

Grupo de Investigación Historia de las Ideas de América Latina
Facultad de Humanidades y Educación, Universidad de Los Andes

Aproximación al estudio de la mujer venezolana

a través de la publicidad impresa en periódicos y revistas (1945 - 1948)

Autora: Leyda M. Monsalve N.
Tutor: Miguel Ángel Rodríguez

Colección Memorias de Grado del Grupo de Investigación "Historia de las Ideas de América Latina"
Fotografía venezolana: más allá de una mirada casual a la realidad.

Primera edición 2009

© Universidad de Los Andes

Grupo de Investigación "Historia de las Ideas de América Latina", Facultad de Humanidades y Educación

© Adania Quintero

Concepto de colección

Marisol García y Natalia Merchán

Corrección de estilo

Marisol García

Editora

Marisol García (San Cristóbal)

Diagramación

Natalia Merchán

HECHO EL DEPÓSITO DE LEY:

Depósito legal: Ifx2372010300262

ISBN: 978-980-11-1299-0

Derechos reservados

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra sin la autorización escrita del autor y el editor

Los trabajos publicados en la Colección Memorias de Grado han sido rigurosamente arbitrados por especialistas de la Universidad de Los Andes, y su selección obedece a que han obtenido la mención publicación.

Hecho en Venezuela

Made in Venezuela



Aproximación al estudio de la mujer venezolana

a través de la publicidad impresa
en periódicos y revistas (1945 - 1948)

(Memoria de Grado presentada para optar al título de Licenciada en Historia)

Colección Memorias de Grado del Grupo de Investigación
"Historia de las Ideas de América Latina"



Aproximación al estudio de la mujer venezolana

a través de la publicidad impresa
en periódicos y revistas (1945 - 1948)

Autora: Leyda M. Monsalve N.

Tutora: Miguel Ángel Rodríguez

Jurado: Luis Alejandro Caraballo

Luz Pargas

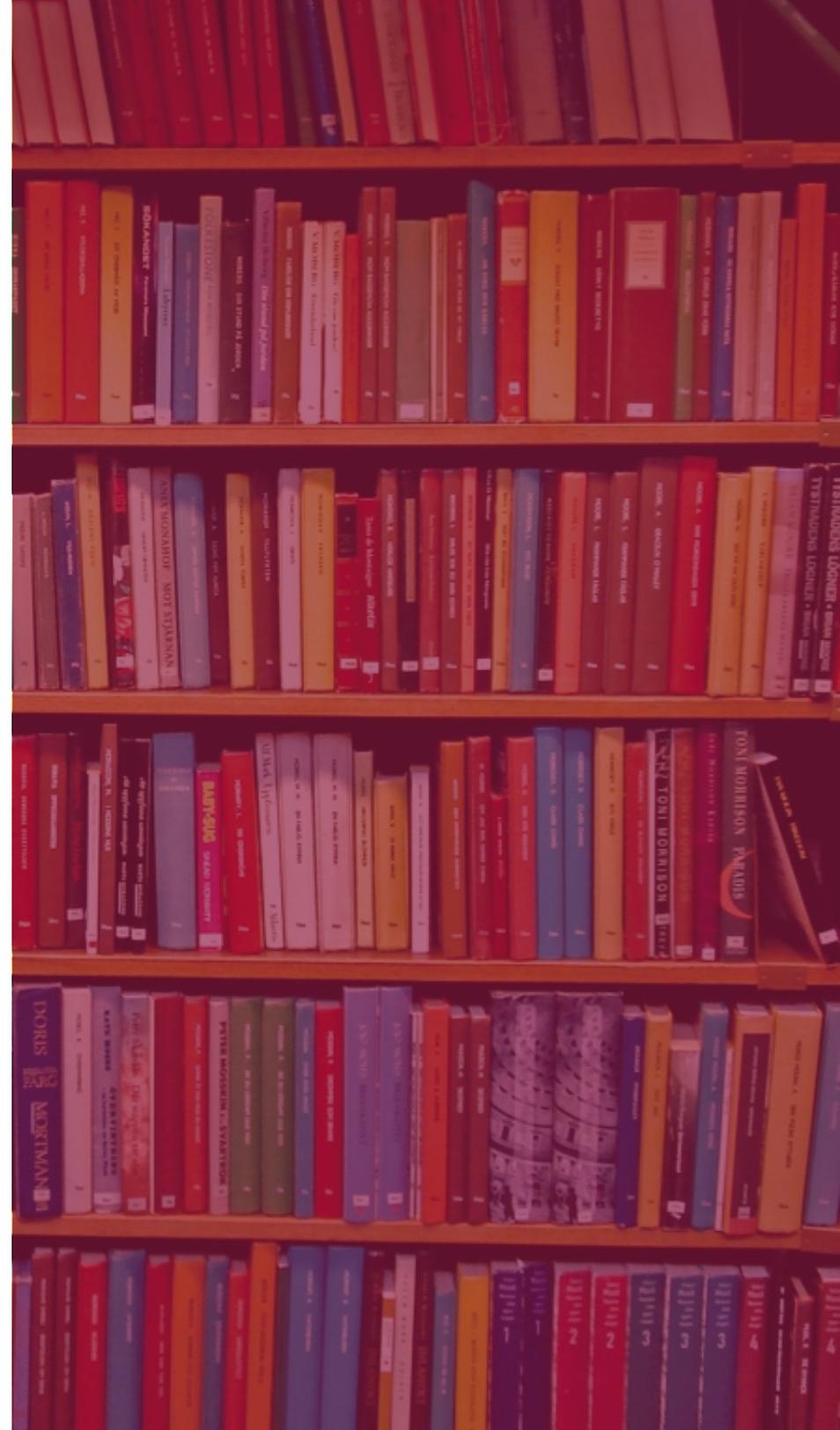
Miguel Ángel Rodríguez

julio 2002



UNIVERSIDAD
DE LOS ANDES

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE HISTORIA



ÍNDICE

	Pág.	
INTRODUCCIÓN.....	1	
CAPÍTULO I		
CONSIDERACIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS.....		4
1.- Interrogantes.....	4	
2.- Metodología.....	5	
A.- Arqueo de Fuentes.....	5	
B.- Recopilación de la Información.....	6	
C.- Clasificación de la Información.....	7	
D.- Análisis de los Datos.....	7	
3.- Limitaciones.....	7	
4.- Acerca de la Organización y Presentación de esta Investigación.....	8	
A.- Organización.....	8	
B.- Presentación.....	8	
5.- Algunas Consideraciones sobre la Publicidad como Fuente para el Análisis Histórico del Período 1945-1948.....	9	
CAPÍTULO II		
LA MUJER EN VENEZUELA DURANTE EL PERÍODO DE LA JUNTA REVOLUCIONARIA DE GOBIERNO (1945-1948).....		15
1.- La Mujer entre la Vida Pública y la Vida Privada.....	15	
2.- Significación Estadística de la Mujer en la Sociedad Venezolana.....	18	
3.- Principales Acontecimientos Políticos del Período.....	23	
4.- Participación Política de la Mujer.....	30	
CAPÍTULO III		
IMAGEN PUBLICITARIA DE LA MUJER.....		36
1.- La Mujer Venezolana entre los Estereotipos "Conservador" y "Moderno" de la Publicidad.....	36	
2.- Prensa Laica.....	37	
3.- Prensa Católica.....	42	



4.- Revistas.....	45
CONCLUSIONES.....	51
BIBLIOHEMEROGRAFÍA.....	56

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1

Población urbana, sub-urbana y rural de Venezuela en 1941.....	18
--	----

CUADRO N° 2

Población urbana y rural en 1950.....	19
---------------------------------------	----

CUADRO N° 3

Incremento por Estados de la población venezolana en los censos de 1941 y 1950 (VER EN ANEXOS).....	58
---	----

CUADRO N° 4

Población estimada de los años 1942-1952 (VER EN ANEXOS).....	59
---	----

CUADRO N° 5

Resultados porcentuales de analfabetismo en la República en 1941.....	21
---	----

CUADRO N° 6

Cifras relativas de la población total clasificada por grupos de edad, alfabetismo y analfabetismo. Censo de 1950.....	21
--	----

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

(Los títulos de las ilustraciones son sugeridos por nosotros para dar una idea acerca de su contenido general)

Mafalda-Mamá.....	1	Mafalda y Susanita.....	36
Mafalda-Felipe.....	4	Jabón de Reuter. El Nacional. Febrero 14, 1945....	38
Mafalda y la mujer en el tiempo.....	8	Productos de belleza. El Nacional. Febrero 7, 1945.....	38
Mafalda-Mamá-Susanita.....	9	“Una Virgen Moderna” (Espectáculo). El Nacional. Mayo 11, 1946.....	41
El Cigarrillo de Postguerra. El Nacional. Mayo 21, 1946.....	10	“De Ayer a Hoy” (Espectáculo). El Nacional. Mayo 24, 1946.....	42
Malaria-Paludismo. El Universal. Julio 31, 1946....	12	Lactógeno. El Nacional. Enero 17, 1945	51
Laxol. El Nacional. Febrero 7, 1945.....	12	Mafalda, Felipe y Susanita	
Levadura. El Nacional. Febrero 23, 1945.....	13		
ENO. El Nacional. Mayo 31, 1946.....	13		
Mafalda-Mujer presidente.....	15		
Presencia civil. 18 de octubre. El Nacional. Historia de Venezuela Fascículo 20. Fundación Polar.....	26		
Decreto-ley 321. El Nacional. Historia de Venezuela. Fascículo 20 Fundación Polar.....	27		
Voto femenino. El Nacional. Historia de Venezuela Fascículo 20.Fundación Polar.....	29		



APROXIMACIÓN AL ESTUDIO DE LA IMAGEN DE LA MUJER VENEZOLANA A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD IMPRESA EN PERIÓDICOS Y REVISTAS (1945-1948)

RESUMEN

Hace varias décadas, las investigaciones sobre género han provocado grandes repercusiones en el ámbito académico, principalmente en países europeos como Inglaterra, España, Italia y Francia; así como en el “Nuevo Mundo”, Estados Unidos y, más recientemente, Latinoamérica por las polémicas generadas. Puede que el origen de dichas controversias se deba al hecho de que la Historia de la mujer se ha venido relacionando con otros temas alejados de la vida privada, como la política, la literatura, la filosofía... haciendo posible, de este modo, el surgimiento de nuevos tópicos de investigación: trabajo, desarrollo, sexualidad, etnicidad, entre otros. Es evidente que la Historia de las Mujeres ha provocado un cambio de paradigma sobre la historia misma, pues es necesario que exista una nueva forma de ver y escribir la historia, esa historia no contada, casi invisible, sobre las mujeres como actores sociales, no sólo en la vida privada, sino también en la vida pública, en donde tradicionalmente no tenían derecho a figurar. La presente investigación intentará explicar cómo la prensa laica y católica, las revistas de la época y la publicidad que en ellas se hacía, estereotipaban la imagen femenina en una de las épocas de nuestra historia contemporánea en la que, según señala la historiografía, mayores cambios se produjeron, algunos de los cuales estarían referidos a la mujer, se período es el de la Junta Revolucionaria de Gobierno (1945-1948).

Palabras clave: Estereotipos de mujeres, publicidad impresa, Junta Revolucionaria de Gobierno, Venezuela.

AN APPROACH TO THE STUDY OF THE IMAGE OF VENEZUELAN WOMEN IN NEWSPAPER AND MAGAZINE ADVERTISING (1945-1948)

ABSTRACT

Several decades ago, research on gender has had much effect on the academic world, especially in European countries like Britain, Spain, Italy, and France, as well as in the “New World”—the United States and more recently Latin America with all the controversy generated. Such controversy may have its origins in the fact that women’s history has been traditionally related to themes other than private life, such as politics, literature, or philosophy, but then new research subjects emerged: work, development, sexuality, ethnicity, among others. It is evident that women’s history has changed the paradigm of history itself, since it is necessary a new way to see and write history: the history that is not told, that is almost invisible—that of women as social actors, not just in private life but also in public areas in which they traditionally did not have the right to participate. This study intends to explain how advertising in the laic and catholic printed media of those times stereotyped the feminine image. This happened precisely during the Revolutionary Junta (1945-1948), one of the stages of contemporary history in which, according to historiography, major changes took place and some of these were related to women.

Keywords: Stereotypes of women, printed media advertising, Revolutionary Junta, Venezuela.

INTRODUCCIÓN



Una preocupación que, sobre la mujer, nos ha asaltado, es la de desentrañar el papel que, en nuestra Historia, ha tenido la mujer venezolana. Para ello centramos la investigación en la forma como la prensa laica y católica, las revistas de la época y la publicidad que en ellas se hacía, estereotipaban la imagen femenina en una de las épocas de nuestra historia contemporánea en la que, según señala la historiografía, mayores cambios se produjeron, algunos de los cuales estarían referidos a la mujer. Ese período es el de la Junta Revolucionaria de Gobierno (1945-1948).

Al triunfar el movimiento del 18 de octubre de 1945, el gobierno de Isaías Medina Angarita fue sustituido por una llamada "Junta Revolucionaria de Gobierno". Desde un principio dicha Junta anunció que se proponía dos objetivos: Establecer una institucionalidad democrática surgida del voto universal, directo y secreto, además moralizar la administración pública. Lo primero se pondría en práctica convocando a elecciones para la Asamblea Nacional Constituyente

con un estatuto electoral, en el cual se consagraba el voto de los jóvenes a partir de los 18 años de edad, el *voto de las mujeres*, la masa campesina y el voto de los analfabetas.

El hecho de que se le haya permitido votar al componente femenino del país fue, sin duda, un logro muy importante para la mujer venezolana. Esto fue uno de los factores más importantes en este proceso de reconocimiento social, convirtiéndose, las mujeres, en miembros, cada vez más dinámicos y emprendedores, de la sociedad venezolana...

En Venezuela, precisamente para los años 1945-1948, la incorporación de la mujer en asuntos que no estaban relacionados con el hogar, todavía no estaba totalmente aceptado. Los hombres de entonces eran considerados por la sociedad en general, como los únicos preparados para encargarse de todo lo referente a la vida pública y no se creía conveniente que las mujeres se involucrasen en ello, pues para ese momento se creía que ellas estaban preparadas sólo para lo relacionado con el ámbito doméstico.

Esto no quiere decir que se desmereciera el trabajo de la mujer, todo lo contrario, el lugar que ellas ocupaban, en la sociedad era muy importante, pero en ese período no era relevante este tipo de trabajo, sino que reflejaban todo lo relacionado a la vida pública, principalmente, la política. Las mujeres, en consecuencia, se sintieron relegadas y comenzaron

a sentir la necesidad de ocuparse de otros oficios diferentes a los tradicionales, ya que su trabajo como pilar fundamental de la familia, aunque era una labor elemental, no se reconocía públicamente, y es precisamente eso lo que ellas deseaban: *Reconocimiento público*.

Dicho sentimiento femenino, al principio y por un período considerable de tiempo, generó mucho descontento. La sociedad se resistía a este nuevo cambio en la conducta de la mujer venezolana. Cabe mencionar que tal resistencia no fue sólo masculina, sino también de una buena parte de las mujeres que no podían imaginarse en los trabajos “propios de los hombres” y que no se veían en otros quehaceres que no fueran los de su hogar.

En cuanto al plano político, la querrela se dio de forma mucho más confusa, se daba por supuesto que era el hombre el que se encargaba de la política y de todo lo que la vida pública abarcara.

Para Rómulo Betancourt, uno de los líderes de la Junta Revolucionaria de Gobierno, la revolución era mucho más importante, pues con ésta podrían deshacerse del General Juan Vicente Gómez, quien gobernaba al país bajo un régimen dictatorial, que las reivindicaciones de las mujeres. Cuando muere el General Juan Vicente, las cosas no cambian; para los conservadores el problema no ameritaba discusión: la

mujer debía permanecer en el hogar¹.

El tiempo que transcurre entre 1935 (año en el que muere Juan Vicente Gómez) y 1947, momento en el que se aprueba el voto universal, directo y secreto, estuvo determinado, por una parte de la sociedad, como la insistencia por el voto femenino y por el voto universal, así como también la elaboración de una nueva Constitución. Cuando finalmente estas determinaciones son aprobadas y las mujeres pueden votar, la parte de la población femenina que anhelaba el derecho al voto, lo asumió como un logro inicial.

Ahora bien, esta investigación no se basa, únicamente, en el papel desempeñado por la mujer durante el período de la Junta Revolucionaria de Gobierno, sino en cómo la mujer es vista a través de la publicidad que encontramos en la prensa y las revistas de esta época y, sobre todo, cómo por medio de las propagandas nos proponemos hacer un análisis histórico al respecto.

En el **Capítulo 1** hallaremos, en primer lugar, los objetivos y la metodología que utilizamos en la elaboración del trabajo. Comentaremos sobre las limitaciones, la organización y presentación del mismo, así como también daremos algunas consideraciones sobre la publicidad como fuente para el análisis histórico del período 1945-1948. En este último punto se explica cómo podemos hacer de la publicidad una fuente histórica.

¹ Quintero, Inés. *Madres y ciudadanas. La lucha por el sufragio femenino en Venezuela*. Trabajo mimeografiado.

El **Capítulo 2** intenta explicar cómo fue el rol desempeñado por la mujer en Venezuela durante el período de la Junta Revolucionaria de Gobierno. Para ello haremos un análisis sobre la mujer referente a la vida pública y la vida privada. Aquí encontraremos datos de población para conocer la significación estadística de la mujer en la sociedad venezolana. Así mismo, nombraremos los principales acontecimientos políticos del período y, por último, trataremos el tema de la participación política de la mujer.

El **último capítulo** del trabajo está referido al tema principal de la investigación: Imagen Publicitaria de la Mujer.

Es increíble la cantidad de información que hallamos en los diarios y en las revistas. Cuando comenzó nuestra investigación sabíamos que era posible hacer un trabajo basados en estas fuentes hemerográficas, sin embargo, encontramos más de lo que esperábamos y el trabajo –como decimos habitualmente- *fue saliendo solo*, cada día la publicidad nos daba nuevos elementos que complementaban la investigación.

CONSIDERACIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS



1.- INTERROGANTES

Nos proponemos elaborar un estudio particular y preciso sobre la imagen de la mujer venezolana en la publicidad de la prensa y las revistas, en el período correspondiente a la Junta Revolucionaria de Gobierno (1945-1948). Igualmente buscamos analizar el proceso histórico correspondiente a esos años, desde la perspectiva de la participación femenina en él, para lo cual se plantearán varias interrogantes:

- ✘ ¿Hubo mujeres que participaron en este proceso histórico?
- ✘ ¿Qué mujeres alcanzaron renombre en él por su participación?
- ✘ ¿Por qué motivo estuvieron relacionadas con el proceso?
- ✘ ¿Qué hicieron?
- ✘ ¿Cómo participaron?
- ✘ ¿Qué intereses tenían?

