir también para conocer qué clase de conocimientos, deseos, o necesidades se les inducen a las mujeres sin que éstas puedan llegar a percibirlo realmente como la posible amenaza que puede ser, si no se controla adecuadamente todo aquello que se dice cuando se supone que no se está diciendo nada en absoluto.

Para conocer cuál es el perfil social, económico y físico que marcan las revistas de moda se llevará a cabo un estudio de caso analizando el contenido de alguna de ellas, en el que se detectarán factores que se consideran relevantes para la realización de este trabajo.

ESTUDIO DE CASOS

El estudio de casos se llevará a cabo mediante el análisis de diferentes revistas de moda, se examinarán y buscarán diferentes factores que ayuden a determinar el perfil de mujer que este tipo de prensa promueve y/o motiva. Los elementos a tener en cuenta serán los siguientes:

- **Modelo físico mayoritario:** analizar este aspecto es relevante dado que se pretende averiguar qué tipo de mujer o estándar femenino promueven las revistas; lo que resulta sumamente importante porque junto con la televisión o el cine, la imagen que éstos muestren condicionará en gran medida el aspecto que se espera que las mujeres deben tener para estar a la moda o ser las más bellas; sobre todo en una sociedad como la nuestra tan centrada en la imagen y que aunque pretende ser moderna sigue enormemente centrada en medir a las personas, entre otras cosas, en base a su aspecto, a la apariencia que se espera que la mayor parte de la gente, en este caso las mujeres, posean. Se podría decir que es, junto al resto de medios de comunicación, quien marca el estilo, el estándar y puede que incluso las expectativas personales, sociales y físicas.
 - ▶ *Ejemplo:* Al escribir en Google: “revistas de moda” aparecen las portadas de varias revistas, y como se puede ver en la imagen siguiente resulta difícil diferenciar a las mujeres que aparecen. Todas son muy atractivas, delgadas y en general blancas; siguen un patrón bastante definido y evidente.



- **Perfil socio-económico que se promueve:** esto resulta importante porque no sólo deja entrever al público al que mayoritariamente se dirige; si no que además de manera indirecta crea necesidades y deseos en muchas ocasiones innecesarios, que condicionan aquello que las personas creen necesario para tener una buena vida, que pueda considerarse plena y exitosa. Es decir, muestran aquella vida que se valora como adecuada, dejando fuera a las personas que no pueden alcanzarla o que no les interesa hacerlo, al igual que ocurre con la imagen física. Pone de manifiesto el nivel de vida medio al que las personas deben aspirar.
 - ▶ En prácticamente todas las páginas de las revistas intentan vendernos algo, hay espacios dedicados específicamente a la publicidad y la venta y otros en los que de manera indirecta se mencionan los precios o las marcas que llevan las diferentes mujeres. En su mayoría se aprecian costes muy elevados para un salario medio y se muestran estilos de vida a seguir que se encuentran lejos del bolsillo de la mayoría de las mujeres a las que van dirigidas estas publicaciones.



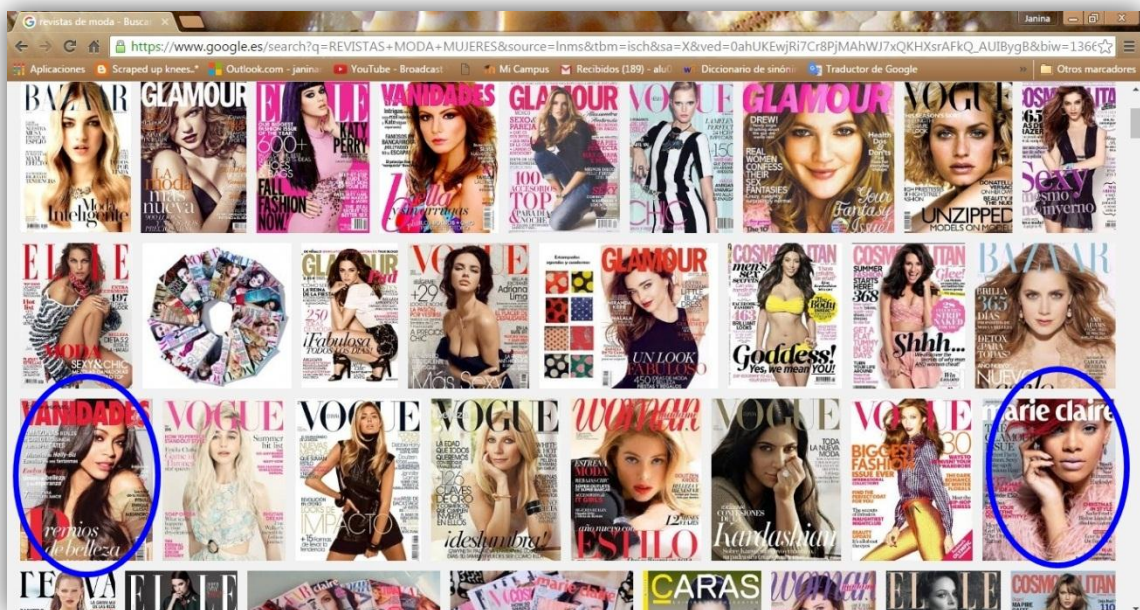
- **Tendencias al vestir, relacionado con los diferentes roles sociales:** Este aspecto pretende analizar cuáles son los tipos de vestimenta que se muestran mayoritariamente en las revistas, con el fin de averiguar su adecuación a los estilos de vida de las mujeres reales que pueden leerlas. Los conjuntos publicitados sirven para cualquier tipo de trabajo o cualquier ocasión, o por el contrario responden a las necesidades de un grupo muy limitado de mujeres con un estilo de vida muy característico que deja fuera al resto del público femenino.
 - ▶ Son muchos los aspectos en los que se demuestran las tendencias al vestir, a veces representado de manera evidente como la foto que se presenta a continuación y otras de forma indirecta porque no se habla concretamente de lo que lleva puesto la modelo pero se la presenta como atractiva y exitosa por tanto da a entender que para poder ser como ella, entre otras cosas hay que vestir de la misma manera. Son unos estilismos muy característicos y en general poco adaptados a lo que puede ser el día a día de cualquier mujer.



