

EL HOGAR SOÑADO: EL IDEAL DOMÉSTICO Y FEMENINO EN LA
ESPAÑA DE LOS AÑOS SESENTA Y SETENTA
THE *DREAM* HOME: THE DOMESTIC AND FEMININE IDEAL IN SPAIN IN THE
1960S AND 1970S

Lucía Navarro Martín*
Universidad de Alcalá

Resumen

Este artículo explora la formación del ideal (o los ideales) doméstico y su relación con los ideales femeninos en España durante el periodo final de la dictadura franquista (décadas de los sesenta y setenta del siglo XX). La complejidad de este momento histórico, en el que se están produciendo importantes transformaciones en el país, hacen que el análisis se deba realizar desde distintas fuentes. Por un lado, algunos escritos y organismos franquistas muestran cuál era el ideal oficial de los hogares y el rol en ellos de las mujeres y como este va cambiando a lo largo de la dictadura. Por otro, la entrada de España en las lógicas de la sociedad de consumo de masas a mediados de los años sesenta, hace necesario estudiar el ideal doméstico y femenino desde la publicidad y la perspectiva del consumo. Para ello son una fuente inestimable revistas dirigidas a mujeres como *Cocina y Hogar*. El contraste de estos ideales con la realidad y las vivencias de las amas de casa de estas décadas es la pieza final para comprender como las mujeres del final del franquismo soñaban su hogar.

Palabras clave: casa, ideal, domesticidad, franquismo, sociedad de consumo, mujer.

Abstract

This article explores the formation of the domestic ideal (or ideals) and its relationship with feminine ideals in Spain during the final period of Franco's dictatorship (1960s and 1970s). The complexity of this historical moment, in which important transformations were taking place in the country, means that the analysis must be carried out from different sources. On the one hand, some Francoist documents and organisations show what the official ideal of the home and the role of women in it was, and how this changed throughout the dictatorship. On the other hand, Spain's entrance into the logic of mass consumer society in the mid-1960s made it necessary to study the domestic and feminine ideal from the perspective of advertising and consumerism. Magazines aimed at women, such as *Cocina y Hogar*, are an invaluable source for this

purpose. The contrast between these ideals and the reality and experiences of the housewives of these decades is the final piece to understand how women at the end of Franco's dictatorship dreamt of their home.

Keywords: house, ideal, domesticity, Francoism, consumer society, women.

Introducción

“Lo que define a la sociedad burguesa no son las necesidades, sino los deseos.

Los deseos son psicológicos, no biológicos...

A fin de ser como el más hermoso o el más astuto, los otros...

las apariencias importan más que la realidad”

Daniel Bell, 1977¹

Las casas son tan antiguas como la humanidad. Las personas siempre hemos habitado el espacio, transformándolo según nuestras necesidades hasta convertirlo en un hogar. Sin embargo, la manera de construir, de habitar y de entender ese espacio que se habita ha ido cambiando a lo largo de la historia. Así, en la España de las décadas de los sesenta y setenta del pasado siglo había una serie de factores materiales, políticos y socioculturales que influyeron, por un lado, en las características objetivas de las casas y su interior y, por otro, en cómo las personas del momento soñaban su hogar. Es a este sueño, a esta casa idealizada, a donde dirigiremos la atención en este artículo, y no tanto a las características objetivas de la misma.

El concepto de “domesticidad” existente en la España del final del franquismo tiene su germen en el siglo XIX y está enormemente ligado a la familia, los valores y forma de vida burguesa. Es entonces cuando en Europa, y en especial en la Inglaterra Victoriana², se empieza a teorizar sobre la existencia de dos espacios sociales opuestos y separados: el espacio público y el espacio privado, identificado este último con lo doméstico y con lo femenino. En concreto nos interesa cómo en esta época se configura el ideal femenino ligado a la domesticidad como “ángel del hogar”. Un proceso estudiado en el caso español por Nerea Aresti, que hace un estudio crítico del concepto en el siglo XIX y además indaga cómo evolucionan estos ideales de género hasta el primer tercio del siglo XX, siendo estos definitorios del modelo de mujer de las décadas posteriores³. Una pregunta que debemos tener presente en este artículo es hasta qué punto este ideal de la mujer como esposa, madre y señora de la casa, así como el de la familia y el hogar burgueses, aparecen en el imaginario de la España franquista y de su población.