- ✘ ¿Triunfaron, o no en alcanzar las metas que se propusieron al participar en el proceso correspondiente a 1945-1948?
- ✘ ¿Vieron satisfechas sus aspiraciones?
- ✘ ¿Refleja la prensa de la época la presencia de la mujer en los hechos ocurridos de 1945 a 1948?
- ✘ ¿Logra la publicidad de la prensa y revistas de la época reflejar ese momento histórico de la mujer?
- ✘ ¿Es posible observar el proceso de modernización del país y el papel que en él le correspondió a la mujer, a través de la publicidad de la prensa y revistas correspondiente al período de la Junta Revolucionaria de Gobierno?
- ✘ ¿Se pueden detectar, en esa publicidad, estereotipos acerca de la mujer en general y de la venezolana en particular?

Asimismo, procuramos investigar las diferencias y/o semejanzas entre la prensa laica y la prensa católica, con respecto al tratamiento de la mujer, en la publicidad.

2.- METODOLOGÍA

Para la presente investigación se ha tomado en cuenta los procedimientos propios del Método Histórico:

A.- ARQUEO DE FUENTES:

Se realizó un inventario de los centros documentales siguientes:

- ✘ Biblioteca Nacional - Biblioteca "Tulio Febres Cordero"
- ✘ Biblioteca Central de la Universidad de Los Andes: "Tulio Febres Cordero"
- ✘ Hemeroteca del Edificio Administrativo de la Universidad de Los Andes
- ✘ Biblioteca "Gonzalo Rincón Gutiérrez" de la Facultad de Humanidades y Educación
- ✘ Hemeroteca "Carlos Emilio Muñoz Orúa" de la Facultad de Humanidades y Educación
- ✘ Biblioteca "Simón Bolívar"

También se revisaron algunas de las compilaciones bibliohemerográficas que han sido publicadas, tales como:

- ✘ Academia Nacional de la Historia. Discursos de Incorporación (1940-1958)
- ✘ Diccionario de Historia de Venezuela, editado por la Fundación Polar, fundamentalmente fue empleado como fuente de permanente consulta.

- ✘ Pensamiento Político Venezolano del Siglo XX. Documentos para su Estudio, editada por el Congreso de la República como conmemoración del Bicentenario del Libertador Simón Bolívar. Se revisó principalmente la documentación correspondiente al Gobierno y la época de la Junta Revolucionaria.
- ✘ Venezuela siglo XX. Visiones y Testimonios, editado por la Fundación Polar.

Se revisó la prensa tanto nacional como regional disponible, en el estado Mérida, de los años elegidos para su estudio (1945-1948):

- ✘ Diario Católico del Táchira
- ✘ La Esfera
- ✘ Fantoques
- ✘ El Heraldo
- ✘ El Morrocoy Azul
- ✘ El Nacional
- ✘ El País
- ✘ Rebeldía
- ✘ La Religión
- ✘ La Revolución
- ✘ El Revolucionario
- ✘ El Universal
- ✘ El Vigilante

Y las siguientes colecciones (aunque se hallaran incompletas) de revistas:

- ✘ Amanecer (San Cristóbal), 1945-1947
- ✘ Élite (Caracas) 1945, 1948
- ✘ El Faro (Caracas) 1945
- ✘ El Farol (Caracas) 1946-1948
- ✘ Iris (Caracas) 1945-1948

B.- *RECOPILACIÓN DE LA INFORMACIÓN*

Para el proceso de recopilación de la información nos dirigimos a los centros de información, principalmente, hemerográfica, disponibles en la ciudad de Mérida, estando allí enfocamos nuestra atención en la publicidad de los diarios y revistas correspondientes a los años 1945-1948. Haciendo, en un principio, un arqueo general de las fuentes para luego elegir, de las mismas, las correspondientes al tema de la mujer y, también, a aquella publicidad que nos daban otros elementos importantes que nos ubicaban en los acontecimientos que ocurrieron en ese período, al igual que cualquier otro factor que nos informara sobre las características de la sociedad en aquel entonces, toda esta información fue recopilada en fichas para después hacer la clasificación respectiva sobre la información.

C.- CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Luego de tener a mano toda la información necesaria, nos dedicamos a clasificarla de la siguiente manera:

En primer lugar, tratamos de demostrar que sí es posible que la publicidad sirva como Fuente del Análisis Histórico. Así que toda la información referente a la publicidad fue uno de los primeros en ubicarse.

Luego tratamos de centrar toda la información referente a la Junta Revolucionaria de Gobierno para averiguar, en este punto, cómo y de qué manera fue la participación de la mujer en este proceso histórico.

Por último, dejamos toda la información referente a la imagen de la mujer. En este punto quisimos conocer la forma en que estereotiparon la imagen femenina en la publicidad de la prensa y de las revistas en el período de la Junta Revolucionaria de Gobierno.

D.- ANÁLISIS DE LOS DATOS

Una vez hecha la clasificación de la información comenzó el proceso de análisis, para ello no tuvimos mayores dificultades, las evidencias halladas en las propagandas *hablaban* por sí solas. Se observaron características propias de la época, supimos a través de ellas cómo y de qué manera se desenvolvía la sociedad de ese período, tales como: las enfermedades más comunes, la importancia que le daban a la educación, entre otros...

La publicidad elegida para nuestro trabajo fue observada con detenimiento, tratando de develar cualquier elemento que era promocionado de manera indirecta: nueva ideología, costumbres, modas, etcétera.

3.- LIMITACIONES:

Nos topamos con algunas limitaciones al momento de la búsqueda de la información. Una de las cuales fue la falta de continuidad en muchos de los periódicos y revistas de la época elegida. De *La Rebeldía* (Caracas) de 1947, por ejemplo, apenas encontramos dos ejemplares de un único año; *La Revolución* (Caracas) encontramos pocos del año 1946; *La Voz del Zulia* no escapó de esta limitación. De *La Religión* de Caracas, sólo se hallaron ejemplares a partir del mes de mayo hasta septiembre de 1945, luego "da un salto" hasta junio de 1948. Con las revistas tuvimos el mismo problema. Esto hizo difícil el trabajo de comparación de los datos.

Otra limitación con la cual tuvimos que lidiar fue la falta de material correspondiente al tema de la mujer, específicamente sobre la vida cotidiana de la mujer venezolana, es muy difícil encontrar textos que no estén referidos únicamente al plano político.

No se trabajó sistemática ni continuamente la prensa; sino que se procuró tomar sólo lo relacionado con la publicidad.

4.-ACERCA DE LA ORGANIZACIÓN Y PRESENTACIÓN DE ESTA INVESTIGACIÓN

A.- ORGANIZACIÓN:

La investigación está conformada en tres capítulos:

- ✕ Consideraciones Teórico-Methodológicas
- ✕ La Mujer en Venezuela durante el Período de la Junta Revolucionaria de Gobierno
- ✕ Imagen Publicitaria de la Mujer

B.- PRESENTACIÓN:

Podemos preguntarnos: ¿Por qué elegimos la historieta de *Mafalda* en particular para ilustrar, a manera de epígrafe los inicios de cada capítulo? Lo hicimos porque consideramos que este personaje, en cierta manera, es el reflejo de la sociedad urbana latinoamericana en busca de consolidación. Además, porque la imagen, en las historietas, que sobre la mujer aparece, es muy parecida a la hallada en la publicidad de la prensa y revistas venezolanas del período de la Junta Revolucionaria de Gobierno.

Además, en nuestro criterio, en América Latina, muchos de los procesos históricos, sociales, políticos, culturales, ideológicos y económicos, se han dado de manera semejante y en años relativamente cercanos, lo

cual es posible percibirlo en las diversas situaciones que se describen, con respecto a Argentina (la tierra natal del autor de la caricatura, Joaquín Salvador Lavado o "Quino") que aluden, también, al nuestro que, en el siglo XX, vivió un proceso de crecimiento de la vida urbana y la sociedad pasó por circunstancias semejantes, en relación con diversos tópicos: los referentes a la mujer (que fueron los que seleccionamos) y su conquista paulatina de participación social en la sociedad, para efectos de nuestro trabajo. Históricamente la mujer ha sido concebida de la misma manera, tal como se ve reflejada en muchas de las historietas de *Mafalda*, y en lugares geográficos diferentes, a modo de ejemplo tenemos la siguiente historieta:



Por otra parte: cuando leemos alguna historieta de *Mafalda* no nos sentimos ajenos a ella o la ubicamos en otra época, sino todo lo contrario, nos parece que describe acontecimientos propios de nuestro país e incluso de la actualidad, principalmente, en lo relacionado a la política.

Las historietas elegidas están acopladas a la investigación, si alguien que nunca hubiera leído una historieta de *Mafalda*, las leyera en nuestro trabajo,

seguramente pensaría que es un personaje hallado en un periódico del período que escogimos para la investigación (1945-1948).

Por último, reiteramos que, a pesar de que esta investigación se centra en los años cuarenta de Venezuela, y *Mafalda* corresponde a los años sesenta y a Argentina, las características sociales, políticas y económicas son similares, asimismo, el “estereotipo” de la mujer, en rasgos generales, también es muy similar, como es posible observarlo en la que insertamos de inmediato:



5.- ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA PUBLICIDAD COMO FUENTE PARA EL ANÁLISIS HISTÓRICO DEL PERÍODO 1945-1948

En nuestra vida diaria estamos acostumbrados a ver publicidad en todas partes y de diferentes maneras. En nuestro hogar, cuando nos sentamos a descansar y encendemos el televisor, así como en pancartas que encontramos en las calles, volantes, revistas, periódicos, entre otros. Estas tienen por finalidad promocionar algo.

Sabemos que existen muchas definiciones sobre la publicidad, para dar una idea de lo que puede ser su significado, para efectos de este trabajo, diremos que Philip Kotler, define la publicidad como *cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado*.

La publicidad, precisa este autor, es *una herramienta de comercialización de la iniciativa privada porque es una forma costo-eficiencia para difundir mensajes ya sea para crear preferencias de marca o para motivar a los consumidores que consuman*.²

Puede que esto en vez de aclarar, nos confunda, además el autor sólo menciona la publicidad *que se paga*, obviando las propagandas promocionadas por el Gobierno con fines informativos o educativos.

Daremos, entonces, otra explicación con respecto a la publicidad:

La publicidad se ha convertido en un poderoso medio de transmisión de imágenes; tiene la capacidad de crear y recrear los deseos y expectativas de las personas, genera su mercado potencial.³

² Kotler, Philip. *Dirección de la Mercadotecnia*. México, Prentice Hall, 1993 (9a. edic.) Pág. 667.

³ Quispe Lázaro, Arturo. *Estereotipos Masculinos en la Publicidad* arturo@net.telematic.com.pe

Las personas encargadas de hacer los anuncios publicitarios deben “vender” el producto, para ello se esmeran en hacer que la propaganda, en la cual están trabajando, sea lo más llamativa posible, hacer que sea “atractiva” tanto para el que ya está interesado en el producto como, especialmente, para el que no lo está aún, obteniendo así cada vez más compradores. Para ello, se valen de diferentes imágenes, que varían según lo promocionado. Utilizan imágenes de hombres, mujeres, niños, objetos, paisajes, animales,...

Según señala Puñuel, la publicidad, hoy en día, no crea tanto una imagen de los productos (“Para qué sirven”, “Por qué sirven”, etcétera.) sino más bien la imagen de los consumidores de los productos anunciados (“quiénes lo usan”, “quiénes pueden usarlos”, etcétera.).⁴

Si Puñuel tiene razón (y si, como ahora, en los años 1945-1948 se trabajaba con esa misma táctica), entonces podemos estar seguros de que a través de la publicidad encontraremos lo que buscamos: saber cómo era la mujer de ese período.

Con respecto a lo antes expuesto diremos que en la prensa venezolana hemos hallado mucha variedad, en lo que a publicidad se refiere, se ha encontrado propaganda de: cosméticos, medicinas, jabones,

⁴ Puñuel, José Luis. La imagen del consumidor en la publicidad En: DIA-LOGOS de la comunicación, N° 27, Lima, FELAFACS, julio de 1990. Pág.6

desinfectantes, tiendas, tintorerías, lavanderías, zapaterías, kerosén, desodorante, toallas sanitarias, broches para el cabello, brochas de pintar, hojillas y cremas de afeitar, joyerías, farmacias, alimentos, carros de varios tipos, cigarrillos, equipos eléctricos, entre otros. También se publica la venta y compra de propiedades, prestamos, hipotecas, valores y empeños, avisos oficiales, servicio doméstico se ofrece o se busca, notas de duelo, alquileres,...

Vemos, además, que en varios de estos anuncios aparecen palabras que nos dan señales de lo que está ocurriendo en esa época: “Solamente los ingenieros de Zenith conocen el secreto de este estupendo desarrollo en la radio de la post-guerra”⁵.

Observamos en esta propaganda dos palabras clave, que nos ubican en un momento determinado:



El Nacional. Mayo 21, 1946. Pág 1.

⁵ El Heraldo. (Caracas). Mayo 12, 1945. Pág. 4.

Desarrollo y **Post guerra**, situándonos inmediatamente en el momento histórico y además nos señala lo que para ellos sería el desarrollo (novedosos artefactos eléctricos).

Así como este ejemplo, hemos hallado muchos otros:

“Aurora de Paz. Ondeando **triunfadoras**, las banderas de las **Naciones Unidas** se alzan hacia la aurora de **paz** que se vislumbra en el horizonte...

Pronto los soldados regresan del frente y con ellos CHESTERFIELD”¹ (una marca de cigarrillos que se anuncia, expresamente, como “El Cigarrillo de Post Guerra”, tal como aparece en la reproducción que incluimos aquí).

Enfocando nuestra atención en la imagen femenina tenemos, por ejemplo:

- ✕ Medicinas: Elixir “para aliviar la agonía de esos días difíciles”, sal de fruta, purgantes, productos vitamínicos, píldoras para dolores y resfriados, jarabes para la tos, ungüentos para irritaciones y asperezas en la piel, etcétera.... Aun cuando no es la mujer la que aparece como la enferma en las imágenes, es ella la que encontramos, en su mayoría, dando el medicamento al esposo o al hijo.

- ✕ Productos de belleza: Cremas para el cuidado de

la piel, pintura de uñas, lápiz labial, coloretes, polvos, jabón de tocador, entre otros... En éstos observamos las imágenes de mujeres jóvenes, bien maquilladas y elegantemente vestidas, en algunos de ellos con sombreros.

- ✕ Productos para el hogar: Cocinas (de kerosén, a gas o eléctricas), muebles, lavadoras, secadoras, neveras, desinfectantes, jabones para lavar... En muchas de éstas vemos la imagen de mujeres con uniforme de servicio doméstico, o con delantales. En otras la esposa mostrándole a su marido las bien cuidadas ropas que acaba de lavar o planchar.
- ✕ Alimentos: Harina, leche, levadura, polvo de hornear, atol, sopa de sobre, todody, pudín, caldo en sobre, chocolate, productos envasados, gelatina, jugo,...

Observamos, en esta última categoría, a la señora de la casa sirviendo la comida a los miembros de la familia y vestida con un delantal promocionando el alimento.

Notamos, entonces, que hay tres imágenes diferentes de mujer: una es la mujer tradicional dedicada a los asuntos domésticos, la que está en el hogar ocupándose de su familia, la vemos sirviendo o haciendo comida a sus familiares, limpiando el hogar, lavando o planchando ropa, etcétera. La otra que sale de su hogar a disfrutar de otros placeres, como ir a

¹ El Heraldo. (Caracas). Mayo 7, 1945. Pág. 8.

bailar, a la playa, a comer en un restaurante... Así como también la que desempeña las dos actividades, es decir, se ocupa del hogar y también hace otras actividades fuera de la misma.

Para obtener un análisis histórico debemos encontrar, en la publicidad, para efectos de esta investigación, aquellos elementos que nos informen sobre lo que ocurre en el mundo, en el país, o en la región y hemos podido notar que sí es posible que la propaganda nos dé información sobre varios hechos históricos. De ello son prueba los ejemplos antes dados de los cigarros de post guerra y el novedoso radio, símbolo de "desarrollo".

Gracias a la publicidad podemos detectar las enfermedades más comunes del período a estudiar (1945-1948), al encontrar con frecuencia tanto en días, meses y años propagandas de ciertos medicamentos para una enfermedad específica:

- ✘ Resfriados: tos, fiebres, etcétera.
- ✘ Bronquitis
- ✘ Debilidades corporales: mareos, temblores de manos, sudores fríos, insomnio.
- ✘ Reumatismo
- ✘ Dolor de vientre
- ✘ Malestar estomacal
- ✘ Tos ferina

- ✘ Paludismo
- ✘ Malaria

Esto es sólo para nombrar los más repetitivos, siendo el del resfriado el encontrado con mayor frecuencia tanto en periódicos como en revistas, así como también son constantes las propagandas dedicadas a los malestares estomacales y los dolores de vientre. De este último hallamos gran variedad de marcas de productos farmacéuticos para contrarrestar este mal de las mujeres. Mientras que la tos ferina, la malaria y el paludismo no son tanto. Sin embargo, aparecen en los anuncios publicitarios:



El Universal. Julio 31. 1946. Pág. 3



El Nacional. Febrero 7, 1945. Pág. 13

Hemos observado que, generalmente, los anuncios publicitarios dedicados a medicamentos, eran promocionados por mujeres. A ellas las observamos como la que cuida las enfermedades de los miembros de la familia. Los hombres aparecían también en ellas, pero bien como enfermo o como doctor:



El Nacional. Febrero 23, 1945. Pág. 12



El Nacional. Mayo 31, 1946. Pág. 10

Nos hemos encontrado con publicidad de medicamentos de diversos tipos, desde los más representativos, relacionados con la investigación, hasta los más simples, pero igual de importantes, la publicidad en la prensa siempre nos dice algo.

Tenemos información sobre las enfermedades que continuaban existiendo en los años correspondientes al período de la Junta Revolucionaria de Gobierno, aún cuando se consideraban erradicadas.

En el siglo XX desaparece la viruela y se suprime el paludismo en gran parte del país. Los procesos de higiene y la acción de los organismos públicos en materia de sanidad y de epidemiología lograron controlar de manera exitosa la propagación de enfermedades que en tiempos pasados habían sido azote para la comunidad. Sin embargo, aunque en forma localizada, se siguieron registrando algunos brotes epidémicos: fiebre amarilla selvática (1941, 1954); fiebre tifoidea (1946, 1949 y 1954); gastroenteritis; hepatitis epidémica, encefalitis humana; difteria; varicela; meningitis cerebro-espinal; gripes virales y dengue¹. Esta información la hallamos en una fuente hemerográfica, específicamente, y la buscamos para que nos reafirmara lo que ya sabíamos sobre las enfermedades del período según la información encontrada en la publicidad.

¹ Archila Medina, Ricardo. "Epidemias". Diccionario de Historia de Venezuela. 1997 (Fundación Polar). Vol. 2. Pág. 228.