- **Naturalidad de las imágenes:** photoshop, ropa arreglada: el motivo de analizar esto es si el físico que muestran las modelos de las revistas es real y alcanzable por cualquier mujer o están arregladas para que parezcan adecuadas, perfectas y que las ropas luzcan tan increíblemente bien, creando de este modo expectativas inalcanzables e imposibles de abordar sin sufrir consecuencias peligrosas o sin pasar por el quirófano. Condicionando de esta forma no sólo lo que se espera de las mujeres creando así mayor presión social, sino también condicionado su propia aceptación o percepción física.
 - ▶ *Ejemplo:* Cada vez son más las modelos y artistas que denuncian o comentan con humor los errores o excesos de photoshop que aparecen tanto en la prensa impresa como electrónica. Una de ellas fue Inma Cuesta, actriz española que el año pasado colgó en su Instagram una imagen retocada y editada en comparación con la real. Sobra decir que no eran necesarios los retoques, pero aun así se puede apreciar que le han reducido los brazos y las caderas además del color de su piel y de la foto en general de la foto.



- **Racismo o discriminación social, física, cultural en las mujeres:** este indicador pretende estudiar si se representan igualmente distintos tipos de mujeres, con cualidades físicas distintas (incluidas características físicas diferenciadoras, como por ejemplo: falta de una pierna o brazo), defendiendo los diferentes estatismos de otras culturas, e incluso si se ven representados los diferentes roles sociales que cumplen las mujeres a diario. O si por el contrario se muestra de manera predominante y excluyente un solo tipo racial, social y físico; desmereciendo el resto o simplemente ignorándolo, invisibilizándolo.
 - ▶ *Ejemplo:* utilizando nuevamente la captura de pantalla de Google, se puede ver que de las veinticinco portadas que aparecen sólo en dos de ellas salen mujeres de piel oscura. Las cuales incluso resultan difíciles de diferenciar del resto puesto que parece que les han aclarado la piel y se mezclan con el resto.



ANÁLISIS DETALLADO

La investigación de los factores anteriormente expuestos se ha llevado a cabo utilizando las revistas; Cosmopolitan, Vogue, InStyle y Glamour. Los números pertenecientes a junio de 2016, que suman un total de 832 páginas.

En ellas se han buscado indicadores que muestren las dimensiones planteadas. Los datos obtenidos en dicha búsqueda y análisis se exponen a continuación mediante la utilización de tablas y gráficos.

MODELO FÍSICO MAYORITARIO

REVISTA	TOTAL DE PÁGINAS	Nº DE PÁGINAS EN QUE APARECE
Cosmopolitan	170	91
Vogue	258	140
In Style	146	88
Glamour	258	206
Total	832	525

Tabla nº 1

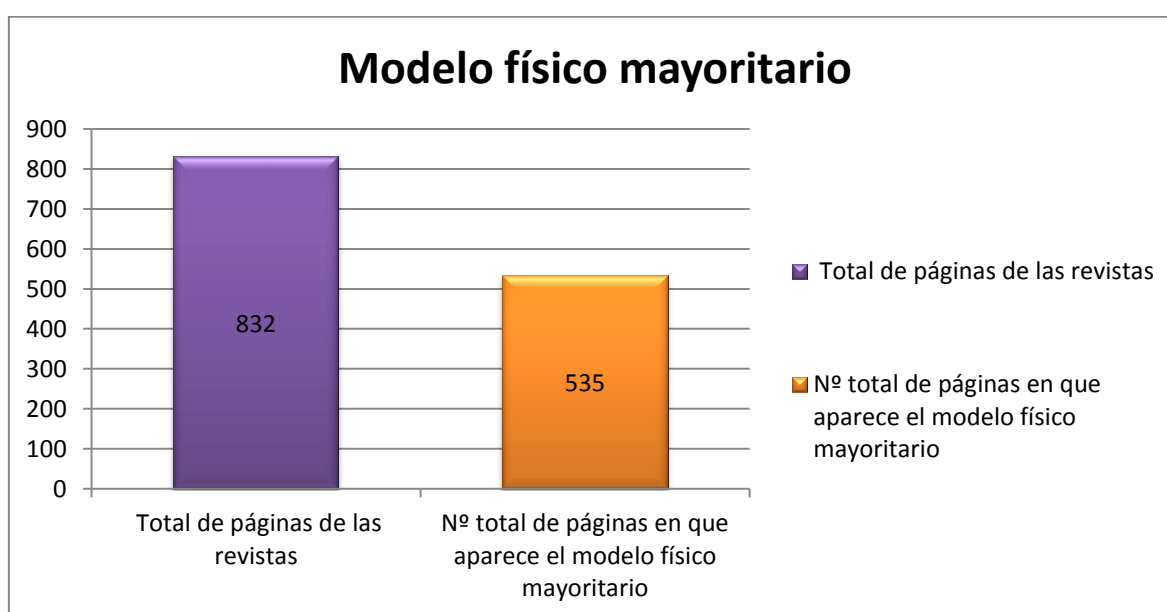


Gráfico nº 1

Desde el momento que tomamos las revistas ya podemos hacernos una idea de lo que aparecerá dentro con el estilo de mujer que está impreso en la portada, luego a lo largo de todas las páginas vamos encontrando evidentemente el modelo físico mayoritario que se caracteriza por mostrar; chicas muy jóvenes de entre 17 y 22 años aproximadamente, delgadas o muy delgadas y con rasgos caucásicos. Suelen llevar estilismos muy característicos que normalmente sólo se ajustan a un tipo de cuerpo muy específico y que es difícil compaginar con los acontecimientos de la vida diaria de la mayor parte de las mujeres, es decir llevan prendas con las que no cualquier mujer puede hacer cómodamente su trabajo o aguantar un día entero. Y normalmente se encuentran en situaciones de relajación, vacaciones o descanso.

Aparecen en prácticamente todos los aspectos de las revistas, en artículos pequeños o grandes, en consejos, publicidades; y los tamaños de las fotos van desde muy pequeñas a doble página.

En la tabla que aparece anteriormente (Tabla nº 1) se muestra de forma detalla la cantidad de veces que aparece el modelo físico mayoritario en cada revista, así como el total que suman todas ellas. Por otra parte en el gráfico nº 1 se puede apreciar claramente que más de la mitad de las páginas totales recogen este aspecto en concreto.

PERFIL SOCIO-ECONÓMICO QUE SE PROMUEVE

REVISTA	TOTAL DE PÁGINAS	Nº DE PÁGINAS EN QUE APARECE
Cosmopolitan	170	127
Vogue	258	217
In Style	146	130
Glamour	258	235
Total	832	709