Entonces, ¿puede o no, darnos la publicidad de la prensa información? La prensa no sólo refleja, en los artículos que leemos, los acontecimientos diarios de lo que pasa tanto mundial como nacional y regionalmente, también, en la publicidad, encontramos que hay gran cantidad de información.

Puede que no encontremos ninguna objeción si afirmamos que en la prensa hay información histórica, pero ¿es igual con respecto a la publicidad que en ésta aparece?, quizás, de manera directa no lo notemos; no obstante, si les prestamos un poco de atención hallaremos también fuente histórica.

Ya hemos dicho que por medio de la publicidad podemos conocer las enfermedades más comunes, también notamos, a través de ella, que Venezuela venía viviendo un proceso de cambios debido a nuevos factores que se estaban infiltrando en la sociedad, factores éstos que se vislumbraban como *modernos* o como símbolos de *progreso*, entre otras cosas, vestidos y trajes de moda, nuevos automóviles, artefactos eléctricos, cocinas eléctricas o a gas en vez de las de kerosén, esto último tuvo que, seguramente, haber modificado la vida doméstica.

Es probable que hubiera habido temor por lo novedoso y vacilaran en comprar lo "último de moda", al menos una parte de la población, es allí en donde entra la publicidad para convencer al que titubea, debe encargarse de que en vez de resistencia haya

aceptación. Habría que ponerse creativos y hacer que se interesasen principalmente en aquellos productos o artefactos de los cuales no se estaba seguro de querer adquirir.

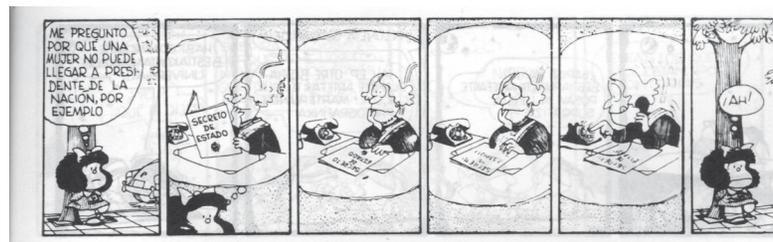
Si los encargados de hacer los avisos publicitarios sabían que para muchos lo *nuevo* era llamativo, al hacer publicidad con la palabra "Moda" o "Progreso" sería exitoso. Mientras que para el otro sector, quizás más escépticos, utilizaban otra técnica: proyectando imágenes más conservadoras que atrajeran su atención. Se observó que se juega con esos dos tipos de imagen.

Con la primera podemos captar qué era lo considerado *moderno* para la época. Por medio de la propaganda conocemos las nuevas costumbres, también qué es lo novedoso, tanto en ropa, como en artefactos que vienen de afuera o que hacen su aparición, por primera vez, en el país.

Parece que Puñuel tenía razón cuando decía que la publicidad no crea tanto una imagen de los productos, sino más bien la imagen de los consumidores de los productos anunciados². Pero él habla de "hoy día", nosotros creemos, por lo observado en nuestra investigación, que desde hace ya un tiempo, se ha utilizado esta estrategia publicitaria.

² Puñuel, José Luis. La imagen del consumidor en la publicidad En: DIA-LOGOS de la comunicación, Nº 27, Lima, FELAFACS, julio de 1990. Pág.6.

La mujer en Venezuela durante el período de la Junta Revolucionaria de Gobierno (1945-1948)



1.- LA MUJER ENTRE LA VIDA PÚBLICA Y LA VIDA PRIVADA

El siglo XX está determinado por una serie de acontecimientos que revolucionaron la historia mundial. Específicamente en el caso venezolano se produjeron hechos políticos, económicos y sociales que cambiaron considerablemente la situación del país; ese cambio fue más acelerado con la explotación del petróleo, Venezuela dejó de ser un país netamente agrario para convertirse en un país petrolero. Esto generó una serie de efectos que modificaría ampliamente al país en muchos ámbitos:

(...) estaba reservado al Petróleo originar la más estupenda de las evoluciones en el campo del trabajo y de la economía, ampliando la técnica de la locomoción aérea, terrestre y marítima; en el desarrollo de las invenciones de carácter científico, de inesperadas revelaciones para la prolongación vital, perfeccionando la obtención y naturaleza de las materias textiles, y productos químicos de diversos usos; vigorizando las tareas agrícolas; mejorando la elaboración de instrumentos y utensilios domésticos, todo con valor y calidad de primera magnitud, requeridos por una época tan exigente y compleja como la actual³.

³ El Farol. "Petróleo y Progreso". (Caracas) octubre 1946. N° LXXXIX Año VIII. Pág. 1

Entre los acontecimientos ocurridos en el siglo XX, está uno que para nosotros es de vital importancia, para efectos de nuestro trabajo: la *Revolución de la mujer*⁴. Es precisamente en este siglo cuando la mujer se incorpora a la sociedad más allá de su entorno doméstico.

Pero no podemos decir que todas las mujeres deseaban *incorporarse* a la vida pública y desentenderse de todo lo relacionado al ámbito doméstico, todo lo contrario, de hecho hubo gran resistencia incluso entre las mismas mujeres. Varias de las que insistían en que todas debían tener conciencia de sus Derechos Cívicos, a su vez, instaban a que no se olvidaran de los *deberes* que como mujeres tenían en su hogar.

Un ejemplo representativo de lo antes dicho se halló en un artículo escrito por Alicia Larralde en la Revista *Amanecer* de San Cristóbal:

El primer paso de la mujer venezolana de crearse la conciencia de sus derechos cívicos, es el conocimiento pleno de sus deberes de ciudadano⁵.

4 Cartay, Rafael. "El Nacimiento de la Mujer a la modernidad en Venezuela", Presente y Pasado Revista de Historia, N°. 10, Mérida, Universidad de Los Andes: Facultad de Humanidades y Educación / Escuela de Historia / Consejo de Desarrollo Científico Humanístico y Tecnológico, año 5; julio-diciembre 2000 (en prensa).

5 Larralde, Alicia. "La Mujer y la Conciencia de sus Derechos Cívicos". *Amanecer* (San Cristóbal). Enero 1946. N° 2. Pág. 5.

Para la articulista *los deberes de ciudadano* no eran otra cosa que la *obligación* de la mujer en cumplir con sus *deberes* en el hogar, la mujer es la responsable de la formación de los niños que serán los futuros hombres y mujeres del mañana, de la madre depende el buen comportamiento de éstos en la sociedad:

La mujer, madre y educadora primera de los futuros ciudadanos, tiene una primordial función de patria, y en la constitución y en las leyes, debe establecerse con toda su importancia para la vida cívica del país sobre la cual influye de tan poderosa manera, era posición que la tradición ha limitado a los estrechos linderos del hogar.

El amor de sus hijos, la abnegación y la disposición para el sacrificio son aspectos divinos de su función creadora de hombres⁶.

Observamos, entonces, que no es que las mujeres estaban deseosas de *librarse* de las labores que tenían en el hogar, sino que debían lidiar con ambas actividades armoniosamente.

Para Alicia Larralde, entre los deberes de la mujer está su *obligación* de orientarse acerca de cómo debe criarse el niño desde la infancia y cuáles son los métodos más adecuados para su desarrollo espiritual y físico. Según Larralde, no existe una razón más clara para sostener la aspiración de las mujeres, a la igualdad de los derechos civiles, que este deber cabalmente cumplido en la formación de hijos sanos y

6 Ibidem.

ciudadanos responsables.⁷

Se nota ampliamente, en este artículo, la preocupación que había porque las mujeres pudieran, por el ejercicio de las funciones cívicas de la vida pública, olvidar los deberes hogareños, por lo cual se aclara, en el mismo, que las mujeres no podrían desentenderse de ello, puesto que del cumplimiento de estas actividades en el hogar, se deriva precisamente la mejor y más sólida razón de sus derechos⁸.

Al observar la publicidad, notamos rápidamente que las mujeres no estaban *presas* en sus casas, ellas participaban en otras actividades sociales. Sería un error pensar que estaban *esclavizadas* en los quehaceres del hogar, y esto es reflejado en la publicidad que encontramos tanto en la prensa como en las revistas de la época (1945-1948). Es cierto que hemos hallado una gran cantidad de propagandas sobre medicinas y alimentos, pero también es cierto que hay una cantidad considerable de publicidad de cosméticos y trajes de moda que no tendrían ningún sentido si van dirigidos a personas que no salen nunca de sus viviendas.

Ya sabemos que la publicidad está dedicada a los consumidores, principalmente. Entonces, ¿qué quiere decir esto? Pues que efectivamente las mujeres tenían vida social, salían a reuniones, a comidas, a bailes, a

paseos, todo esto ocurría fuera de sus hogares.

Esto de tener *vida social* implicaba, a las mujeres, una cantidad de elementos los cuales debían asimilar, desde cosas banales hasta las más complicadas. Entre las que podrían considerarse como triviales estaba la necesidad de *verse bien* físicamente, para generar buenas críticas de los hombres y de las mujeres con respecto a su aspecto, creemos que es –por esta razón– que encontramos en la publicidad gran variedad de productos de belleza, así como también ropa *a la moda*. Al asistir a reuniones sociales, probablemente, pudo haber generado una competencia entre las propias mujeres: ¿cuál de todas era la más elegante?; ¿qué vestido fue el más bonito?, etcétera...

Quizás lo más complicado era mantener una conversación amplia, que abarcara varios temas que no fueran simplemente la discusión sobre cuál lavaplatos es el mejor o sobre las enfermedades de los niños, sino que también pudieran entablar una conversación relacionada con los acontecimientos económicos, sociales y políticos del país.

Se vieron las mujeres en la necesidad de manejar otros temas. Con respecto a esto, encontramos un artículo en la Página Católica de la Revista *Amanecer*, escrito por Cecilia Romero, que incluye los elementos recientemente mencionados:

⁷ Ibidem.

⁸ Ibidem.

(...). Tenemos que luchar por hacer del hogar un rinconcito acogedor. Rechazar la absurda idea de que sólo en tertulias y salones de cine se pasa agradable el tiempo; resucitar costumbres que no por desusadas dejan de ser agradables; dotarlo progresivamente de una biblioteca, (...), y cuando termine nuestra diaria labor, cultivar un poco la inteligencia, interesarnos por los problemas mundiales, que cuando los hombres entablen una conversación interesante no hagamos las mujeres el triste papel de estatuas, (...), y mientras ellos se entusiasman en su charla, nosotras, por no tomar parte activa en ella, nos hemos puesto a reflexionar muy seriamente si sentará bien a nuestro tipo el último peinado que luce Fulanita!. (...)9

2.- SIGNIFICACIÓN ESTADÍSTICA DE LA MUJER EN LA SOCIEDAD VENEZOLANA

Seguramente uno de los factores que influyó para que se diera la progresiva *actividad social* de la mujer en nuestro país, tuvo que haber sido el desplazamiento de las zonas rurales hacia las zonas urbanas. Muchos campesinos abandonaron el duro –y con pocas perspectivas de cambio social- trabajo del campo, para buscar trabajos mejor remunerados, mejores condiciones de atención médica, educación para sus descendientes y otras posibilidades de ascenso social en las *grandes ciudades* que, en consecuencia, vieron aumentar, aceleradamente, aún más su población.

9 Romero, Cecilia. "La Mujer en el Hogar". Amanecer (San Cristóbal). Enero 1946. N° 2. Pág. 17.

Para dar una idea más amplia de cómo se dio tal incremento, a continuación presentamos algunos cuadros estadísticos de población que ayudarán a entender mejor este proceso:

CUADRO N° 1 Población urbana, sub-urbana y rural de Venezuela en 1941¹⁰

Localización Geográfica	Totales	Población			
		Sub-urbana (Urb ± sub-urb)			
La República	T 3.850.771	1.165.910	412.075	1.577.985	2.272.786
	V 1.908.545	548.067	200.805	748.872	1.153.673
	H 1.942.226	617.843	211.270	829.113	1.113.113

T: total; V: varones; H: hembras

Tomando la población urbana y la sub-urbana como una sola, para efectos de comparación entre la población urbana y rural, notamos que para 1941 las zonas rurales estaban pobladas en un sesenta y nueve por ciento más que las urbanas.

Mientras que para el censo de 1950 las cifras fueron las siguientes:

10 Resumen General de la Nación, "Séptimo Censo Nacional de Población del año 1941". Cuadro N° 167. (Caracas) 1947. Pág.399.

CUADRO N° 2**Población urbana y rural en 1950¹¹**

Localización Geográfica	Población Urbana		Población Rural	
	Hembras	Varones	Hembras	Varones
Venezuela	1.350.144	1.359.200	1.202.347	1.123.147
Total	2.709.344		2.325.494	

Es notoria la diferencia del aumento de toda la población (tomando en cuenta que el censo nacional de 1941 dio como resultado 3.951.371 habitantes, mientras que el censo de 1950 hubo un incremento en la población de 1.083.467 habitantes más, es decir: 5.034.838 habitantes en total en 1950), la población urbana se incrementó en un dieciséis por ciento, aproximadamente, en comparación con la población rural. Las áreas urbanas se fueron convirtiendo en territorios, cada vez, más poblados, originando que, por su gran afluencia, se acrecentaran sus actividades, tanto sociales como de trabajo, generando que fuese necesario la organización de las ciudades:

(...) La ciudad capital de Venezuela crece vertiginosamente. (...) A la luz de las estadísticas, Caracas ha duplicado varias veces el área de su fundación, y durante los últimos años, de un censo a otro, duplicado el número de sus habitantes. (...)

¹¹ Resumen General de la República. Octavo Censo General de población del año 1950. "Población por entidades federales: Urbana y Rural". Cuadro N° 57. (Caracas) 1950. Pág. 165.

Esas condiciones pedían a gritos una palabra que definiera toda la situación: Urbanismo. La denominación encierra la estructuración planificada de la ciudad moderna; sus necesidades, sus comunidades. (...) ¹²

Queriendo ser aún más precisos presentaremos en los anexos, el incremento por Estados de la población venezolana en los censos de 1941 y 1950 (Anexo N° 1-A y 1-B); y además, anexaremos un cuadro correspondiente a la población estimada de los años 1942-1950 (Anexo N° 2).

A pesar de que se buscaba, por muchos medios, que las personas se motivaran para participar en los problemas de la sociedad, en el caso particular de la mujer, no querían que las nuevas actividades las absorbieran por completo dejando que se perdiera su *devoción* por el cumplimiento de sus *deberes* en el hogar.

¿Qué podemos pensar? Definitivamente, repetimos, las mujeres no estaban *locas* por incorporarse de lleno en la política, existían otras actividades en las cuales ellas participaban, además de los quehaceres en el hogar. Hemos observado también, la insistencia en que no se debía abandonar las tareas domésticas, sino que se podía balancear las actividades sociales con las del hogar.

¹² El Farol. "La Avenida Bolívar. Construcción monumental para la Caracas del Futuro". (Caracas) octubre, 1947. N° CI - Año IX. Pág. 6.

También existía el interés en que las mujeres se instruyeran, quizás, para ellas, este elemento era preciso para obtener las habilidades expresivas necesarias y así tener la suficiente confianza, en ellas mismas, a la hora de entablar una conversación amplia cuando el caso lo ameritara. Hemos hallado varios artículos en donde se expresa claramente este interés por conseguir que las mujeres sintieran la necesidad de educarse.

Un artículo escrito, esta vez por Amalia Mejías, encontrado en la misma Revista *Amanecer* de San Cristóbal, leímos:

(...) La Educación de la Mujer, con objeto de intervenir en la vida social, encierra, según mi parecer, la completa formación: Como soltera primero, luego como esposa y últimamente como Madre. (...).¹³

Como soltera, según Amalia Mejías, debe prepararse con el objeto de ganarse honradamente la vida, dándole un valor social capaz de hacer variar, la organización económica -de ese entonces-, colaborar con el hombre en el progreso de la sociedad, haciéndose apta para desempeñar cargos con los cuales ha de cooperar en el futuro. Como esposa, - continúa- esta misma educación le hará comprender que la mujer debe ser en el hogar un alma de luz, para de esta manera cumplir con su misión. Como Madre -culmina Mejías - es la maestra de sus hijos y como tal, debe
 13 Mejías C. Amalia. "La Educación de la Mujer". *Amanecer* (San Cristóbal). Diciembre 25, 1945. N° 1. Pág. 11.

tener almacenado lo que debe enseñarles, cosa que no implica poco trabajo y supone, a la vez, celo y constancia.¹⁴

Se aclara en el artículo que la acción educadora de la mujer no debe quedar recluida en la estrechez del hogar, sino que debe aplicarlo en la sociedad.

Para ese entonces los índices de analfabetismo en el país eran elevados, aunque no tenemos las cifras exactas de los años correspondientes a la Junta Revolucionaria de Gobierno, sí encontramos las estadísticas en porcentaje de años cercanos, antes y después de 1945-1948, gracias a éstos sabemos que, efectivamente, era necesario que la población, en general, se preocupara por instruirse, intentando disminuir los elevados números que, sobre la población analfabeta, existían. Para tener una idea más clara, a continuación presentamos un cuadro, encontrado en el Resumen General de la República: "Séptimo Censo Nacional de Población", correspondiente al año 1941, donde observaremos las cifras porcentuales por grupos de edad que sobre la población analfabeta existía:

14 Ibidem.

CUADRO N° 5
Resultados porcentuales de analfabetismo en la
República en 1941¹⁵

Grupos por edad	% de analfabetismo
De 15 a 19 años	52,7
De 20 a 29 años	55,3
De 30 a 39 años	58,6
De 40 a 49 años	60,4
De 50 a 59 años	60,4
De 60 a 69 años	60,6
De 70 y más años	62,1

Es preciso conocer sobre los resultados de los censos para poder hacer una comparación sobre el estancamiento, atraso o mejoramiento educativo en Venezuela en el período de la Junta Revolucionaria de Gobierno.

En el *Resumen General de la República* de 1950, encontramos los porcentajes, pero esta vez hay información sobre la población alfabetada y analfabetada, así como también sobre la cantidad de hembras y varones que sabían leer y escribir.

Seguidamente presentamos otro cuadro sacado del

¹⁵ Resumen General de la República. "Séptimo Censo Nacional de Población de 1941". Tomo VIII. Caracas, 1947. Pág. LXIII

"Octavo Censo General de Población", realizado en 1950, publicado en el *Resumen General de la Nación*.

CUADRO N° 6
Cifras relativas de la población total
clasificada por grupos de edad, alfabetismo y
analfabetismo. Censo de 1950¹⁶

Edades	Varones		Hembras	
	Alfabetas	Analfetas	Alfabetas	Analfetas
Menores de 7 años	1,0	99,0	1,2	98,8
De 7 a 9 años	27,0	73,0	28,9	71,1
De 10 a 14 años	50,5	49,5	54,8	45,2
De 15 a 19 años	57,0	43,0	57,9	42,1
De 20 a 29 años	63,4	36,6	51,3	48,7
De 30 a 39 años	58,1	41,9	41,8	58,2
De 40 a 49 años	50,8	49,2	36,7	63,3
De 50 a 59 años	44,2	55,8	37,4	62,6
De 60 a 69 años	40,9	59,1	38,0	62,0
De 70 y más años	40,5	59,5	37,6	62,4
Edad no declarada	51,3	48,7	38,5	61,5
Varones-Hembras	40,5	59,5	35,6	64,4

¹⁶ Resumen General de la República. "Octavo Censo Nacional de Población de 1950". Cuadro N° 31. Caracas, 1950. Pág. 153.

Al observar los dos cuadros notamos que el grado de analfabetismo en el país es considerable y además, en porcentaje vemos cómo éste es más elevado en las mujeres en 1950, probablemente en 1941 la situación era más o menos similar.

Pensamos, por tanto, que era necesario motivar a la población, tanto hombres como mujeres, a que se educara. De allí el origen de todas las propagandas y artículos dedicados a promover la educación, ya para 1947 se había logrado que los índices de analfabetismo disminuyeran:

(...) Muchos ciudadanos que vivían en el más completo analfabetismo, ahora pueden leer y escribir correctamente, abriéndose así limpio campo para el futuro. Capacitados para desempeñar nuevas obligaciones, esta disposición los llevará, sin duda alguna, a alcanzar fecundos rendimientos morales y materiales. (...)17

Se intenta, por todos los medios, hacer que las mujeres se interesen en otras actividades y que se instruyan, pero que por ninguna razón olvidaran sus obligaciones en el hogar, así como tampoco de sus deberes como ciudadana:

(...). Cultura para la mujer es el grito que se oye por todas partes, es la campanada que anuncia un encauzamiento de los ideales femeninos, pues que ya ella marcha hombro a hombro con el hombre en las luchas políticas, no debe quedarse al margen de la cultura, sino adentrarse en ella.

17 El Farol. "Reconocimiento" (Caracas). Julio, 1947. N° IIC[sic] – Año IX. Pág. 11.

Estamos, podemos decirlo así, viviendo una etapa de evolución en la Mujer, en la cual ha pasado de elemento pasivo que era en la vida pública a elemento activo, pues ya la hemos visto ocupando altos puestos que sólo eran destinados a los hombres (...).18

Como ya hemos dicho en reiteradas ocasiones, no todas las mujeres querían involucrarse en *asuntos de hombres*, especialmente en la política. Por ello, las que sí lo estaban, insistían arduamente para que las *renuentes* se incorporaran en *la lucha* por el derecho al voto femenino:

(...). Todavía existen entre nosotras muchas mujeres que al ser interrogadas sobre el tema de tanta trascendencia, tratan de eludir el deber y la responsabilidad que nos incumbe, sin pensar por un minuto siquiera en el humillante plano en que nos encontrábamos antes de encontrar esta justa reivindicación femenina, ni tampoco en el bien que le podemos hacer a la colectividad al disponernos a consignar nuestro voto a favor del ciudadano o ciudadana que figure en la plancha de cualquier partido, que estando acorde con nuestra ideología, los creamos a nuestro juicio capacitados para desempeñar el cargo para el cual se concreta la votación (...)19

Así como estas mujeres insistían para que las que aún no están convencidas en interesarse en los asuntos políticos, también instan para convencer a los hombres que tampoco estaban de acuerdo con esta

18 Amanecer. "La Mujer y la Campaña de Alfabetización" (San Cristóbal), febrero 1946. N° 3. Pág. 19.

19 Ibidem. "El Sufragio" (San Cristóbal), febrero 1946. N° 3. Pág. 3.

incorporación:

(...). También existen todavía hombres que piensan que las mujeres partidarias de la emancipación política femenina irán más tarde contra las costumbres religiosas, morales o sociales, a la usanza de las francesas del 89 que se entregaron de lleno a la vida política de los hombres de la Francia de aquella época y no tuvieron tiempo para pensar en ellas mismas, mucho menos en los deberes de madres, esposas o hijas que toda mujer está obligada a cumplir. No!!!. Nosotras debemos probar con hechos que están en un error los que así piensan (...)"²⁰

Por doquier notamos la obstinación en aclarar que una cosa no desvalora la otra, que el ocuparse por estas nuevas actividades no generaba que las mujeres abandonaran los *deberes* en el hogar.

3.- PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS POLÍTICOS DEL PERÍODO

Por ser en la política en donde las mujeres encontraron mayor resistencia para ser aceptadas, creímos oportuno explicar cómo y de qué manera se dio este proceso en donde ellas lograron participación.

Al culminar el régimen gomecista, que duró veintisiete años (1908-1935), la sociedad venezolana comienza a despertar:

²⁰ Ibidem.

Algunos, como Picón Salas, dicen que en 1935, el año de la muerte del dictador Juan Vicente Gómez, se inicia el siglo XX en Venezuela. Esta afirmación es discutible en muchos aspectos de la vida nacional, pero no en el caso de la mujer²¹.

En octubre de 1935, varias mujeres venezolanas fundaron en Caracas la Agrupación Cultural Femenina. Algunas de ellas colaboraron, en la sección "Cultura de la Mujer", en el periódico *Ahora*. Algunas tuvieron presencia política, afiliándose al Partido Republicano Progresista, otras al Movimiento de Organización Venezolana. En diciembre del mismo año las mujeres integrantes de la Agrupación Cultural Femenina y de la Sociedad Protectora de la Infancia envían un mensaje al Presidente de entonces, Eleazar López Contreras, pidiéndole protección para la mujer y el niño.

En febrero de 1936 fue creada la Asociación Venezolana de Mujeres, en abril se funda la Casa Prenatal María Teresa del Toro para ayudar a las embarazadas pobres. En el mismo año se crea la Junta Patriótica Femenina. La mujer politizada participa también activamente en la huelga petrolera de 1936. El 2 de febrero de 1937 se funda la Liga Pro-Presos. La mujer venezolana había

²¹ Cartay, Rafael. "El Nacimiento de la Mujer a la modernidad en Venezuela", Presente y Pasado Revista de Historia, N°. 10, Mérida, Universidad de Los Andes: Facultad de Humanidades y Educación / Escuela de Historia / Consejo de Desarrollo Científico Humanístico y Tecnológico, Año 5; julio-diciembre 2000 (en prensa).

emprendido el camino de la emancipación que ya no tendría marcha atrás²².

Entre 1938 y 1940 se multiplicará las acciones de las mujeres en Venezuela. Su próximo paso sería la conquista del sufragio.

En abril de 1941 los venezolanos habían aceptado, sin réplica, al presidente electo (a pesar de no haber sido éste elegido por el pueblo), pero la Venezuela de 1945 ya no era el mismo país que se conformaba con enterarse cuál había sido designado como nuevo Presidente de la República.

Durante el mandato del Presidente Isaías Medina Angarita, los partidos políticos adquirieron categoría de fuerzas nacionales, el debate público sobre los importantes temas del país fue ejercicio diario de periodistas y políticos, el gobierno participó en el debate y explicó la razón de sus actos, el movimiento sindical y la organización empresarial fueron hechos positivos en la tarea de organizar un nuevo país, el Presidente procuró dar a su gestión un tono populista y democrático que fue aceptado en varios sectores. Por otra parte, el crecimiento demográfico, el acercamiento de unas regiones a otras por obra de nuevas vías de comunicación terrestre y aérea, así como la influencia de la radiodifusión, planteaban al régimen la necesidad de buscar grandes soluciones para resolver en paz el reclamo y la urgencia de participación de

²² Ibidem

vastos sectores nacionales que hasta ese momento se conformaron con el rol de simples espectadores en la vida política e institucional de Venezuela.²³ El reclamo fundamental del país en esta década de los años cuarenta era el voto universal, directo y secreto para la elección de los poderes públicos:

Yo recordaba en días pasados cómo todos los venezolanos de 1945 creíamos en el voto universal como en el milagro de la purificación nacional. Y pensábamos que respetado el voto de las mayorías, en Venezuela se liquidarían todos los males tradicionales del nepotismo, del amiguismo, del peculado, del tráfico de influencias, del engaño y de la farsa que atribuíamos exclusivamente al origen oligárquico de los sucesivos regímenes que habían ejercido el poder. Bella ingenuidad que alimentó nuestra fe y creó una de las más hermosas y ya lejanas etapas de la dramática existencia venezolana.²⁴

El Presidente Medina Angarita estaba al tanto de estos reclamos y los entendía. Pero consideró que no podían enfrentarse, a la vez, a los dos factores que él consideró como determinantes del estancamiento industrial venezolano y adversarios del régimen democrático del país, en ese entonces: el regionalismo y el ejército, considerado este ejército como expresión

²³ Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Ediciones de la Presidencia de la República, tomo X, Vol. XXXIV, n° 50. Pág. XIII.

²⁴ Velásquez, Ramón J. Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Ediciones de la Presidencia de la República, tomo X, Vol. XXXIV, n° 50. Pág. XIV.

del regionalismo en función de las armas.²⁵

Medina creyó que la reforma constitucional que debía devolver a los venezolanos el derecho a elegir a sus gobernantes debía presidirla un tachirense. Siendo ésta la razón de su preferencia por la candidatura del doctor Diógenes Escalante, a quien consideraba como un hombre de relevantes méritos. Por su actuación en Londres y Ginebra y por sus vínculos familiares con el centro del país, Escalante era visto por Medina Angarita como un político conocedor de los problemas sociales y económicos. Sin embargo, los acontecimientos se desarrollaron de tal forma que pasó lo más inesperado.

Ya en 1931, Rómulo Betancourt, desde Costa Rica, había insistido ante sus compañeros de generación en la necesidad de liquidar el viejo estilo de la oposición antigomecista de las invasiones y de los asaltos a cuarteles, para dedicar todas las energías a la fundación de un partido que abarcara todas las clases sociales y todos los sectores que estaban empeñados en la liquidación del gomecismo y transformar a Venezuela en un país democrático.²⁶

Betancourt fue invitado, en los primeros meses del año 1945, a participar en una conspiración militar que organizaba un grupo de jóvenes oficiales. Éstos

²⁵ Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Ediciones de la Presidencia de la República, tomo X, Vol. XXXIV, n° 50. Pág. XIV.

²⁶ Ibidem.

buscaban el respaldo popular del único partido político organizado en escala nacional y que hacía reclamos fundamentales de ese período.

Durante varios meses, el entonces Presidente Medina Angarita trató de frenar el estallido militar utilizando el expediente de la candidatura de Diógenes Escalante. Éste estaba convencido de la necesidad y de la urgencia de grandes reformas políticas y de manera especial de la convocatoria a elecciones generales. Así lo hace saber al Presidente Medina Angarita cuando acepta su candidatura y esa es la razón del pacto celebrado en Washington con Rómulo Betancourt y Raúl Leoni.²⁷

Pero, en septiembre de 1945, la fatalidad liquida a Diógenes Escalante como candidato presidencial, creándose, en Venezuela, un clima de angustia. Un día se asegura que el candidato es uno y luego se habla de otro.

El 13 de octubre, Rómulo Gallegos, en su condición de Presidente del Partido "Acción Democrática", envía una carta al Partido Democrático Venezolano, a la Agrupación Pro-Candidatura Presidencial del general Eleazar López Contreras, a Unión Popular y al Partido Comunista de Venezuela, planteándoles la gravedad del momento político nacional. "Acción Democrática" afirmaba que cualquiera de las dos fracciones: lopecismo o medinismo que triunfara en el seno del Congreso no podría gobernar con estabilidad, ni con

²⁷ Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Ediciones de la Presidencia de la República, tomo X, Vol. XXXIV, n° 50. Pág. XVI.

respaldo nacional, frente a los numerosos problemas sociales, económicos y fiscales creados por la guerra (la Segunda Guerra Mundial). Gallegos proponía como fórmula de solución de la crisis escoger un ciudadano "extrapartidos, de solvencia personal para que electo Jefe del Estado por el Congreso en sus sesiones de 1946, cumpla la tarea de presidir una consulta electoral directa para la escogencia del Presidente de la República, realmente asistido de la confianza mayoritaria de la nación"²⁸.

Pero nadie escuchaba más que sus propias razones. Los amigos del general López Contreras acusaban al medinismo por su peligrosa alianza con el Partido Comunista, mientras los líderes y los periodistas del PDV recordaban el pasado gomecista de López Contreras, lo acusaban de ser enemigo de las libertades públicas y de representar la reacción y el continuismo.

Esta división de un sistema que había mantenido su unidad a toda costa y a lo largo de tanto tiempo permitió el avance y la consolidación del movimiento conspirativo.

Las autoridades nacionales estaban dedicadas al problema político de la sucesión presidencial y no tomaban en cuenta la opinión que sobre estos problemas pudieran tener las fuerzas armadas.

Estas circunstancias hicieron que estallara el

²⁸ Ibidem. Pág. XVII.

movimiento del 18 de octubre de 1945:



Presencia civil en el pronunciamiento del 18 de octubre.
Fundación Polar. **El Nacional**, Fascículo 20.

El 18 de octubre de 1945, una rebelión cívico-militar derroca al gobierno del presidente Isaías Medina Angarita. El 19 de octubre se constituyó en Miraflores la Junta Revolucionaria de Gobierno y el Alto Mando Militar vendría a dirigir el país en una u otra forma, durante las tres décadas siguientes. Los dirigentes civiles y militares del alzamiento fueron Rómulo Betancourt y Marcos Pérez Jiménez.

En la Junta figuraban los civiles Raúl Leoni, Gonzalo Barrios, Luis Beltrán Prieto y Edmundo Fernández y los militares Marcos Pérez Jiménez y Carlos Delgado Chalbaud, este último ingresó al movimiento conspirativo en los últimos días antes de su estallido, logrando alcanzar el cargo de Ministro de Guerra y Marina, al que tanto Pérez Jiménez como Julio César

Vargas ambicionaban cada uno para sí. La exclusión de estos dos últimos en el primer gobierno de la Revolución de Octubre, trajo graves consecuencias para la alianza pactada.

La Junta Revolucionaria de Gobierno consolida su poder y comienza a recibir el reconocimiento entusiasta de su poder.

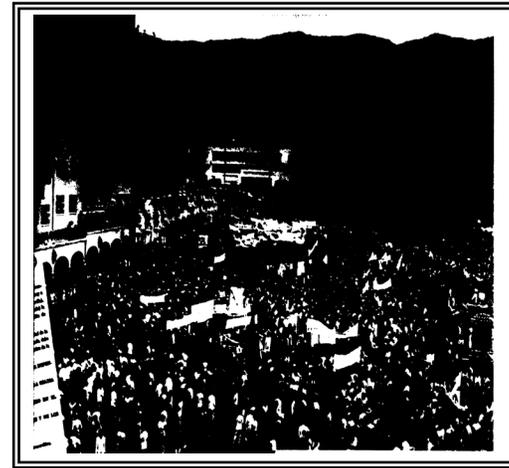
Dos medidas se estudian y se enuncian con igual categoría: el nombramiento de una Comisión Redactora del Estatuto Electoral que permitía convocar al país a elecciones para designar los miembros de una Asamblea Nacional Constituyente y la creación de un Jurado de Responsabilidad Civil y Administrativa con facultades extraordinarias para juzgar delitos de peculado²⁹.

A partir de la Constitución Nacional de 1945 se le otorga el derecho al voto a las mujeres mayores de 21 años y que supieran leer y escribir, reivindicación que venían exigiendo incesantemente. Desde entonces la mujer podía elegir y ser elegida para integrar los Concejos Municipales, pero no para las Cámaras Legislativas, que en un sistema de elección indirecta elegían, en sesión conjunta, al Presidente de la República. Pero no pudo ejercer su derecho al voto por el derrocamiento del Presidente Isaías Medina Angarita, el 18 de octubre de 1945. Sin embargo, el nuevo gobierno, la Junta

²⁹ Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Ediciones de la Presidencia de la República, tomo X, Vol. XXXIV, n° 50. Pág. XXIV.

Revolucionaria de Gobierno, decretó el derecho al sufragio universal el 15 de marzo de 1946³⁰.

Por otro lado, en 1946, la Junta Revolucionaria dicta el Decreto N° 321, acerca de "Calificaciones, Promociones y Exámenes de Educación Primaria, Secundaria y Normal"³¹.



Huelgas obligan al gobierno a suspender la aplicación del Decreto-ley 321
Fundación Polar. *El Nacional*. Fascículo 20.

El Colegio de Profesores de Venezuela y la Federación

30 Cartay, Rafael. "El Nacimiento de la Mujer a la modernidad en Venezuela", Presente y Pasado Revista de Historia, N°. 10, Mérida, Universidad de Los Andes: Facultad de Humanidades y Educación / Escuela de Historia / Consejo de Desarrollo Científico Humanístico y Tecnológico, Año 5; julio-diciembre 2000 (en prensa).

31 Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Ediciones de la Presidencia de la República, tomo X, Vol. XXXIV, n° 50. Pág. XXX.

Venezolana de Maestros aplauden la medida y la ven como positiva para una reforma integral de la enseñanza, ya que, según ellos, ampliaba el carácter de la educación no ciñéndose tan solo a la adquisición de conocimientos³².

Además, alegan los maestros federados y los profesores graduados que este Decreto contribuía a la profesionalización de la educación y que tendía al control racional de la educación por el Estado³³. Pero los educadores privados y particularmente los colegios católicos protestaron alegando que se colocaba a los colegios particulares en un nivel inferior respecto a los oficiales, por lo cual tendrían menos autoridad ante la opinión pública y se creaba una división que no iba acorde con la igualdad democrática³⁴. Esto generó una serie de manifestaciones tanto políticas como estudiantiles, lo que trajo como consecuencia muchas dificultades y fue necesario llamar a elecciones.

Después de superar muchos contratiempos el 27 de octubre de 1946, por fin Venezuela pudo asistir a las urnas electorales, hubo muy poca abstención.

Los días de diciembre de 1946 van a estar señalados, por una parte, un avance significativo en el camino de consolidar la institucionalidad democrática y, por otra, las dimensiones que va alcanzando la oposición

32 Ibidem.

33 Ibidem. Pág. XXXI.

34 Ibidem.

al gobierno revolucionario. El 11 de diciembre la Junta tiene que enfrentarse a un alzamiento de varios grupos militares en las cuales se destacaron

la guarnición de Valencia y la Base Aérea de Palo Negro. El Gobierno paralizó a los grupos militares comprometidos dentro de la Guarnición de Caracas.

El Gobierno suspende las garantías constitucionales y detuvo en Caracas a numerosos políticos, entre los cuales se destacó Jóvito Villalba. Liquidado el movimiento insurreccional, el Gobierno anuncia que serán restablecidas las garantías constitucionales y la publicación de un Libro Blanco sobre la conspiración develada³⁵.

El 17 de diciembre se reunió la Asamblea Nacional Constituyente. Con la instalación de la Constituyente, subió la temperatura política. Un punto polémico en la Constituyente es el enfrentamiento entre comunistas (unificados el PVC, el PCUV y el grupo ni-ni en el último trimestre de 1946) y los copeyanos,³⁶ a causa de que los primeros se identifican con el *anticlericalismo*, mientras que los segundos se erigen como representantes del *catolicismo* y se reconocen como admiradores del movimiento *falangista* de Primo de Rivera en España.