Tabla nº 2

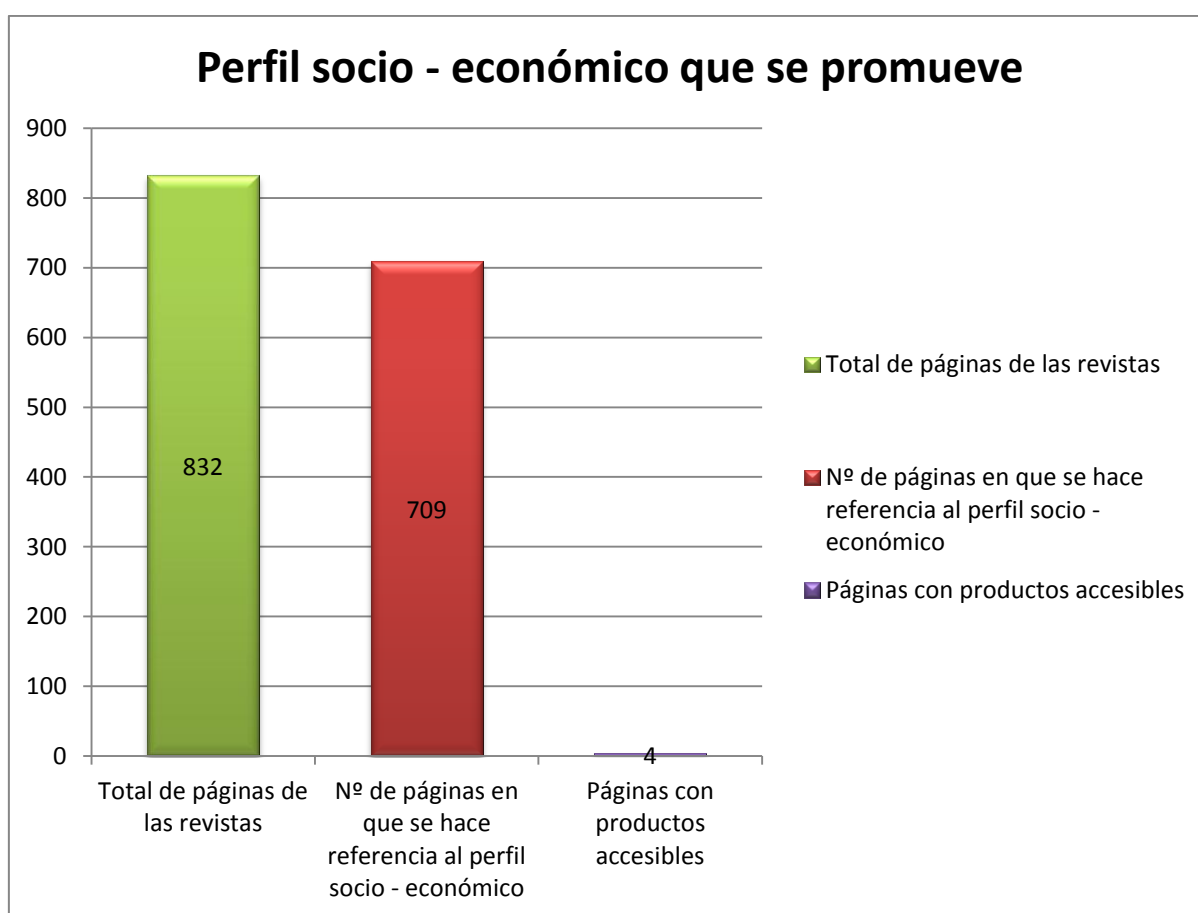


Gráfico nº 2

Al igual que sucede con el modelo físico mayoritario, el perfil socio - económico también es muy característico y poco accesible. Se publicitan o muestran estilos de vida más apropiados para las élites que para el público femenino al que se supone que la revista va dirigida. Se exponen viajes a lugares exóticos, recomendaciones de bares o

restaurantes de calidad, se aconseja como decorar las casas para que luzcan como apartamentos de lujo y se venden maquillajes, complementos y ropas con costes muy elevados, que además, no se adaptan a las necesidades sociales y laborales de las mujeres; sin olvidar que parte de los objetos publicitados aparecen sin precio.

Se exhiben cantidad de artículos que dan consejos sobre cómo ser mejor, cómo lucir más bella o cómo perder más peso. Recomendaciones de dietas o fármacos que no se sabe si realmente son beneficiosos o perjudiciales, y brindan infinidad de fórmulas mágicas para conseguir por ejemplo; el pelo más brillante, perder peso antes del verano o dónde comprar el mejor bolso de marca. Pero en ninguna página de las estudiadas aparecen recomendaciones sobre cómo conseguir un puesto de trabajo o qué posibilidades de estudio y becas pueden conseguir las mujeres.

Incluso cuando se supone que no se está vendiendo nada aparecen famosas diciendo que son exitosas y como ellas lo consiguieron todo, mostrando sus vidas y como son; creando de esta forma la necesidad inconsciente de ser igual para poder de esa manera transformarse en exitosa; respecto a este tema son muy pocos los artículos de mujeres triunfadoras y trabajadoras y en general están dirigidas a profesiones relacionadas con la moda. No se hace referencia en ningún momento a mujeres que trabajan en la limpieza del hogar, en el campo o como profesoras, por ejemplo; se muestra más bien un estilo de vida que parecen ser unas vacaciones continuas y a todo lujo.

Se hace obvio que existe un manifiesto ideal de ventas y promoción de un estilo de vida que está muy lejos de la clase media; y que de manera indirecta puede estar creando necesidades y marcando unos estándares de mujeres que deben arreglarse para estar siempre bellas y adecuadas, promocionando el maquillaje, los productos capilares o ciertas dietas y pastillas como necesarias para ser la mujer ideal del momento.

En las 832 páginas totales que muestran todas estas revistas, sólo en cuatro se encuentra la venta de artículos a precios bajos; que también encajan con los estándares de: tienes que ser y estar bonita, joven y delgada, pero con unos costes que en general pueden permitirse las mujeres de clase media. Y en sólo una página se puede localizar un artículo en el que se habla y aconseja sobre cómo no dejarse engañar por las publicidades y comprar con cabeza.

Al igual que se hizo en el apartado anterior, la tabla nº 2 muestra específicamente en cuantas páginas de cada revista se recoge este aspecto y cuantas componen en total. En el caso del gráfico nº 2, se puede ver como de manera muy evidente se vende este estilo de

vida muy marcado y como en una línea casi invisible se aprecia lo que realmente podría interesar al público medio al que se dirigen las publicaciones.

TENDENCIAS AL VESTIR RELACIONADO CON LOS DIFERENTES ROLES SOCIALES

Contabilizar en una tabla y hacer gráficas respecto a este apartado resulta innecesario luego de haber hecho el estudio del modelo físico mayoritario y del perfil socio – económico que se promueve. En las publicaciones se aprecia claramente que los estilos de vestimenta que se publicitan y promueven, sólo pueden llevarlos un tipo de mujer muy específico (joven, delgada o muy delgada y con dinero), que no realizan trabajos en los que deban de estar todo el día de pie o limpiando, por ejemplo. Por tanto sucede como con el resto de aspectos, aunque las revistas van dirigidas a mujeres de clase media con todo tipo de profesiones; estas y su día a día no se encuentra reflejado entre las páginas.

El rol social asociado a las imágenes parece responder básicamente a estar guapas y jóvenes; normalmente no se hace referencia a ninguna profesión, al desarrollo personal productivo o al estudio. Se habla sobre progresar o mejorar individualmente, pero siempre fuertemente ligado a la mejora física o del ocio; como por ejemplo, cómo tener el tipo ideal este verano, cómo lucir el cabello más brillante o cómo escoger el bolso indicado para salir a tomar una copa. En las limitadas ocasiones en las que se menciona algo en relación al mundo profesional, va siempre destinado a los trabajos de oficina. Por tanto, podría definirse el perfil social de estas mujeres como meras “mujeres florero” o trabajadoras de cuello blanco.