35 Ibidem.

36 Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Ediciones de la Presidencia de la República, tomo X, Vol. XXXIV, nº 50. Pág. XXXV.

Según la Constitución de 1947, el Presidente de la República, los Senadores y Diputados al Congreso Nacional, las Municipalidades y las Asambleas Legislativas de los Estados debieron ser elegidos mediante el voto universal, directo y secreto. Se eliminó la condición de saber leer y escribir para poder votar, se fija la edad del votante en los 18 años. Se consagraron, por primera vez, los derechos de la familia, a la salud y a la seguridad social, a la educación, al trabajo y a la economía como pautas constitucionales.

La Constitución Nacional promulgada el 5 de julio de 1947 consagró el derecho de las mujeres al voto.



El voto femenino

Fundación Polar. *El Nacional* Fascículo 20.

Constitución Nacional de 1947 tuvo, al igual que la

Constitución de 1859, una existencia efímera y la mayoría de las nuevas disposiciones que contenían no pudieron ser aplicadas, pues trece meses más tarde, un golpe militar clausuró por una década del proceso democrático.³⁷

Con las elecciones generales de 1947 se cumplió la etapa en el proceso creador de una institucionalidad que tuviera como origen y justificación, el voto de las mayorías, al promulgarse el 5 de julio, la Nueva Constitución Nacional.

El clima político nacional continuó mostrando sus tonalidades de violencia verbal y de oscuras amenazas. En varias oportunidades se asomaron la conspiración militar en brotes fácilmente dominados en los cuarteles, en sorprendentes allanamientos hechos en reuniones en donde se confundían algunos oficiales con otros tantos conspiradores civiles.

Las elecciones generales de diciembre se celebraron sin ningún problema. El 30 de agosto Acción Democrática proclamó, por aclamación, la candidatura de Rómulo Gallegos para la Presidencia de la República.

El 6 de enero de 1948, el Consejo Supremo Electoral

³⁷ Cartay, Rafael. "El Nacimiento de la Mujer a la modernidad en Venezuela", Presente y Pasado Revista de Historia, Nº. 10, Mérida, Universidad de Los Andes: Facultad de Humanidades y Educación / Escuela de Historia / Consejo de Desarrollo Científico Humanístico y Tecnológico, Año 5; julio-diciembre 2000 (en prensa).

declaró Presidente Constitucional de la República para el período 1948-1952 a Rómulo Gallegos.³⁸

Retomando los objetivos que, en un principio, la Junta Revolucionaria se proponía: implementar el voto universal, directo y secreto, además, sanear la administración pública, así como también, redactar una nueva Constitución.

Con lo primero se obtuvo, entre otras cosas, el voto femenino, con lo segundo se quería hacer pagar a los culpables de enriquecimientos ilícitos de gobiernos anteriores y esto se vería establecido en la nueva Constitución. Esto trajo consigo muchos resentimientos y oposiciones.

4.- PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LA MUJER

Volcando nuestra atención hacia el papel desempeñado por la mujer es este período diremos que fue, principalmente, en el aspecto político donde ellas encontraron mayores vicisitudes debido a que, por un lado, tradicionalmente la mujer no tenía que ocuparse más que de su hogar y de su familia. La misma religión se encargaba de hacer que esto permaneciera de esta manera:

³⁸ Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Ediciones de la Presidencia de la República, tomo X, Vol. XXXIV, n° 50. Pág. XXXVIII.

(...) las actitudes sociales y la rutina cotidiana se mantuvieron fieles al ideario femenino establecido por la doctrina cristiana.

Las mujeres debían seguir un modelo de virtud esbozado desde antiguo, su destino era el matrimonio o la vida conventual y el ámbito de su situación era el de sus casas, recogidas, castas y virtuosas, alejadas del vicio, de las tentaciones y de toda oferta mundana inconveniente (...)39.

Y, por otro lado, debido a la gran resistencia del sexo opuesto, pues se pensaba que eran los hombres los que debían continuar ocupando los cargos políticos considerándose los únicos aptos para encargarse de estas actividades, en los cuales la mujer no encajaba:

No comparte Betancourt la idea de que las mujeres se organicen en tienda aparte para luchar por reivindicaciones políticas específicamente femeninas. (...). Para Betancourt la revolución debe estar primero que las reivindicaciones de la mujer, entre otras cosas, porque las organizaciones femeninas de América Latina no le merecen ninguna confianza.⁴⁰

Una de las razones por las cuales las mujeres, de ese período, luchaban era por conseguir el derecho al voto, el escepticismo con respecto a esto era muy fuerte. Inés Quintero cita a Betancourt en "*Magda Portal y el*

³⁹ Quintero, Inés. "Itinerarios de la mujer o el 50 por ciento que se hace mitad". Venezuela Siglo XX. Visiones y Testimonios, Caracas, Fundación Polar, 2000. Pág. 250.

⁴⁰ Quintero, Inés. Madres y Ciudadanas. La lucha por el sufragio femenino en Venezuela, mimeografiado.

voto femenino”:

Rastréese el origen de casi todas las organizaciones feministas de América Latina.

Se constatará el porcentaje alarmante de las que nacieron del ansia de conquistar posiciones dentro del presupuesto –para sí o para sus parientes varones-, de una mujer en la vecindad del climaterio, cuando le advino, con las manifestaciones del hirsutismo y las otras típicas de esta etapa de virilización, el impulso de echarse a las calles a imitar bajo los trópicos los gestos agrios y el indumento masculino de las numerosas Ladies, Pankhurst sajonas.⁴¹

El hecho de observar a las mujeres ejerciendo y tomando actitudes que no estuvieran *acordes* con su imagen de ama de casa, era mal visto por la sociedad de entonces, no era admisible verlas comportarse “*de forma masculina*”:

Pero lo que más le molesta a Betancourt no es que sea un grupo de menopáusicas, bigotudas de masculina vestimenta, sino que son de derecha. Y son de derecha porque en la mayoría de los países de América Latina y con mayor razón en Perú, según lo afirma don Rómulo, es evidente ‘la reaccionaria influencia clerical’ ⁴².

Es evidente que aún para este período, la mujer era vista –por una buena parte de la sociedad- como incapaz de tener albedrío político, y de tener alguna participación debía hacerse tomando en cuenta los

⁴¹ Ibidem.

⁴² Ibidem.

intereses de otros:

Hace Betancourt una salvedad: el voto femenino como aspiración legítima de las mujeres debería otorgarse solamente a aquellas que han logrado independizarse económicamente, ya que son éstas las únicas que no ‘...piden al confesionario la clave para la solución de los problemas’ ⁴³.

No eran solamente los hombres quienes ponían resistencia, también hubo mujeres que aún no se imaginaban desempeñando los cargos que, hasta ese momento, eran dirigidos única y exclusivamente por el sexo opuesto.

Lucila de Pérez Díaz en su discurso de incorporación a la Academia Nacional de la Historia en 1940, expone su “concepto sobre feminismo”. En este discurso resume sus opiniones respecto al tema de la participación de la mujer en la política:

(...) nuestra participación femenina debe ser, antes que todo, discreta, sensata y práctica, casi silenciosa, sin vocinglerías ni efervescencias, sin vanos alardes ni pretensiones equívocas, sin pedanterías y sin escándalo... en una palabra, con la única ambición de completar la obra del hombre, nuestro compatriota, armoniosa, delicada, inteligentemente (...) ⁴⁴

⁴³ Ibidem.

⁴⁴ De Pérez Díaz, Lucila L. Conceptos sobre feminismos. Discurso de incorporación a la Academia Nacional de la Historia (1940-1958), 5 de junio de 1940, tomo 3, Caracas, Academia Nacional de la Historia, 1966. Pág. 26.

Para ella el feminismo tendía a convertirse en una calamitosa revolución social en la que su propulsora, la mujer, arriesga mucho para ganar muy poco⁴⁵.

Efectivamente, la resistencia estaba presente en la mayoría de la sociedad venezolana y para acabar con ella iba a ser necesario insistir arduamente y por mucho tiempo. Sólo así podrían ir obteniendo las reivindicaciones que una parte de las mujeres del país estaban exigiendo.

Fueron varias las mujeres que se atrevieron a levantar su voz para pedir que se les respetaran algunos derechos que les eran negados y que les correspondían como ciudadanas:

María Teresa Castillo escribió un documento en 1942, en el cual critica la discriminación del trabajo de la mujer, en él reprocha un artículo publicado por ANDE:

'La limitación del empleo de la mujer en oficinas públicas y privadas condicionándolo a aquellas que verdaderamente lo necesiten, y en todo caso dar preferencia de colocación a elementos cesantes, que sí precisen devengar un sueldo para su sostenimiento y el de sus familiares'. Ésta absurda proposición en la cual se discrimina el trabajo de la mujer como algo accesorio, que está sujeto a las contingencias de cualquier eventualidad y que puede ser sustituido en todo momento por no ser de urgente necesidad, para ella, nos parece insólito verla sustentada

⁴⁵ Ibidem. Pág. 29.

por una organización que cuenta en sus filas con elementos jóvenes y progresistas, entre los cuales figuran gran cantidad de mujeres empleadas que, seguramente, si se tomara en cuenta semejante medida, serían las primeras en verse privada 'Vivimos una época en que la mujer de todos los países ha tenido que tomar puesto activo en las filas de la producción y del trabajo. En los Estados Unidos, en Inglaterra, en la Rusia Soviética y también en muchos de los países latinoamericanos, la mujer está considerada como algo especial para el desarrollo y engrandecimiento del país'. (...)46.

En este documento María Teresa Castillo aseguraba que ya las democracias en guerra (refiriéndose a los países democráticos que participaron en la Segunda Guerra Mundial) se habían definido con respecto a la capacidad de colaboración de la mujer y no solamente en las filas de producción sino en los puestos de avanzada, al lado de los soldados, manejando aviones, arriesgando sus vidas como los mismos hombres en el frente de lucha, está la mujer cumpliendo con sus derechos de ciudadana. Por esto, la autora del documento está segura de que la medida propugnada por ANDE, sería un duro golpe asestado al movimiento de superación que ha comenzado a iniciar la mujer en Venezuela en estos últimos años.⁴⁷

⁴⁶ Castillo, María Teresa. "La Asociación Nacional de Empleados y el Trabajo de la Mujer", Caracas 26 de agosto de 1942, en Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Gobierno y época del Presidente Isaías Medina Angarita, Opinión política a través de la Prensa: 1941-1945". (Caracas) Vol. XXXI, Tomo IX (Nº 47) p. 572. Caracas 1987. Pág. 311.

⁴⁷ Ibidem.

Observamos que antes de los años 1945-1948, ya se venían dando cambios en la sociedad, en lo que a la situación de la mujer se refiere, ellas ya estaban buscando reivindicaciones sociales. Sin embargo, éstas no consiguieron fácilmente lo que querían, tenían que continuar insistiendo.

En 1943, Maritza Delgado de Egileor escribió otro documento con respecto a la intervención de la mujer en la administración:

¿Debe intervenir la mujer en la administración?. El feminismo debe tomar forma consistente.- Necesidad que las mujeres se organicen para la lucha.

La mujer debe tener un valor intrínseco. La mujer debe lograr personalidad. La mujer debe liberarse económicamente (...) La liberación económica no puede llegar a la mujer –lo mismo que al hombre-, sino por su trabajo. Un trabajo que le proporcione medios de vida desahogada le dará al mismo tiempo libertad social, valor intrínseco, personalidad...

La mujer está llegando a obtener parte de estas aspiraciones bien legítimas. Empieza a trabajar. En tiendas, en oficinas, en labores para las cuales se le reconoce capacidad. También nuestra mujer ha llegado a adquirir profesiones liberales: ya tenemos médicos entre ellas. Por otra parte, su acceso a la Universidad no ofrece inconvenientes, ni se le oponen cortapisas. Tendremos, sin tardar mucho, abogadas, licenciadas en ciencias económicas, doctoras diversas, etc.48

48 Delgado de Egileor, Maritza. ¿Debe intervenir la mujer en la administración?. El feminismo debe tomar forma

Maritza Delgado admite que han obtenido logros en la sociedad, pero expresa su descontento por no poder intervenir en otros ámbitos de la vida pública:

Donde hemos de tropezar será en una carrera muy apetecida por los hombres: en la Diplomacia. Entre nosotras no existe una carrera Diplomática (...). Las mujeres estamos eliminadas en esta actividad. ¿Por qué? No hay ni una sola razón de peso en nuestra contra. No existe incompatibilidad alguna para que lo estemos. ¿Nos falta acaso idoneidad? Otro punto muy discutible... en cuya discusión alcanzamos rotundo éxito.

Yo sé que la mayoría de los hombres al leer estas mal pergeñadas líneas se sonreirán con cierto aire compasivo para su autora. No faltarán tampoco las burlas. Tales gestos no me amilanan. Creo que trato problemas de alto interés nacional y con la ponderación necesaria (...).

¿Por qué, pues las mujeres no podemos aspirar a la Diplomacia?. La razón no es otra que la siguiente: la Diplomacia es un 'cambur' debe primera magnitud. Algo así como la estrella de Sirio...

Es necesario luchar. Las mujeres tenemos que batallar sin descanso y organizarnos (...) 49

Es obvio que la perseverancia de algunas mujeres venezolanas fue intensa, y gracias a ellas se fueron

consistente.- Necesidad que las mujeres se organicen para la lucha, Caracas, 12 de febrero de 1943, en Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Ediciones de la Presidencia de la República, tomo IX, Vol. XXXI, nº 47. Pág. 315.

49 Ibidem.

dando, poco a poco, las exigencias que tanto anhelaban.

Durante la primera discusión del proyecto de Constitución Nacional en 1947, en la sesión del día 12 de febrero, intervino Lucila Palacios acerca de la participación de la mujer en la vida pública:

(...) Nuestra lucha comenzó en Venezuela en el año de 1935. Al principio se encaminó hacia el Código Civil. El Código Civil en aquella época era defectuoso. Nosotras estábamos incluidas entre un artículo en que estaban incluidos también los locos, los idiotas y los entendichos [sic]. Nuestra lucha, pues, se empeñó en que esas cláusulas bochornosas para nosotras fueran eliminadas y que también se eliminaran otros puntos del Código Civil que también nos afectaban moralmente. Al principio no se atendió a estas insinuaciones, pero al cabo de algún tiempo de lucha la Comisión Codificadora corrigió estos defectos del Código, aunque todavía hay allí algunas cláusulas que merecen ser corregidas y que no nos satisfacen. Luego fijamos nuestras miradas en los derechos políticos. Ante los derechos políticos encontramos la misma oposición. Se dijo que no podíamos votar.

Gracias a una organización femenina muy vasta, que logró conquistar miles de miles de firmas de mujeres, se nos concedió el voto municipal, nada más que el voto municipal. Pero sobrevino la Revolución de Octubre y gracias a esa Revolución nos encontramos en un momento con que habíamos conquistado los derechos por los cuales tanto habíamos luchado. (...)50.

50 Palacios, Lucila. "Intervención acerca de la participación de la mujer en la vida política", sesión del día 12 de febrero de 1947. Pensamiento Político Venezolano

Lucila Palacios expresa su satisfacción por las reivindicaciones, hasta ese momento adquiridas, a pesar de los obstáculos con los cuales se encontraron en ese proceso. Surge, para ese entonces, una interrogante: ¿cuál será la participación de la mujer venezolana en la política? La autora responde que si la política es función social, pues en su campo hay suficientes proyecciones en donde cabe el espíritu de la mujer para imponer saludables transformaciones al medio. Además, Palacios asegura que, para ella, "la política masculina en el mundo ha fracasado"⁵¹.

Para justificar su pensamiento, pone como ejemplo la batalla europea (no especifica cuál), en donde hubo miles de muertos. Para ella, la política ha sido de desaciertos y que las mujeres no han tenido la culpa de tal situación⁵².

La autora trata, en este artículo, de argumentar sus duras palabras en contra del desenvolvimiento masculino en relación con la política, tomando como ejemplo la guerra, y a la vez intenta hacer entender que ellos necesitan a las mujeres en este ámbito. Pareciera intentar buscar el equilibrio entre ambos sexos, para conformar una nueva actitud política en donde las mujeres participen.

En este capítulo hemos observamos las intervenciones

del siglo XX, Documentos para su estudio. Ediciones de la Presidencia de la República, tomo X, Vol. XXXVIII, n° 54. Pág. 185.

51 Ibidem.

52 Ibidem.

de algunas de las mujeres que se pronunciaban acerca de sus inquietudes con respecto a su participación en la sociedad, así como también los logros que hasta ese momento habían obtenido. Fue una dura y larga insistencia, pero al final y paulatinamente se fueron dando las solicitudes que tanto deseaban: Tener participación en la vida pública. Sin embargo, no podemos olvidar que en este período las mujeres no sólo estaban insistiendo en la participación política, había otras actividades en las cuales ellas tenían intervención, hacían vida social, asistían a fiestas y reuniones, incluso muchas de ellas, nos atrevemos a decir, la mayoría de ellas estaban felices de ocuparse de su hogar y de su familia sin lamentarse en ningún momento de ello. Pero, debemos aclarar que en este tiempo se estaba infundiendo en el país nuevas actividades, refiriéndonos en el caso específico de la mujer y que hizo pensar que estaba en peligro el cuidado del hogar.

Al estudiar el papel desempeñado por la mujer en el período de la Junta Revolucionaria de Gobierno, advertimos que durante esta etapa hubo participación de un grupo de mujeres que, con el tiempo, se convirtió en considerable por su número y que pretendía, con insistencia, participar en la vida pública. Cabe señalar que no todas las mujeres estaban interesadas en dicha participación, ¿qué estaba pasando con el resto de las mujeres?; ¿qué hacían?; ¿cómo era su vida cotidiana?; ¿a qué se dedicaban? Lamentablemente, la historia no se preocupó, en ese entonces, de registrar los

acontecimientos de la vida cotidiana, es como si no tuviera importancia, como si fueran trivialidades que no era necesario reflejar. Sin embargo, la publicidad nos revela que además de los acontecimientos políticos, la sociedad se desenvolvía en otros menesteres que no eran precisamente los relacionados a la vida pública, sino a lo cotidiano, la publicidad permite que nos demos cuenta, por nuestros propios medios, de que no eran sucesos triviales sino importantes, tanto como los relacionados a la misma política.

En el capítulo que a continuación desarrollaremos se analizará la imagen de la mujer en la publicidad de la prensa y de las revistas, en éste intentaremos encontrar ese otro lado relacionado a la vida cotidiana de la mujer venezolana.

Capítulo III

IMAGEN PUBLICITARIA DE LA MUJER



1.- LA MUJER VENEZOLANA ENTRE LOS ESTEREOTIPOS "CONSERVADOR" Y "MODERNO" DE LA PUBLICIDAD

Queremos examinar, en este capítulo, los estereotipos femeninos presentes en los anuncios publicitarios, así como los símbolos y representaciones de los mensajes propagandísticos.

Al hablar de imagen femenina, hay que considerar que no existe un solo tipo, sino que hay tres imágenes distintas sobre la mujer, las cuales hemos denominado: *tradicional*, *moderna* y, por último, la *fusión* de ambas imágenes, es decir, de la mujer tradicional que además de cumplir con las labores en su hogar también ejerce otras actividades fuera de su casa, tal como lo vimos anteriormente en el capítulo I, punto 5, específicamente en el sub-capítulo titulado: Algunas Consideraciones Sobre la Publicidad como Fuente para el Análisis Histórico del período 1945-1948.

Cuando hablamos de imagen *tradicional* de la mujer, nos referimos a aquella cuya manera de vestir es más *conservadora*, es decir, no tiene escotes, ni faldas cortas y usa poco o ningún maquillaje, en muchas ocasiones

aparece haciendo la comida, lavando ropa, dándole medicamentos a algún miembro de la familia, entre otros... esta imagen es más familiar. Por otro lado, al hablar de la mujer *moderna* estamos describiendo una mujer diferente, más *atrevida* en cuanto a su apariencia, vestidos escotados, faldas cortas, muy maquilladas, en ocasiones fumando; las vemos en fiestas y en paseos, su imagen es diferente. Con respecto a la tercera imagen femenina, observamos a una mujer que tiene otras ocupaciones aparte de las meramente hogareñas. Las imágenes femeninas están dirigidas en estas tres direcciones: *tradicional*, *moderna* y la *coalición* de las dos primeras. Éstos son los estereotipos que sobre la mujer hemos hallado.

¿Cuáles estereotipos son los utilizados para las agencias publicitarias? Según Puñuel: la *imagen del consumidor* es un modelo que representa un tipo ideal de personaje con el que pueden identificarse, y reconocerse a sí mismos ante los demás; es, por consiguiente, un *estereotipo* que funciona como *símbolo de afiliación*.⁵³

Raúl Bendezú Untiveros opina que el mecanismo de la publicidad es crear y recrear imágenes estereotipadas que, a su vez, generen su correspondencia en el cliente potencial porque, según el autor citado, sólo así mostrará la eficacia del mensaje. El mensaje publicitario es eficaz cuando crea una especie de

⁵³ Puñuel, José Luis. La imagen del consumidor en la publicidad. En: DIA-LOGOS de la comunicación N° 27, Lima, FELAFACS, julio de 1990. Pág.7.

imaginario colectivo, de axiología o de opinión pública con la cual se "coteja" y adquiere sentido⁵⁴.

Al parecer, la manera de hacer publicidad ha permanecido en el tiempo. Haciendo una comparación, que sobre éstas hacen algunos escritores en la actualidad, son muy similares las propagandas de hoy a las que hallamos en la publicidad de los años cuarenta.

A continuación analizaremos las imágenes femeninas presentadas en varios anuncios publicitarios reflejados en la prensa laica y en la prensa católica, e incluso en algunas revistas del período escogido:

2.- PRENSA LAICA:

En ésta hemos encontrado mayor variedad tanto de imágenes como de productos.

Hemos hallado publicidad muy diversa en lo que a mujeres se refiere: como ama de casa, promocionando productos de limpieza; artefactos eléctricos: cocinas, alimentos, medicamentos, entre otros...

⁵⁴ Bendezú Untiveros, Raúl. Comunicación Publicitaria, eficacia y lógica cultural. En: DIA-LOGOS de la comunicación N° 27, Lima, FELAFACS, julio de 1990. Pág. 22.



El Nacional. Febrero 14, 1945. Pág. 4.

Legenda:

“En todos los hogares, como en las escuelas, debe enseñarse al niño la conveniencia de practicar la debida higiene en su cuerpo. Esto debe repetirse tantas y tantas veces hasta que se haya convertido en un hábito tan arraigado que continuará haciéndolo por vida.

Para que el niño experimente la delicia del baño, dele un JABÓN DE REUTER, cuya cremosa enjabonadura y cautivador perfume, coadyuvarán para acostumbrarlo al rito diario que la higiene moderna requiere”.

En otras, la imagen de una mujer más “liberal”, elegantemente vestida y muy bien maquillada que promociona productos de belleza, de vestidos o

sombreros de moda, cigarrillos, etcétera...



El Nacional. Febrero 7, 1945. Pág. 13.

Pero ¿qué nos dice la publicidad de este período, acerca de la mujer? Las imágenes publicitarias pueden ser interpretadas de varias maneras, todo depende del lector, de la forma cómo éste las analice, sin embargo, para nosotros la propaganda es el reflejo de una sociedad, en ella encontramos características propias de ésta en ese entonces, en general y características de la mujer, en particular.

Conocemos, a través de la publicidad, que en esa época se vienen infiltrando novedosos factores que chocan con lo tradicional, pero que, a su vez, se integran:

La imagen de la mujer *sumisa*, dedicada a su hogar y a su familia, y la mujer que se desprende, un poco, de las labores domésticas y que vemos reflejada con

una imagen más *atrevida*. Ambas imágenes son muy diferentes, no obstante, están presentes, incluso, en una misma página de algún periódico.

Podemos pensar, entonces, que se intenta introducir "actualidad" para estar a la par con el mundo que les rodea, pero, a la vez, necesitan que ciertas cosas permanezcan igual: Las mujeres pueden desprenderse, un poco, de sus casas y ocuparse de otros menesteres, pero sin descuidar los asuntos domésticos, bien sea porque éstas pueden sobrellevar ambas actividades o porque tienen los medios para tener una empleada que se ocupe de ello.

Otro factor, de los tantos hallados, importante en la publicidad, tanto en la prensa como en las revistas, es el siguiente:

Las imágenes encontradas en los anuncios publicitarios son, en su mayor parte, mujeres delgadas. Una de las encontradas es muy *simpática*:

En el diario caraqueño *Fantoches*, vimos la propaganda para una hojilla de afeitar, un hombre está tomándole una fotografía a una mujer un poco *gordita* y la expresión del rostro del fotógrafo es de insatisfecho, él piensa: "*Me gustan las delgadas*".

Otro hombre, que tiene un paquete de hojillas en la mano le contesta: "*Entonces le encantará afeitarse*

con la económica hojilla Gillette delgada"⁵⁵.

En esta propaganda encontramos dos factores que conlleva a pensar dos cosas: Las mujeres que eran atractivas a los hombres, eran las *delgadas*; así como ahora, en ese entonces ya se entendía por belleza femenina ese *estereotipo*. El otro factor encontrado es la palabra *económica*, observamos que se promocionaban los productos según los medios del comprador, es decir, la clase *media-baja*.

Estos dos elementos son repetitivos en la mayoría de las propagandas publicadas. La palabra *delgada* no la vemos escrita en muchas de ellas, generalmente es la imagen la que proyecta a las mujeres de ese tipo: *delgadas*. Mientras que la palabra *económica* o *económico* sí está presente en muchos avisos publicitarios.

Otra publicidad, en la que utilizan la imagen de una *mujer gorda*, es una hecha a un licor, en la que vemos a una señora apretándose su corsé. En la Leyenda se lee: "*-Mejor será que no me aprete más porque ya me está llegando a la boca el sabor del Ron Pampero!...*"⁵⁶.

La publicidad dedicada a los licores es muy variada y nos da elementos interesantes:

En una propaganda encontrada en el diario *Morrocoy*

55 *Fantoches*. Marzo 9, 1945 (Caracas). Pág. 12.

56 *El Morrocoy Azul*. Enero 19, 1946. (Caracas). Pág. 3.

azul observamos a dos hombres que van por la calle muy *elegantes*, ambos con sombrero y corbata, uno de ellos lleva un portafolio. Uno de los señores iba montado en una patineta y el otro llevaba patines puestos. Cruzando la calle vemos a una señora que lleva cartera, también muy *bien vestida* y, al igual que los caballeros, lleva puesto un sombrero y anda en patines. En la leyenda leemos:

"- *En verdad, mi querido amigo, somos un pueblo demasiado serio... La única frivolidad que nos atrevemos a permitirnos es una copita de Ron Pampero*"⁵⁷

¿Qué quiere decir la publicidad dedicada a los licores sobre las mujeres? Entendemos que éstas podían beber licor, y ¿dónde se bebe licor?, es generalmente en las fiestas donde se toma licor, es decir que las mujeres no sólo estaban dedicadas a los oficios domésticos, realmente asistían a fiestas.

Pero no sólo las propagandas dedicadas a los licores son las únicas que tienen elementos importantes para nuestra investigación, la gran mayoría de ellas nos han dando, de una o de otra manera, elementos suficientes para ratificarnos que realmente es posible encontrar componentes necesarios para hacer un análisis histórico.

Hubo otra propaganda que llamó enormemente

⁵⁷ Ibidem. Enero 26, 1946. (Caracas). Pág. 5.

nuestra atención: se hace publicidad a una revista *Selecciones*, pero en la propaganda predomina el anuncio de un artículo de esta revista en especial:

" **'Las mujeres más infelices de la tierra'**: *Cuando su marido se baña ella ha de secarlo. Cuando camina, debe seguirlo. Una mujer que ha vivido en Japón describe la increíble vida de la esposa japonesa, que hasta tiene que adoptar los hijos de la amante de su marido (Pág. 25)*"⁵⁸

¿Por qué razón es precisamente este artículo el que destaca en la publicidad de la revista? Quizás pensaron que era precisamente ese el artículo por lo cual las personas irían a comprar la revista, pero ¿por qué?, ¿quiénes serían los interesados en leerla?, ¿el hombre?, ¿la mujer?, ¿ambos? Todas estas interrogantes vinieron a nuestras mentes después de ver este anuncio publicitario.

Para ese momento (1945), ya estaban algunas mujeres exigiendo adquirir participación en la vida pública, querían dedicarse a otros oficios que no fueran únicamente los de su hogar. Creemos, entonces, que sus voces ya habían empezado a ser escuchadas. Esta propaganda, ese artículo escogido, no está allí, por casualidad. Estaban seguros que era precisamente ese el que haría que las personas compraran la revista, para conocer más sobre ese tema: la mujer.

⁵⁸ Fantoques. Mayo 9, 1945 (Caracas). Pág. 10.

Arturo Quispe Lázaro dice que la publicidad crea imagen, vende imagen y que referirse a la publicidad y a las representaciones y símbolos culturales, que están detrás de ella, nos invita a adentrarnos a un mundo de procedimientos, técnicas, manejo de imagen; de ideas y estereotipos que se articulan con el único objetivo de persuadir y/o estimular a las personas los deseos de adquirir un producto⁵⁹.

Entonces, ¿qué nos está comunicando la publicidad?, ¿qué mensaje publicitario nos llega a cada uno de nosotros? La publicidad ha tenido siempre que adecuarse a los cambios, no es posible centrarse exclusivamente en el producto y sus beneficios sino en el cliente, en los consumidores. De ese modo crea una imagen de los compradores, se elabora un perfil de los clientes, del público al cual se dirige sus mensajes en forma de anuncios.

La publicidad relacionada a espectáculos nos llevó a reflexionar con respecto a la incorporación de nuevos factores que servirían como modelo a seguir (mujer *moderna*), es principalmente en ellos en donde encontramos imágenes y títulos mucho más atrevidos con respecto a la mujer.

⁵⁹ Quispe Lázaro, Arturo. "Estereotipos masculinos en la publicidad". (Licenciado en Sociología. Post grado en sociología en la Universidad Católica del Perú (PUCP). Diplomado en Estudios de Género, de la PUCP. Interesado en temas sobre la masculinidad, sexualidad masculina, género- cultura y comunicación). arturo@net.telematic.com.pe



El Nacional. Mayo 11, 1946. Pág. 16

Leyenda:

"La historia de una tragedia que se oculta tras de la aparente despreocupación de muchachas jóvenes que presumen de modernas(...)"

Esto correspondió, seguramente, debido a que Venezuela en el período postgomecista se propuso "como horizonte programático común de las diversas fuerzas sociales la realización de la modernización"⁶⁰. La consolidación de la explotación petrolera (aunque en manos extranjeras) significaba un gran avance

⁶⁰ Silva Álvarez, Alberto. "Modernización". Diccionario de Historia de Venezuela. 1997 (Fundación Polar), Vol. 3. Pág. 206.

real en las posibilidades de llevar adelante un proceso *modernizador*:

Un examen detenido de los programas políticos manifiesta claramente la convergencia alrededor del proyecto modernizador en Venezuela⁶¹.

Los programas realizados entre los años 1931 y 1945 tienen aspectos básicos de un modelo tanto económico, como político y social *moderno* para Venezuela.⁶²

Es muy probable que se acudiera a modelos extranjeros para volcar la atención en lo relacionado a este proceso de *modernización* del país, siendo las imágenes publicitarias, a nuestro parecer, uno de sus mejores aliados.



El Nacional. Mayo 24, 1946. Pág. 13.

61 Ibidem.

62 Ibidem.

3.- PRENSA CATÓLICA:

En el período escogido (1945-1948), hemos encontrado mucha discreción en la publicidad, referente a la imagen femenina. En *El Diario Católico del Táchira*, por ejemplo, no vimos imágenes de mujeres con faldas cortas ni con escotes, o maquilladas, sino que la mayoría de las propagandas son escritas y se refieren a centros asistenciales, a médicos ofreciendo sus servicios, farmacias de turno, ópticas, dentistas, entre otros. De igual manera hemos observado que en *El Vigilante* (Mérida) las propagandas son muy similares a las de *El Diario Católico*, excepto que en *El Vigilante*, además promocionaban una agencia de lotería, la del Zulia.

Sin embargo, encontramos que no en toda la prensa católica se actuaba de la misma manera. En *La Religión*⁶³, por ejemplo, encontramos que la publicidad es muy parecida a la que hemos visto en *El Nacional* o en *El Universal*.

La diferencia entre *El Diario Católico del Táchira* y *La Religión* es grande.

En *La Religión*, para dar otro ejemplo, nos topamos con la propaganda de una marca de cigarrillos en donde aparecen las imágenes de un hombre y una mujer, ambos con un cigarrillo en la mano⁶⁴, cosa que no se

63 La Religión (Caracas) junio, 1948.

64 Ibidem. Septiembre, 1945. Pág.5.

observó en el diario tachirenses ni en el merideño.

En un comienzo, no pensamos que encontraríamos ninguna relación, o al menos no de esta forma, entre la prensa laica y la católica, todo lo contrario, estábamos seguros de que nos daríamos un *gran banquete* enumerando la gran cantidad de desigualdades halladas en estos dos tipos de prensa. Al tropezarnos con estas imágenes en *La Religión*, nos sorprendimos. Comenzamos, en consecuencia, a tratar de encontrar más similitudes, pero vimos este tipo de publicidad en un sólo mes y no volvimos a encontrar avisos similares en otro mes ni año de este mismo periódico.

Esto niega nuestra hipótesis de que las diferencias entre la prensa laica y la católica serían enormes. Creíamos que todos los diarios católicos serían muy “conservadores”, en comparación con los laicos. Entendemos, entonces, que para conseguir que el periódico sobreviviese debían permitir que todos promocionasen sus productos en él, sin importar la imagen que tuvieran que utilizar para atraer la atención del público. Entrando esto, en contradicción con la doctrina cristiana. Sin embargo –repetimos– en otros diarios católicos la mayoría de su publicidad es escrita y las pocas imágenes que se ven son muy discretas, en lo que a la mujer se refiere, y fue únicamente en *La Religión* donde observamos características diferentes, pero debemos señalar que sólo lo notamos en un mes, el de mayo de 1945, luego de esto no volvió a presentarse este tipo de publicidad y al querer

comparar con años anteriores, bien hubiera podido ser de 1940-1944 nos encontramos con la dificultad de que el año más próximo era 1935.

Por otro lado, encontramos en *La Religión* un dato curioso sobre la publicidad cinematográfica, en ésta vemos que promocionan películas de varios géneros, sin importar el grado de censura que tuvieran, pero “salvan su pellejo” calificando sus apreciaciones morales, hechas por censores de la Acción Católica, éstos las clasificaban por números:

1. Para todo público.
2. Adultos en general.
3. Adultos. Algunas objeciones.
4. Reservada: Criterio muy formado.
5. Desaconsejable a todo público.
6. Mala.

Para *todo público* eran aquellas películas que no tenían “reparos en lo moral”; la de *adultos en general*: “sin mayores reparos en lo moral”; *Adultos*. Tenía algunas objeciones: dramas y comedias frívolas “objeciones del género”; *Reservada*: comedias jocosas “bailes objetables”; *Desaconsejable a todo público*: amores ilícitos, crímenes, mercado negro, “moral racionalista con ausencia de elementos religiosos”; y, por último, *Mala*: Dramas pasionales, “opiniones y actitudes inmorales. Adulterios. Bailes objetables”⁶⁵.

⁶⁵ La Religión (Caracas), junio 26, 1948. Pág. 6.

5. Al vencedor.- Drama. Se presentan con simpatía amores ilícitos de un personaje casado. Crímenes, mercado negro. Algunas actitudes objetables no aparecen suficientemente condenadas. Moral racionalista con ausencia de elementos religiosos.

6. Bien pagada (La).- Drama pasional que describe la vida de una mujer caída después de su matrimonio. Opiniones y actitudes inmorales. Adulterios. Bailes objetables.

3. Campanas de San Fernando (Las).- Drama de la época colonial en California. Objeciones del género.

4. Emigrante (El).- Comedia jocosa que presenta las aventuras de un borracho. Ambiente de vulgaridad. Bailes objetables.

2. Hijo del sol (El).- Película de aventuras en la época colonial Norteamericana. Sin mayores reparos en lo moral.

1. Jaula de los ruiseñores (La).- Drama que plantea problema educacional. Sin reparos en lo moral.⁶⁶

En cuanto a la publicidad dedicada a los productos domésticos, encontramos una propaganda dedicada a una cocina de kerosén, dice: "A perfección la mejor cocina de kerosene"⁶⁷. La imagen que vemos es la de una cocina de kerosén diferente a las *comunes*, esta se parece más a una cocina a gas. Así como ésta, hay muchos avisos publicitarios de artefactos domésticos variados.

⁶⁶ Ibidem.

⁶⁷ Ibidem. Junio 22, 1948. Pág. 1.