Las únicas excepciones que aparecen a esto, es cuando se muestran mujeres mayores de treinta años o chicas que no están delgadas (ambos casos aparecen un total de 16 veces), pero en este caso también son solo distinciones condicionadas; porque si bien es cierto que los estilismos se adaptan a las edades y distintas formas corporales, no lo hacen a los bolsillos o día a día de las mujeres a las que van dirigidas. Cabe mencionar también que sus apariciones no son muy comentadas, las fotos son normalmente pequeñas y no suele hacerse referencia explícita a las prendas que visten o calzan.

NATURALIDAD DE LAS IMÁGENES

A la hora de contabilizar este aspecto aparece un gran problema, y es que no se puede contrastar la información para demostrar su veracidad. Al pasar las páginas de las revistas se hace evidente que muchas de las fotos están pasadas por filtros y capas de photoshop; por que las mujeres tienen unas cinturas que no van del todo acorde con el resto de su cuerpo, no se ven los poros de la piel, y no se aprecian líneas de expresión o movimientos corporales, entre otras cosas. Pero sin la existencia de las fotos originales no es posible demostrar de manera fehaciente estos hechos.

Además de que los trucos tecnológicos no son los únicos utilizados en estos casos, no hay que olvidar que las mujeres que posan para estas publicaciones tienen antes horas de maquillaje y peluquería; a la par que estilistas que logran que las prendas se amolden correctamente a sus cuerpos y luzcan perfectas. Sin olvidar la ayuda de los fondos, los focos, softbox y sombrillas, las cámaras de fotos profesionales y la experiencia a la hora de posar adecuadamente.

Hoy en día son cada vez más las figuras públicas que se manifiestan en contra de estas prácticas y denuncian públicamente en sus redes sociales el uso excesivo de photoshop y los arreglos que se les hacen a las fotos antes de ser publicadas. Es una nueva ola del feminismo que pretende defender a las mujeres y motivarlas a que se presenten tal y como son.

Otro ejemplo de denuncia, que podría ayudar a demostrar este aspecto es el caso de Blanca Suarez posando para Women'secret. Es claramente una chica joven, atractiva y delgada; pero aun así parece ser que eso no era suficiente y necesitaba algunos retoques.



RACISMO O DISCRIMINACIÓN SOCIAL, FÍSICA, CULTURAL EN LAS MUJERES

REVISTA	TOTAL DE PÁGINAS	Nº DE PÁGINAS EN QUE APARECE
Cosmopolitan	170	9
Vogue	258	10
In Style	146	6
Glamour	258	12
Total	832	37