Las propagandas brindadas a la educación son, también, muy llamativas al igual que las encontradas en la prensa laica:

- ✘ "¡Su triunfo será si estudia en la Academia Dictor. Centro de estudios comerciales y paladín de la CULTURA'. Cursos completos de: comercio, secretaría y lenguas. ¡instrúyete ya no pierdas tiempo!"⁶⁸.
- ✘ Otra publicidad de este tipo es:
- ✘ "Nuevos cursos comerciales". Aquí vemos la imagen de una joven escribiendo a máquina. "Comercio la carrera del porvenir"⁶⁹

¿Qué podemos decir de lo hallado en la prensa católica? Creemos que en ella hubo más resistencia en cuanto a estos nuevos factores que trataban de introducirse en el país por varios medios, sin embargo, también se vieron invadidos, quizás no de la misma forma que en la prensa laica, pero se vieron envueltos por esas innovaciones que entraban al país y que encantaban a los venezolanos. Las mujeres no podían resistirse ante los hermosos vestidos y cosméticos que realzaban su belleza y que veían, al menos, una buena parte de ellas, con admiración en las imágenes publicitarias. Era difícil tratar de evitar, incluso la misma religión, la llegada de estos nuevos agentes, símbolos de la "modernidad" que comienza a expandirse. No podían

⁶⁸ Ibidem. Septiembre 1, 1945. Pág. 5.

⁶⁹ Ibidem. Pág. 7.

aislarse del mundo.

Enfocando nuestra atención en las ya mencionadas imágenes publicitarias, tenemos por ejemplo:

- ✘ Medicinas: Elixir “para aliviar la agonía de esos días difíciles”, sal de fruta, purgantes, productos vitamínicos, píldoras para dolores y resfriados, jarabes para la tos, ungüentos para irritaciones y asperezas en la piel, etc.... Aun cuando no es la mujer la que aparece como la enferma en las imágenes, es ella la que encontramos, en su mayoría, dando el medicamento al esposo o al hijo.
- ✘ Productos de belleza: Cremas para el cuidado de la piel, pintura de uñas, lápiz labial, coloretes, polvos, jabón de tocador, etc... En éstos observamos las
- ✘ imágenes de mujeres jóvenes, bien maquilladas y elegantemente vestidas, en algunos de ellos con sombreros.
- ✘ Productos para el hogar: Cocinas (de kerosén, a gas o eléctricas), muebles, lavadoras, secadoras, neveras, desinfectantes, jabones para lavar, etcétera... En muchas de éstas vemos la imagen de mujeres con uniforme de servicio doméstico, o con delantales. En otras la esposa mostrándole a su marido las bien cuidadas ropas que acaba de lavar o planchar.
- ✘ Alimentos: Harina, leche, levadura, polvo de

hornear, atol, sopa de sobre, toddy, pudín, caldo en sobre, chocolate, productos envasados, gelatina, jugo, etc... Observamos en esta categoría a la señora de la casa sirviendo la comida a los miembros de la familia o vestidas con un delantal promocionando el producto.

En líneas generales diremos que la imagen femenina juega un papel importante en los anuncios publicitarios. De esa misma imagen se han valido para atraer la atención tanto de hombres como de mujeres. Involucrándolos, sin notarlo, en un estado en el que inconscientemente les lleva a que acepten cambios. Cuando una mujer ve el reflejo de otra que, en apariencia, es más *bella* y *elegante* que ella y que, según la publicidad, utilizando un producto en particular, podría llegar a verse como la mujer de la propaganda, podría entonces convertirse en rutina maquillarse y vestirse como la mujer de la imagen publicitaria, cambiando así su imagen. La publicidad influye en este sentido en el estilo de vida de las personas y, en este caso, de las mujeres.

4.- REVISTAS:

En cuanto a las revistas diremos que, aunque no hubo tiempo para analizar una cantidad considerable de ellas, si tuvimos la oportunidad de observar algunas correspondientes al período elegido (1945-1948). En estas encontramos, en algunas ocasiones, la

misma propaganda de la prensa, en otras hallamos la publicidad del mismo producto, pero tanto la imagen como la leyenda es diferente.

Debemos aclarar que nos tomamos la libertad de ser más detallistas al momento de describir las propagandas de las revistas, debido a que era más costoso obtener copia de las gráficas publicitarias de estas, y para tratar de explicar el cómo y de qué manera eran representadas las imágenes en la publicidad tuvimos que recurrir a este método.

En su gran mayoría la publicidad dedicada a la mujer está relacionada con productos de belleza:

- ✘ Yardley: "Muestre siempre su mejor cara... no existe ninguna cara hermosa natural que no pueda ser hecha aún más bella con los productos de Yardley. Y en la forma lo más discreta posible, debido a que la belleza más admirada es la que no da el menor indicio de aplicaciones de arte. Con razón puede afirmarse que muchísimas señoras consideradas como dotadas de gran belleza natural deben una buena parte de su atracción a la ayuda prestada por las preparaciones de belleza Yardley. Yardley de Londres"⁷⁰. Imagen: Rostro de una mujer que, en el estereotipo publicitario propio de la época, a nuestro criterio, correspondería al de una mujer elegante...

⁷⁰ Ibidem. Pág. 33.

- ✘ Modas: "He aquí el más sencillo de los modernos trajes ingleses, creado por 'Dorville'. Ni siquiera lleva solapas y el entallado de la chaqueta se consiguió con una pieza cerrada en la cintura. La falda fruncida da a este traje un encanto de hogar. El modelo está confeccionado en lana fina a cuadritos blancos, azul marino y bordeaux, y ornato con un cuello que sujeta un lacito también azul marino"⁷¹. Imagen: es una mujer joven, el traje descrito es muy discreto, las mangas llegan un poco más abajo del codo y la falda más debajo de la rodilla, el cuello es cerrado, no tiene tacones altos, sino unos zapatos casuales bajos.
- ✘ Pan-Cake: "Max Factor Hollywood. Maquillaje Pan-Cake el original... el mejor!. Maquillese en segundos... véase bella por horas... con la sorprendente nueva moda de Hollywood, que es ahora tan indispensable como el polvo facial, el colorete y el creyón de labios"⁷². Imagen: una estrella de Hollywood (Verónica Lakc) y el Pan-Cake.
- ✘ Stunning: "Stunning dicen las Mujeres Americanas. Las Mujeres Americanas se caracterizan por su reconocido buen gusto, y les encanta las cosas finas. Por eso es que prefieren KAYSER. La marca de exquisitas creaciones,

⁷¹ Elite. Abril 14, 1945. (Caracas) Año 20. N° 1019. Pág. 31.

⁷² Elite. Abril 21, 1945. (Caracas) Año 20. N° 1020. Pág. 15.

preferida en todas las naciones”⁷³. Imagen: Vemos en la imagen la fotografía de una mujer joven, elegante y discretamente vestida.

- ✕ Productos de belleza: “Sinónimo de tocado Aristocrático. La Aristocracia de Rue de la Paix – en París consagró su nombre. Llegó a la Quinta Avenida de Nueva York con el prestigio del favor de las más distinguidas mujeres de Francia. (...). Su nombre es un timbre de buen gusto en el tocador de toda mujer distinguida, porque decir LOUIS PHILIPPE es decir Aristocracia en la belleza, distinción y encanto en el maquillaje. Aristocrate sus encantos”. Imágenes: La principal es la imagen de una mujer joven muy elegante con el cabello recogido y labios pintados de tono muy oscuro; la otra imagen es de una pareja sobre la que se quiere dar la impresión de que está elegantemente vestida y camina por las calles de París; y por último los productos promocionados: Lápiz labial, coloretos y polvos.
- ✕ Dermetics: “¿Qué es Dermetics? Los productos de belleza de Post-Guerra, que ofrecen a la mujer moderna un tratamiento diferente, científico y práctico para adquirir y conservar un cutis terso, sano y resplandeciente. ¿Sabe usted por qué Dermetics está revolucionando las viejas teorías en tratamiento de belleza?. Porque es el primer producto que emplea en su elaboración

las experiencias obtenidas durante la Guerra. Su fórmula novísima hace nutrir el cutis por medio de su misma sangre, conservándolo eternamente joven”. (Publicidad escrita).

Observamos que, tanto en la publicidad de las revistas como la de los periódicos, las propagandas promocionan mucho más que un simple producto, específicamente en las que colocamos como ejemplo sobre las revistas, observamos las frases siguientes: “*Las Mujeres Americanas se caracterizan por su reconocido buen gusto*”; “*la sorprendente nueva moda [sic] de Hollywood*”; “*modernos trajes ingleses*”; “*Para ir a la moda hay que usar...*”; “*Sinónimo de tocado Aristocrático*”; entre otros. Es obvio que querían que la moda extranjera influyera en Venezuela, con respecto a la manera de vestirse, de maquillarse etcétera.... Y también, así como en los diarios, el lenguaje utilizado en la publicidad es *muy directo*, tal como podemos observar en las frases recientemente escritas.

Claro está, que no todas las propagandas eran sobre cosméticos o moda, también hallamos otros accesorios, que la publicidad asociaba a la imagen femenina al punto de que quien los percibiera los considerara como *propios de la mujer* y promociones de artículos domésticos, así como también de alimentos:

- ✕ Kotex: “No hay temor de líneas reveladoras con Kotex. Por esto es que más mujeres eligen Kotex que todas las otras marca de toallas sanitarias

⁷³ Ibidem. Pág. 34.

juntas. Además Kotex permanece suave durante su uso y ahora contiene desodorante”74. Imagen: mujer joven hablando por teléfono.

- ✘ TAMPAX: “Quisiera divulgar las virtudes de Tampax: sincinturones, sin alfileres, sin cojincillos, sin olor. Las damas que han descubierto los méritos de Tampax, los proclaman encantadas. ¿Y por qué no?. Con la protección sanitaria que ofrece mensualmente, no hay que elegir vestidos especiales para esos días. Tampax fue perfeccionado para uso interno. Hecho de algodón quirúrgico comprimido, Tampax es pequeño, pero en extremo absorbente. Cada unidad viene en un aplicador individual que después de utilizado, se desecha fácilmente. Es de rápida y fácil aplicación... no se nota, y no hay roce ni olor. Adopte Tampax para protección sanitaria mensualmente y no tendrá que privarse de diversiones, ni que soportar incomodidades ningún día del mes. Exteriormente, la presencia de Tampax no se advierte en lo más mínimo, bien lleve Ud., traje de baño, ropa deportiva o de calle. De venta en todas las farmacias y establecimientos donde se venden artículos para señoras. Aprobado para publicidad por la Revista de Asociación Médica Americana”75. Imagen: vemos a una señora joven y una caja de Tampax abierta con varios tampones fuera.

- ✘ Leche: “¡Soy una madre no un inspector de leches!. La protección de la pureza y calidad de la leche que le doy a mi familia, se la dejo a los expertos en leches. Las madres modernas, interesadas en el mejoramiento de la salud de sus niños, cuenta con la ayuda de expertos – los expertos en leches de la casa Klim, para estar seguras de una fuente uniforme de leche saludable”76. Imagen: una joven señora que replica molesta que ella es una madre y no un inspector de leches.
- ✘ Alimento vitamínico: “Nosotras las mujeres del mañana necesitamos KEPLER Hoy. La madre prudente proporciona a sus niños durante su crecimiento ALIMENTOS adicionales y VITAMINAS ‘extra’ para así asegurarles un desarrollo perfecto y saludable. La Emulsión ‘kepler’ es un tónico valioso a base de Aceite de Hígado de Bacalao y Extracto de Malta. Es Económica”77. Imagen: Una niña dibujando algo en una hoja y un frasco de dicha Emulsión.
- ✘ Uniformes: “Señora ama de casa distíngase usted también usando en su hogar uniformes POPO, son mejores y cuestan menos. Le ofrecemos también cofias y delantales en diferentes estilos”. (Publicidad escrita).

74 Élite. Enero 18, 1945. (Caracas) s/n. Pág. 24.

75 Élite. Abril 24, 1948. (Caracas) N° 1177. Pág. 8.

76 Ibidem. Pág. 46.

77 Ibidem. Pág. 33.

- ✕ Elixir: "¡Qué Guapa! Como que toma el elixir de Pancrinol(...)"⁷⁸. Imagen: una mujer jugando básquet.
- ✕ Cigarrillos: "Sí – Privado y Comprobado siempre. Más Suaves, más sabrosos, más frescos. Es decir, cuando usted ofrece Chesterfields Ud., sabe lo que ofrece. En cigarrillo no hay sino un método, el único, el de Chesterfields – provado y comprobado. Combinación exacta de los Mejores Tabacos del Mundo". Imagen: una joven, que podría acogerse al estereotipo de bonita en este tipo de publicidad, con un vestido largo, uñas pintadas, labios pintados con un tono muy oscuro, sonriente, tiene en una de sus manos un estuche de metal de cigarrillos abierto, en la parte superior de éste está la fotografía de un hombre que tiene uniforme de la milicia, observamos en la fotografía que tiene escrito "Siempre tuyo". En la parte inferior están los cigarrillos. En la otra mano la mujer tiene entre sus dedos un cigarrillo apagado.

Como podemos observar, también en la publicidad de revistas existen los mismos elementos hallados en la prensa, tanto laica como católica, se anuncian medicamentos, alimentos, artefactos domésticos, etcétera... Igualmente aquellos elementos que nos ubican en los acontecimientos propios de la época

⁷⁸ Élite. Abril 21, 1945. (Caracas) Año 20. N° 1020. Pág. 14.

como "*Los productos de belleza de Post-Guerra*". La imagen de la mujer con un cigarrillo es, asimismo, muy popular en los anuncios propagandísticos.

Con respecto a la propaganda hecha a la Tampax notamos que al final de una extensa explicación sobre sus beneficios y comodidades, hay un cupón que dice: "*Sírvase enviarme una caja de ensayo de Tampax, con instrucciones completas*", y dejan el espacio para escribir el nombre y la dirección.

Anteriormente hallamos, en muchas ocasiones, publicidad de toallas sanitarias *normales*, cuya única variedad era que contenían desodorante, ahora encontramos por primera vez, publicidad sobre Tampones. Ésta publicidad atrajo nuestra atención, nunca imaginamos que hallaríamos en esta época una propaganda de Tampax, creíamos que éstos habían aparecido más recientemente, debido a que incluso hoy en día la mayoría de mujeres prefieren las toallas sanitarias tradicionales, estamos seguros que si se hiciera un estudio de mercadeo, con respecto a estos dos productos, sabríamos con cifras de porcentaje que las toallas sanitarias *normales* han llevado ventaja en cuanto a su venta. Además la larga explicación de las ventajas de Tampax, hace pensar que debían promocionarla muy bien para poder ser aceptada por las mujeres.

Pero hay aquí otro elemento que también debemos tomar en cuenta: las mujeres necesitaban sentirse

más cómodas para ejercer sus nuevas actividades en la sociedad y es por ello que comienza a aparecer este tipo de publicidad.

Igualmente encontramos, en las revistas, publicidad sobre la educación:

- ✕ Colegio: " Colegio Fray Luis de León, Inscrito en el M.E.N. PP. Agustinos Recoletos. Caracas-Venezuela. Educación Primaria Elemental y Superior. Educación Secundaria: Si usted desea para sus hijos un Colegio de sólida EDUCACIÓN MORAL CIENTÍFICA, acuda al Fray Luis de León. Para el próximo año escolar le ofrecemos amplias y notables mejoras e su ya acreditado local, situado en unas de las más pobladas y modernas barriadas de la Capital"⁷⁹. (Publicidad escrita).

Hay mucha similitud entre las propagandas de las revistas y de la prensa, la publicidad, en estos dos medios, trasmite los mismos mensajes, aunque en ocasiones con otras palabras e imágenes. También aquí se presentan los tres tipos de imagen de la mujer encontrada en los periódicos.

Debemos aclarar que aún cuando la mayoría de las propagandas tomadas como ejemplo son de la revista

Élite, encontramos elementos similares en el resto de las revistas buscadas.

Estamos seguros de que la publicidad en general, tanto de prensa como de revistas, tenía como finalidad infundir en la sociedad varios elementos (no era el simple empeño de vender un producto) la publicidad promocionaba moda, educación, costumbres de otros países, etcétera... estos generaban nuevos patrones de conducta que, quizás sin notarlo, se introducía y se transmitía en la sociedad como símbolo de *progreso*, de *modernismo*.

Las revistas, en su mayoría, parecían estar dedicadas a las mujeres, debido a que no hay mucha publicidad dedicada a hombres. Las propagandas más comunes eran hechas para promocionar cosméticos (productos de belleza), colonias... también artefactos domésticos, jabones, alimentos, medicamentos, entre otros...

Hemos observado que existe gran semejanza entre las propagandas de la prensa y de las revistas, los elementos hallados en ambas fuentes nos llevan a la misma conclusión: *es posible hacer un análisis histórico basándonos en información hemerográfica y, en este caso, en la publicidad que en ésta aparece.*

⁷⁹ Iris. (Caracas) Mayo15,1945. N° 202 – Año XVII. Pág. 19.

Conclusión



Hemos llegado a varias conclusiones en relación con la imagen de la mujer venezolana a través de la publicidad impresa en periódicos y revistas de los años 1945 a 1948:

- ✘ El siglo XX fue fundamental para la mujer, ya que fue a partir de entonces cuando intervinieron en otros menesteres que trascendieron las fronteras de su hogar. No es que las mujeres no tuvieran un papel importante en la sociedad, es solo que tradicionalmente no se reflejaba sino los oficios propios de los hombres: la vida pública y todo lo que ella implica, especialmente la política. No les era reconocido a las mujeres su trabajo en la sociedad, a pesar de que este era casi igual de importante que el trabajo de los hombres. Es a raíz de todos los acontecimientos ocurridos en el siglo XX cuando las mujeres comenzaron a sentir la necesidad de hacer otras funciones diferentes a las que tradicionalmente hacían, las relacionadas a las tareas propias del hogar

y a su familia.

- ✘ En la publicidad encontramos factores importantes que nos dan elementos que facilitan nuestra búsqueda, lo que lleva a que la consideremos como una legítima Fuente Histórica. Las imágenes publicitarias pueden ser interpretadas de varias formas, todo depende de cómo se mire; por medio de ellas hemos conocido cómo y de qué manera se desenvolvía la sociedad, asimismo cuáles eran las enfermedades más comunes de la época, niveles educativos, así como también pudimos tener una idea de cómo estaba el país económicamente, etcétera... Podemos asegurar, entonces, que efectivamente es posible reconstruir parte de un hecho histórico, basados en la investigación y estudios realizados a través de la publicidad encontrada en la prensa y en las revistas, ya que éstas son un reflejo del mundo que les rodea. La publicidad está dirigida al consumidor y gracias a ella podemos conocer cómo se desarrollaba la sociedad de la época y, en el caso particular de la mujer, tener una aproximación sobre cuál era su papel y desenvolvimiento en la misma.
- ✘ Con el transcurrir del tiempo las mujeres comenzaron a desear tener participación en la vida pública que, en un principio, era cosa de hombres. No sabemos cuál fue el factor exacto que hizo que las mujeres se interesaran en oficios distintos a los del hogar, al cuidado

de los niños y del esposo; tal vez, estaban cansadas de la rutina hogareña; a lo mejor, la influencia extranjera les despertó la curiosidad de explorar actividades nuevas, diferentes a las que ellas hacían diariamente, o quizás fue el deseo de nadar contra la corriente, ir en contra de las costumbres tradicionales de la sociedad que les imponía la manera de actuar y de comportarse. No podemos decir que todas las mujeres anhelaban tener participación en la vida pública, un buen porcentaje de éstas estaban satisfechas con hacer los trabajos hogareños y no estaban interesadas en participar en la política, para ellas estas actividades eran propias de los hombres. Pensamos que probablemente debido al alto nivel de analfabetismo en el país, las mujeres que tuvieron, en un principio, participación en la vida pública fueron, quizás, de mejor posición social; y las más escépticas, tal vez, fueron de las clases menos privilegiadas. Tampoco sabemos, con precisión, cuál o cuáles fueron las primeras en tener estas inquietudes en el país, aunque encontramos varias mujeres que insistían en tener un lugar en la vida pública, como por ejemplo: María Teresa Castillo, Maritza Deldado de Egileor y Lucila Palacios. Poco a poco eran más las que se fueron sintiendo atraídas por aventurarse a lo desconocido para ellas, en ese entonces. Fue en la política en donde se encontraron con una barrera más inflexible que cualquier otra.