Gráfico nº 3

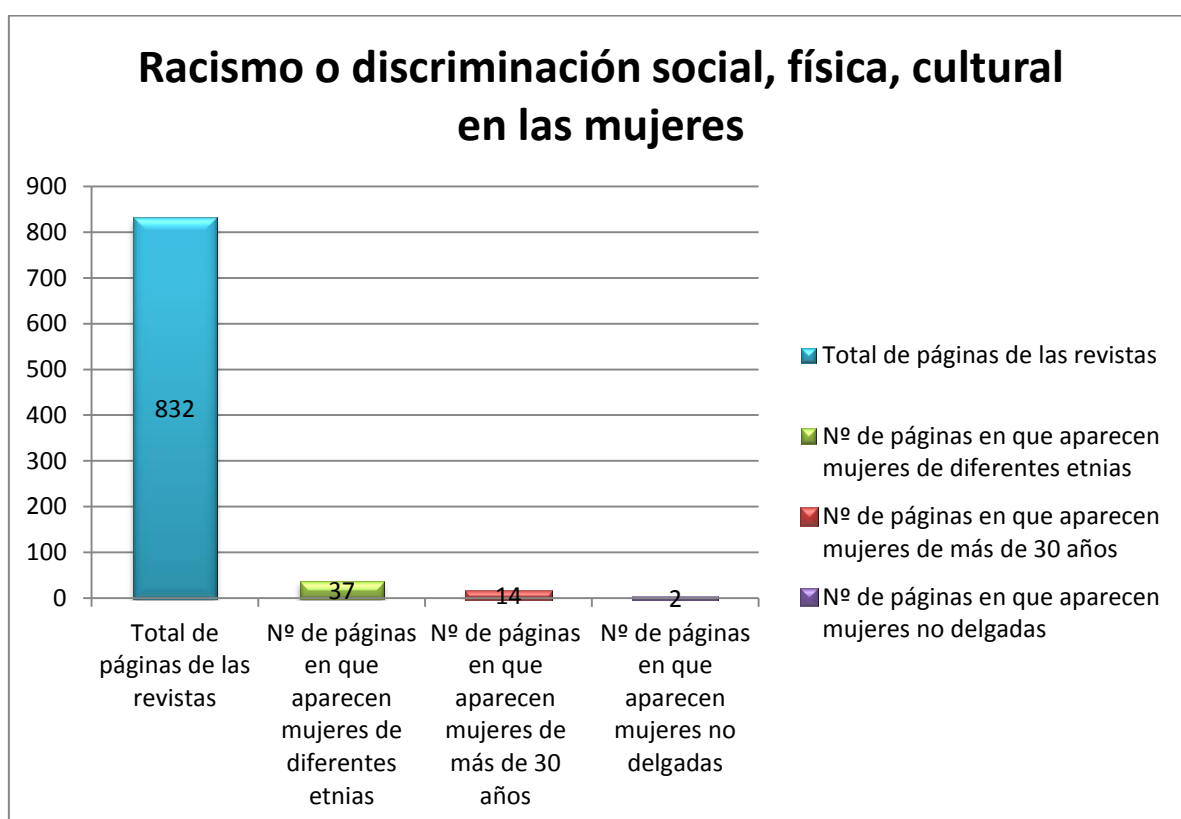


Gráfico nº 3

Luego de haber analizado el modelo físico mayoritario, es evidente que quedan pocas hojas en las que colocar a otro tipo de mujer. Es bastante reducido el número de páginas en que aparecen mujeres que no corresponden del todo con el canon de belleza que se muestra de manera mayoritaria en las publicaciones, pero aun así, tampoco difieren enormemente; es decir, son normalmente mujeres de raza negra o asiática, pero que responden a los ideales establecidos de ser joven, delgada y bonita, no se muestra una verdadera representación racial o cultural. Por otro lado cabe destacar que aparecen

mayormente en publicidades y fotos muy pequeñas, sólo dos de ellas cuentan con artículos personales y fotos de tamaño medio.

Otro grupo de mujeres olvidadas son las de más de treinta o cuarenta años, sólo se pueden encontrar catorce páginas que hacen referencia a ellas y al igual que en el caso anterior se muestran mayormente en fotos pequeñas o publicidades; sólo cinco de estas mujeres cuentan con un artículo propio, pero aun así no suelen ser grandes o de mucha relevancia dentro de la revista.

Pero sin duda unas de las mayores olvidadas son las mujeres que no están delgadas, que aparecen sólo en dos páginas de las 832 revisadas y cuentan con una foto y un artículo muy pequeños.

No aparecen en ningún momento mujeres con discapacidad, de distintos niveles económicos o con representaciones culturales importantes. Pese a las escasas manifestaciones de diferencia, en general todas responden al estilo de vida marcado y visten acorde con las tendencias del momento.

Hay que añadir que en su mayoría son mujeres muy importantes para el ojo público como son por ejemplo; Rihanna, Meryl Streep o Adele. Mujeres que se han ganado su fama y protagonismo, por lo cual puede que tampoco simbolicen una verdadera representación de lo diferente.

La tabla nº 3 funciona igual que las demás, se recogen los resultados detallados de la aparición de este factor. En el caso del gráfico nº 3 se ve el mínimo espacio dedicado a diferentes estilos de mujer, una manifestación casi tan escasa que se pierde o no se ve entre el grueso de las páginas.

CONCLUSIONES

Después de haber leído variedad de revistas de moda; puedo concluir que todas siguen un canon de belleza fuertemente establecido, el cual representa a mujeres entre los diecisiete y veinticinco años aproximadamente, bastante delgadas y con poca o nula representación racial que pueda llegar a ser realmente significativa; lo mismo que ocurre con mujeres con discapacidades, que en el caso de las revistas estudiadas, no aparecen. Se hace referencia a un modelo femenino que siempre va perfectamente vestido, peinado y maquillado (probablemente retocado de manera artificial ya sea mediante quirófano o retoques tecnológicos en las ediciones de fotos), independientemente de sus profesiones (tampoco representadas de manera considerable) o de las horas que dispongan al día para arreglarse, porque estas mismas publicaciones dan pautas y soluciones “mágicas” para que cualquier mujer pueda ser capaz de conseguirlo. Promocionando además un nivel de vida muy elevado.

Lo que me lleva a pensar que se está vendiendo un estilo de vida altamente capitalista, e irreal. Muy distanciado de lo que pueden vivir o alcanzar las “mujeres reales”, modelos físicos que pueden poner en riesgo la salud al intentar conseguirse. Entonces me pregunto, ¿Nos están enseñando a ser infelices o nos están creando necesidades falsas para que creamos que lo somos?

Dejando a un lado el enfoque claramente capitalista que presentan muchos de estas publicaciones, probablemente uno de los riesgos más grandes que presentan es el peligro físico que conllevan. Con esto quiero hacer referencia a que son muchas las mujeres y hoy en día también hombres, que sufren la presión social por su aspecto físico. Después de entablar conversaciones con amigos/amigas, conocidos/conocidas e incluso rebuscar un poco por internet; es sencillo encontrar muchas personas, mayormente mujeres, que han sufrido o sufren desórdenes alimenticios promovidos por alcanzar la perfección que se muestra en éste tipo de publicaciones. Esto no es algo nuevo, siempre han existido cánones de belleza con sus respectivas exigencias, pero hoy en día las cosas se han vuelto más exigentes en este tema, produciendo que en todas partes del planeta, muchos adolescentes y en menor medida personas mayores acaban con sus vidas por burlas constantes al no alcanzar un aspecto físico que ni siquiera es real o natural en los famosos o en las modelos de referencia. ¿Quién exactamente tiene la facultad suficiente para establecer estas medidas universales?, ¿para decir que prendas o complementos están bien o mal?, y ¿en qué momento le hemos dado tanto poder para decidir algo que realmente influye y condiciona a millones de personas por todo el mundo?

Son rostros invisibles, fantasmas con una voz muy potente que lo controlan todo y parece como si estuviésemos demasiado asustadas para pararles; porque después de todo, nadie sabe quién exactamente establece los parámetros de la belleza universales por las que todas debemos regirnos; es decir, muchas de nosotras prácticamente no conocemos a todos esos diseñadores que marcan los estándares o estilos que se llevan cada temporada, y sin embargo, le seguimos a ciegas sin cuestionarnos porqué esto es así, o porqué alguien que no tiene un rostro concreto tiene tanto poder en mi vida y en la forma en que me siento conmigo misma.

Las revistas nos dicen que somos mujeres modernas, poderosas, libres y perfectas tal y como estamos; en cambio entre sus páginas te encuentras consejos sobre cómo maquillarte, arreglarte adecuadamente para una cita o una salida con amigas, alguna dieta mágica o simplemente nos bombardean con imágenes de modelos con aspectos físicos muy característicos y lejanos para cualquiera que desee estar saludable. ¿Por qué si somos tan perfectas no salen en sus páginas mujeres con “kilos de más”, alguna discapacidad, mayores de treinta años o que supongan representaciones étnicas significativas?, hay que reconocer que son cada vez más frecuentes los artículos que recogen esas características; pero parecen salir como noticias destacables o admirables sobre “mujeres reales”, no como una realidad, se presentan como una anécdota curiosa de superación o admiración; igualmente, pese a toda esta supuesta importancia que tienen, no son ellas quienes lideran las portadas u ocupan las páginas destacadas. Es decir, si todo está tan bien con nosotras ¿por qué siguen vendiéndonos modelos que no se parecen en nada a lo que somos? Es como un doble rasero en el que por un lado nos venden que somos geniales y estamos espectaculares al natural; mientras que por otro lado nos rodean de imágenes de mujeres que son la epitome de la perfección y la belleza, creadas por la misma industria que intenta vendernos sus productos.

Nos orientan sobre que tendencias o claves mágicas seguir, que tipos de maquillaje y alimentos comprar, para supuestamente ser mejores y estar ideales; haciendo que todas acabemos luciendo iguales, encajadas a veces a la fuerza en el mismo molde y sin explorar o sacar a relucir la creatividad e individualidad. Como si aceptarnos a nosotras y nuestros propios gustos estuviese mal, o no fuese suficiente. En muchas ocasiones, aunque no queramos seguir todos estos consejos y tendencias, nos vemos obligadas a hacerlo, porque en todas las tiendas de ropa venden los productos que adornan las revistas, resulta complicado no seguir las modas cuando es lo único que se puede encontrar al ir a comprar. Nos venden lo que debemos llevar, como llevarlo y prácticamente nos obligan a hacernos con ello si necesitamos vestirnos.

Para finalizar este Proyecto, me ha parecido importante comparar el contenido de este material con las publicaciones trabajadas anteriormente. La autora de este impreso es Pilar Primo de Rivera; hija de Miguel Primo de Rivera. Ella era una persona con mucha influencia y poder, miembro activo de la Falange y líder de su Sección Femenina; que entre otras cosas se encargaban de dar clases y adoctrinar a las mujeres en labores consideradas femeninas, poco importaba si sabían o no leer, no interesaba una educación real y productiva. Con lo que he visto en el análisis de las publicaciones actuales, resulta evidente que guarda una estrecha relación con el tema. Si bien, hoy en día nos resulta casi escandaloso debido al contenido que tiene y al tipo de mujer que se esperaba en la España del 53.





1
Ten lista la cena

Planea con tiempo una deliciosa cena para su llegada.

Esta es una forma de dejarle saber que has estado pensando en él y que te preocupan sus necesidades. La mayoría de los hombres están hambrientos cuando llegan a casa.

Prepara su plato favorito



2
¡Luce hermosa!

Descansa 5 minutos antes de su llegada para que te encuentre fresca y reluciente.

Retoca tu maquillaje, ponte un listón en el cabello y luce lo mejor posible para él. Recuerda que ha tenido un día duro y sólo ha tratado con compañeros de trabajo.



3 Se dulce e interesante

Su aburrido día de trabajo quizá necesite mejorar. Tú debes hacer todo lo posible por hacerlo.

Una de tus obligaciones es distraerlo.



Arregla tu casa

Debe lucir impecable

Haz una última ronda por las principales áreas de la casa, justo antes de que tu marido llegue. Levanta libros de escuela, juguetes, etc. Y limpia con un plumero las mesas.



5 Hazlo sentir en el paraíso

Durante los meses más fríos del año debes preparar la chimenea antes de su llegada. Tu marido sentirá que ha llegado a un paraíso de descanso y orden, esto te levantará el ánimo a ti también.

Después de todo, **cuidar de su comodidad te brindará una enorme satisfacción personal.**



6 Prepara a los niños

Cepíllales el cabello, lava sus manos y cámbiales la ropa en caso de ser necesario. **Son sus pequeños tesoros y él los querrá ver relucientes.**

tómate unos minutos para arreglar a los niños



7 Minimiza el ruido

A la hora de su llegada apaga lavadora, secadora y aspiradora e intenta que los niños estén callados.

Piensa en todo el ruido que él ha tenido que soportar durante su pesado día de oficina.



8 Procura verte feliz

Regálale una gran sonrisa y muestra sinceridad en tu deseo de complacerlo.