Si bien, los hombres no estaban de acuerdo con tal conducta y a regañadientes aceptaron que las mujeres se liberaran, un poco, del trabajo del hogar, no estaban dispuestos a permitir que ellas se metieran en su “terreno” máspreciado: la Política. Para ellos era inconcebible que una mujer tuviera participación en la política, no las creían capaces de saber desempeñarse en estos menesteres. Sin embargo, debido a situaciones especiales se vieron obligados a aceptar que votaran. Esto desencadenó un sinfín de acontecimientos, después de esto no pudieron evitar que continuaran teniendo participación en la vida pública. En cuanto a su participación en la Junta Revolucionaria de Gobierno, las mujeres consiguieron el derecho al voto, obtuvieron lo que ellas estaban seguras de merecer: tener participación en la vida pública. Consiguieron parte de sus reivindicaciones y después de esto no pararon de conseguir cada vez más reconocimiento en la sociedad.

- ✕ El estereotipo de la mujer venezolana reflejado en la publicidad de la prensa está recogido en tres grupos:
 - 1) Uno de los estereotipos femeninos hallado fue la *mujer del hogar*, es decir, el ama de casa, sobre el cual hay mucha publicidad de medicamentos, comidas, productos de limpieza, artefactos domésticos etcétera... estos son elementos que están asociados a la mujer, era ésta la que se

ocupaba de los menesteres que se realizaban con ellos. Encontramos también mujeres con uniforme de servicios domésticos en muchas propagandas. El rol de ésta no es de las mujeres que están luchando por obtener reconocimiento en la vida pública, sino de la mujer dedicada a su casa, a su esposo y a sus hijos. También existe otra imagen diferente a la hogareña (o como la hemos denominado para establecer una diferencia entre los estereotipos, *tradicional* en contraposición con la mujer *moderna*).

- 2) El segundo estereotipo es el de la mujer pública o social, en esta observamos mujeres *muy elegantes* que nada tenía que ver con la imagen hogareña. Éstas se ven, en nuestro criterio, *muy bien maquilladas* y con *vestidos muy refinados* (en ocasiones trajes muy *atrevidos*), haciendo publicidad a labiales, polvos, cremas, esmaltes de uñas y tiendas de ropa, entre otros.
- 3) Y el tercer estereotipo es mixto, pues encontramos propagandas en las cuales se reflejan las dos imágenes anteriores juntas, es decir, el ama de casa también podía hacer vida social y salir a las calles a realizar otras actividades.
 - ✕ En la publicidad de la prensa laica, encontramos mayor variedad tanto de imágenes como de productos. Las propagandas en las que

utilizaban la imagen femenina eran igualmente amplias, en estas encontramos a las mujeres promocionando productos de limpieza; artefactos eléctricos, cocinas, medicamentos, alimentos, jabones, ceras, entre otros... Así como también haciéndole publicidad a cosméticos o trajes de moda, perfumes, cigarrillos, etcétera....

- ✘ En cuanto a la prensa católica las imágenes, en general, son escasas, en la mayoría de ellas. En estos hemos observamos publicidad escrita muy precisa, la cual era, en su mayoría, sobre clínicas, médicos, farmacias, dentistas, ópticas, lotería. En una que otra ocasión, hallamos la imagen de una máquina de escribir, una máquina de coser, neveras, radios, pero no vemos la imagen de una mujer. Sin embargo, encontramos en uno de los diarios católicos semejanzas con la prensa laica, en La Religión de Caracas, por ejemplo, observamos la imagen de una mujer con un cigarrillo en la mano, derrumbando así una de nuestras hipótesis, en la cual asegurábamos que la prensa católica era mucho más conservadora y que no encontraríamos imágenes de este tipo.
- ✘ Con respecto a las revistas diremos que, a pesar de que no tuvimos tiempo para revisar una cantidad considerable de ellas, pasamos por el mismo proceso de aprendizaje, las características halladas son prácticamente las mismas encontradas en la prensa.
- ✘ Al observar los avisos publicitarios nos encontramos con algo más que la simple propaganda de un producto determinado, en ellas hay incitación a educarse, a tener mejor higiene, a vestirse de manera diferente, a realizar nuevas actividades en la sociedad, entre otros... quizás sin notarlo las personas cambiaban sus hábitos para adquirir otros que se incorporan por medio de esa imagen exportada de otros países y que la publicidad promocionaba, los cuales fueron vistos como símbolo de progreso, de modernidad. En cuanto a la modernidad – entendiendo ésta como la relacionada con aquellos elementos novedosos que ingresan o aparecen por primera vez en el país y que no tiene nada que ver con lo tradicional-, se ha encontrado mucha publicidad de nuevas cocinas, neveras, radios, carros, urbanizaciones, etcétera..., en las que podemos observar, en varias de ellas, las palabras “progreso”, “nuevo” o “novedoso”, “moderno”... Hemos visto, en propagandas de cigarrillos (aunque no en todas), que son las mujeres las que aparecen en las imágenes, dando a entender –en nuestra interpretación- que esa es una de las imágenes que identificarían a la mujer moderna.
- ✘ Por último, no nos queda más que ratificar que con la participación política, las mujeres venezolanas vieron cumplidas parte de sus metas, sus reivindicaciones sociales. Dejaron de estar en

segundo plano, comenzaron a ser reconocidas públicamente, tenían más participación y, con el correr del tiempo, era mayor la incorporación de éstas en la vida pública. La publicidad evidencia que efectivamente hubo un cambio en la vida de la mujer, estos dos elementos, la política y la publicidad, confluyeron para que las mujeres venezolanas finalmente conquistaran la calle.

BIBLIOHEMEROGRAFÍA

LIBROS:

Academia Nacional de la Historia. *Discursos de Incorporación* (1940-1958), 4 tomos, Caracas, Academia Nacional de la Historia,

ARCHILA MEDINA, Ricardo. "Epidemias". Diccionario de Historia de Venezuela. 1997 (Fundación Polar). Vol. 2.

BENDEZÚ UNTIVEROS, Raúl. "Comunicación Publicitaria, eficacia y lógica cultural". En: DIA-LOGOS de la comunicación. Lima. FELAFACS. N° 27. Julio de 1990. arturo@net.telematic.com.pe

CARRERA DAMAS, Germán. Historia Contemporánea de Venezuela. 2da. Edición (Caracas). Ediciones de la Biblioteca 1979. 299 p.

CARTAY Rafael. "El Nacimiento de la Mujer a la modernidad en Venezuela", en Presente y Pasado. Revista de Historia (Mérida) 2000 (N° 10). Universidad de Los Andes: Consejo de Desarrollo Científico Humanístico y Tecnológico / Escuela de Historia de la Facultad de Humanidades y Educación, Año 5; Julio-Diciembre 2000 (en prensa).

CASTILLO, María Teresa. "La Asociación Nacional de Empleados y el Trabajo de la Mujer". Caracas 26 de agosto de 1942, en Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Gobierno y época del Presidente Isaías Medina Angarita, Opinión política a través de la Prensa: 1941-1945". (Caracas) Vol. XXXI, Tomo IX (N° 47)

Congreso de la República. Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. 1ra Edición. Caracas. Editorial Ávila Arte S.A. 1989. 525 p.

DEPÉREZDÍAZ, Lucila L. "Conceptos sobre feminismos", Discurso de incorporación a la Academia Nacional de la Historia. Caracas. 1940-1958, 5 de junio de 1940, tomo 3, Academia Nacional de la Historia, 1966.

DELGADO DE EGILEOR, Maritza. "¿Debe intervenir la mujer en la administración? El feminismo debe tomar forma consistente.- Necesidad que las mujeres se organicen para la lucha", Caracas, 12 de febrero de 1943, en Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Ediciones de la Presidencia de la República, tomo IX, Vol. XXXI, (N° 47).

FERNÁNDEZ HERES, Rafael. "Educación". Diccionario de Historia de Venezuela. (Fundación Polar). 1997, Vol. 2.

KINDER, Hermann y Werner Hilgermann. Atlas Histórico Mundial. De la Revolución Francesa a Nuestros Días. Colección Fundamentos 2. (Madrid) Ediciones ISTMO. Vol. 2. 358 p.

PALACIOS, Lucila. "La mujer en la vida política". Sesión del día 12 de febrero de 1947. Pensamiento Político Venezolano del siglo XX, Documentos para su estudio. Ediciones de la Presidencia de la República, tomo X, Vol. XXXVIII, (N° 54)

PHILIP, Kotler. "Dirección de la Mercadotecnia". 9na. Edición. México. Prentice Hall. 1993. arturo@net.telematic.com.pe

PRATKANIS, Anthony y Elliot ARONSON. La Era de la Propaganda, uso y abuso de la Persuasión. 1ra. Edición. (Barcelona). Ediciones Paidós Ibérica, S.A. 1994. 366 p.

PUÑUEL, José Luis. "La imagen del consumidor en la publicidad". En DIA-LOGOS de la comunicación. (Lima) 1990 (Nº 27). Julio de 1990. arturo@net.telematic.com.pe

QUINTERO, Inés. "Itinerarios de la mujer o el 50 por ciento que se hace mitad", en Venezuela Siglo XX. Visiones y Testimonios, Caracas, Fundación Polar, 2000.

QUINTERO, Inés. Madres y Ciudadanas. La lucha por el sufragio femenino en Venezuela. Trabajo mimeografiado.

QUISPE LÁZARO, Arturo. Estereotipos Masculinos en la Publicidad. arturo@net.telematic.com.pe

Resumen General de la República. "Séptimo Censo Nacional de Población de 1941". 1ra Edición. Caracas. Editorial Grafolit. 1947.

Resumen General de la República. "Octavo Censo Nacional de Población de 1950". 1ra Edición. Caracas. Editorial Grafolit. 1950.

SILVA ÁLVAREZ, Alberto. "Modernización". Diccionario de Historia de Venezuela. 1997 (Fundación Polar), Vol. 3.

PRENSA:

- ✘ Diario Católico (San Cristóbal): 1945-1948.
- ✘ La Esfera (Caracas): 1945-1948.
- ✘ Fantoques (Caracas) 1945, 1948
- ✘ El Heraldo (Caracas) 1945-1948
- ✘ El Morrocoy Azul (Caracas) 1946-1948
- ✘ El Nacional (Caracas) 1945-1948
- ✘ El País (Caracas) 1945-1948.
- ✘ Rebeldía (Mérida): 1947.
- ✘ La Religión (Caracas) 1945-1948.
- ✘ La Revolución (Mérida): 1946-1947.
- ✘ El Revolucionario (Mérida) 1945.
- ✘ El Universal (Caracas) 1945-1948.
- ✘ El Vigilante (Mérida) 1945-1948.

REVISTAS:

- ✘ Amanecer (San Cristóbal), 1945-1947.
- ✘ Élite (Caracas) 1945, 1948.
- ✘ El Faro (Caracas) 1945.
- ✘ El Farol (Caracas) 1946-1948.
- ✘ Iris (Caracas) 1945-1948.

ANEXOS

CUADRO N° 3
Incremento por Estados. Censos de los años
1941 y 1950⁸⁰

Entidades Federales/ Estados	Total 1941	Total 1950	Diferencia	Varones 1941	Varones 1950	Diferencia	Hembras 1941	Hembras 1950	Diferencia
Venezuela	3.852.919	5.034.838	1.181.919	1.910.861	2.552.491	641.630	1.942.058	2.482.347	540.289
Distrito Federal	380.099	709.602	329.503	179.479	359.037	179.558	200.620	350.565	149.945
Anzoátegui	155.746	242.058	86.312	78.970	124.283	45.313	76.776	117.775	40.999
Apure	70.560	88.939	18.379	35.835	45.393	9.558	34.725	43.546	8.821
Aragua	138.235	189.891	51.656	69.315	97.702	28.387	68.920	92.189	23.269
Barinas	62.959	79.944	16.985	32.304	41.549	9.245	30.655	38.395	7.740
Bolívar	94.522	127.436	32.914	47.438	65.877	18.439	47.084	61.559	13.755
Carabobo	194.442	242.923	48.481	97.044	122.407	25.363	97.398	120.516	23.118
Cojedes	49.769	52.111	2.342	25.375	27.027	1.652	24.394	25.084	1.410
Falcón	232.644	258.759	26.115	111.870	127.650	15.780	120.774	131.109	10.335
Guárico	135.089	164.523	29.434	67.742	84.747	17.005	67.347	79.776	12.429
Lara	332.975	368.169	35.194	161.814	181.332	19.518	171.161	186.837	15.676
Mérida	192.994	211.110	18.116	95.665	106.002	10.337	97.329	105.108	7.779
Miranda	227.604	276.273	48.669	113.853	141.522	27.669	113.751	134.751	21.000
Monagas	122.910	175.560	52.654	63.801	89.750	25.949	59.100	85.810	26.710

Anexo N° 1-A

80 Resumen General de la Nación-Censos- Tomos VIII (1941, p. XV) y IX (1950, p.130)

CUADRO N° 4
Incremento por Estados. Censos de los años
1941 y 1950⁸¹

(Continuación)

Entidades Federales/ Estados	Total 1941	Total 1950	Diferencia	Varones 1941	Varones 1950	Diferencia	Hembras 1941	Hembras 1950	Diferencia
Nueva Esparta	69.195	75.899	6.704	30.061	34.499	4.438	39.134	41.400	2.266
Portuguesa	87.151	122.153	35.002	45.543	64.992	19.449	41.608	57.161	15.553
Sucre	291.452	333.607	42.155	145.183	168.464	23.281	146.269	165.143	18.874
Táchira	245.722	304.181	58.459	123.738	154.838	31.100	121.984	149.343	27.359
Trujillo	264.270	273.919	26.351	128.420	134.883	6.463	135.850	139.036	3.186
Yaracuy	127.030	132.436	5.406	63.258	67.968	4.710	63.772	64.468	696
Zulia	345.667	560.336	214.669	177.033	299.426	122.393	168.634	271.910	103.276
Amazonas	3.728	10.582	6.854	1.987	5.683	3.696	1.741	4.899	3.158
Delta Amacuro	28.165	33.648	5.483	15.133	17.903	2.770	13.032	15.745	2.713
Dependencias Federales Población	852	779	73	684	557	127	168	222	54
Indígena	100.600	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Anexo N° 1-B

81 Resumen General de la Nación-Censos- Tomos VIII (1941, p. XV) y IX (1950, p.130)

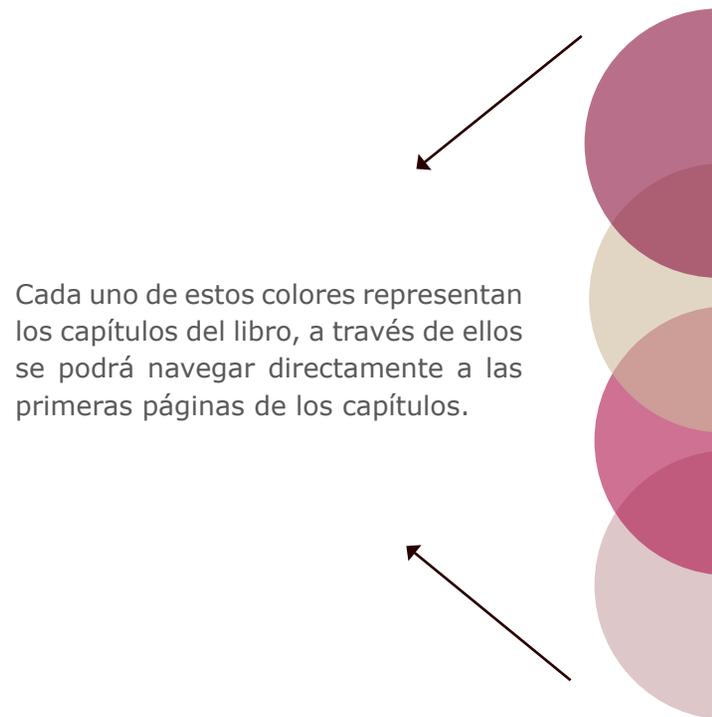
**Población estimada de Venezuela de los años
1942-1952⁸²**

Población estimada de Venezuela	Habitantes¹
1 de julio de 1942	3.906.408
1 de julio de 1943	4.004.719
1 de julio de 1944	4.103.025
1 de julio de 1945	4.201.331
1 de julio de 1946	4.299.638
1 de julio de 1947	4.397.944
1 de julio de 1948	4.496.255
1 de julio de 1949	4.594.562
1 de julio de 1950	4.692.868

Anexo N° 2

⁸² Resumen General de la Nación. VII Censo Nacional de Población de 1941. (Caracas) 1947, p. XXXVII

Instrucciones de uso del libro electrónico



Cada uno de estos colores representan los capítulos del libro, a través de ellos se podrá navegar directamente a las primeras páginas de los capítulos.

A través del índice también es posible acceder directamente a las páginas correspondientes al contenido escogido



Dependiendo del capítulo en el que esté ubicado, el color identificador se mantendrá más oscuro.

Aproveche los url indicados en los pies de página y la bibliografía para consultar directamente a través del libro, sólo con un clic.

COLECCIÓN MEMORIAS DE GRADO

Grupo de Investigación Historia de las Ideas de América Latina
Facultad de Humanidades y Educación, Universidad de Los Andes

- **Semiosis institucional:**
Videocarteras como trat transmisoras de identidad y constructoras de imagen, caso PDVSA, La Campiña.
- **Fotografía venezolana:**
más allá de una mirada casual a la realidad
- **Capillitas a la orilla del camino**
Expresión estética y cultural de la muerte en la ciudad de Mérida
- **Repertorio Léxico:**
En testamentos merideños del siglo XVII.
- **Mirando el volar del tiempo...
y abriendo los ojos del silencio...**
La mujer en la provincia de Mérida: 1785-1810.
Maltrato conyugal. Procedimiento jurídico
- **Contrabando y comiso de urao**
en la provincia de Mérida, durante la vigencia del estanco del tabaco (1781 - 1833).
- **Aproximación al estudio de la imagen de la mujer venezolana**
a través de la publicidad impresa en periódicos y revistas (1945-1948)