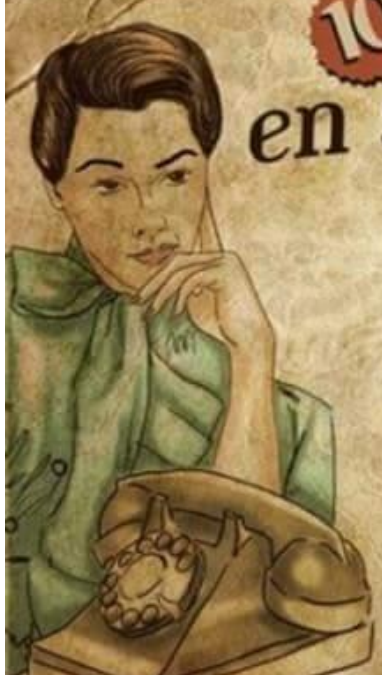
Tu felicidad es la recompensa por su esfuerzo diario.



9 Escúchalo

Puede que tengas una docena de cosas importantes que decirle, pero a su llegada no es el mejor momento para hablarlas.

Déjalo hablar antes, recuerda que sus temas son más importantes que los tuyos.



10 Ponte en sus zapatos

No te quejes si llega tarde, si va a divertirse sin ti o si no llega en toda la noche. Trata de entender su mundo de compromisos.

Trata de entender su mundo de presión y compromisos, y su verdadera necesidad de estar relajado en casa.





Hoy en día podemos ver esta publicación con humor, nos puede parecer rotundamente sexista y en cierto punto hasta inmoral; pero si nos fijamos atentamente en ella podremos darnos cuenta de que las cosas realmente no han cambiado mucho en lo que se refiere a las revistas femeninas. Casi todos los aspectos recogidos en este impreso, siguen apareciendo hoy en las revistas de moda pero de manera mucho más sutil.

El modelo físico mayoritario sigue estando bastante marcado y representado por mujeres, delgadas, jóvenes y atractivas. Podemos ver que pese a estar realizando labores del hogar están debidamente peinadas, maquilladas y vestidas; incluso se aconseja arreglarse adecuadamente para contentar al marido. Es evidente que hoy en día no harían algo tan represor como decir específicamente que una mujer debe arreglarse para contentar a su marido, pero si se dejan ver consejos para “estar ideal para tu cita” y claves para estar siempre preciosa, buscando principalmente estar atractivas en todo momento.

Aquí aparece que debe cocinar la comida favorita de marido para tenerle contento, hoy en día se pueden encontrar recetas y consejos de cocina, por ejemplo, “Cocina a tu chico para ese día tan especial” o “Sorpréndele en su cumpleaños con su plato favorito”. Y tampoco se

hace referencia a diferentes roles sociales más allá del de ama de casa y madre, al igual que hoy en día que el rol social mayoritario parece ser el de “mujer florero”.

En definitiva y al analizarlo más allá de lo escandaloso que nos resulta hoy por hoy este artículo, profundizando realmente en el trasfondo que se nos presenta y uniéndolo a lo que nos muestran las revistas de moda; podemos ver claramente, como muy poco de todo esto ha cambiado, simplemente nos lo venden de una forma más discreta y menos evidente, tanto así que casi pasa desapercibido.

Si bien es cierto que la sociedad ha progresado mucho respecto a la igualdad, también es verdad que quedan muchas cosas por pulir y mejorar; y una de las tantas es la objetivación de la mujer o la búsqueda de su perfección olvidando o ignorando la cultura. Porque al igual que ocurre en este impreso de 1953, no se hace referencia, o se le presta muy poca atención al estudio y la búsqueda de una profesión propia más allá de la imagen física y la moda.

BIBLIOGRAFÍA

Anderson S, B. y Zinsser P, J. (2009). *Historia de las Mujeres. Una historia propia*. Barcelona: Crítica, S.L.

Bel Bravo, M. (1998). *La mujer en la historia*. Madrid: Ediciones Encuentro

Cardozo Salazar, J. *Otras educaciones (Educación Informal)*. Recuperado de: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-127849_archivo_pdf_Informal_1.unknown

Choderlos de Laclos, P. (2010). *La educación de las mujeres y otros ensayos*. Madrid: Siglo XXI de España

Cosmopolitan, junio 2016, Nº 309, España

Cuadrado Esclapez, T. (2008). (pp. 10) *La enseñanza que no se ve, Educación Informal en el siglo XXI*. Madrid: Narcea, S.A.

Elejabeitia Tavera, C. y López Sáez, M. (2003). *Trayectorias personales y profesionales de mujeres con estudios tradicionalmente masculinos*. Madrid: Instituto de la mujer

Glamour, junio 2016, Nº 164, España

González Pérez, T. (2007). *Mujeres, historia y educación*. Las Palmas de Gran Canaria: Anroart Ediciones, S.L

InStyle, junio 2016, Nº 142, España

Jimenez Fernandez, C. y Perez Serrano, G. (Coords.) (2008). *Educación y género. El conocimiento invisible*. Madrid/Valencia: UNED/Tirant lo Blanch

Nash, M. y Marre, D. (2001). *Multiculturalismos y género. Un estudio interdisciplinar*. Barcelona: Edicions Bellaterra, S.L.

Rousseau, J. (2010). *Emilio, o De la educación*. Madrid: Alianza Editorial, S.A.

Vogue, junio 2016, Nº 339, España