Haciendo un ejercicio de síntesis, podemos afirmar que en la sociedad española de los años sesenta y setenta del siglo XX el ideal doméstico estaba influido fundamentalmente por dos contextos sociales. Por un lado, el contexto nacional, con la propaganda y moral del nacionalcatolicismo desde el inicio de la dictadura y, por otro, el contexto internacional, en el que destacamos la rápida consolidación de las dinámicas de la sociedad capitalista, que transmite un modelo doméstico dirigido al consumo. Teniendo esto en cuenta, el artículo se divide en dos partes, en las que exploraremos cómo se retrataban el hogar y la mujer (ama o señora de la casa) “ideales” desde estos dos contextos.

Este trabajo es deudor de la labor de múltiples investigadoras que, desde la década de los noventa del pasado siglo, se han volcado en el estudio de las mujeres como sujetos históricos. En concreto, el caso del franquismo, su represión específica hacia las mujeres y su modelo de feminidad han sido ampliamente estudiados. Por mencionar sólo a algunas aportaciones, han sido esenciales para establecer el marco teórico de este trabajo la tesis de M^a del Carmen Muñoz Ruiz sobre los ideales domésticos en las revistas femeninas españolas⁴; los estudios de Eider de Dios Fernández sobre mujeres trabajadoras y el ambiguo ideal femenino franquista⁵; los trabajos en torno a la represión de las mujeres durante la dictadura y la participación de estas en los movimientos sociales y políticos antifranquistas de Carme Moliner⁶ y Ana M. Aguado⁷; o la movilización de mujeres durante el franquismo estudiada por Inmaculada Blasco⁸.

En cuanto al contexto internacional y la relación de este ideal femenino de los sesenta y setenta con la sociedad de consumo han sido esenciales los estudios de Alba Carosio⁹ y, sobre todo, de Penny Sparke¹⁰, cuyo magistral análisis sobre las relaciones de poder, la capacidad de decisión y la realidad de las mujeres británicas y estadounidenses dentro del espacio doméstico y la sociedad de consumo se puede aplicar al caso español con el conveniente atraso cronológico.

El estudio del *ideal* de la mujer y del espacio doméstico en España, influenciado por los postulados franquistas y capitalistas, va a ser contrastado en este trabajo con lo experiencial, utilizando como fuente los testimonios orales obtenidos en las entrevistas a 10 mujeres nacidas entre 1934 y 1968 que realicé en Valladolid entre enero y abril del 2023. Consideramos que el aporte de este artículo es, precisamente, combinar la extensa literatura científica ya mencionada, con fuentes hemerográficas de la época y, sobre todo, fuentes orales, que ayudan a matizar algunas conclusiones, a acceder a información sobre lo subjetivo y emocional y a poner en valor los testimonios de 10 mujeres que deben ser consideradas las protagonistas de esta historia.

Las entrevistas orales requieren, por su naturaleza, un tratamiento metodológico específico en su preparación, ejecución y análisis posterior. Como guía en este proceso, se han seguido las pautas marcadas en el manual de Miren Llona: *Entrevese. Teoría y metodología práctica de las fuentes orales*, que advierte sobre la influencia del presente en los recuerdos del pasado, la centralidad de las emociones en los procesos de formación de la memoria y su íntima relación con la construcción identitaria¹¹. También hay que tener en cuenta las limitaciones que una muestra de sólo 10 entrevistas tiene para llegar a resultados concluyentes. Por ello, los testimonios orales deben contrastarse siempre con otro tipo de fuentes y se analizan desde una metodología cualitativa, no cuantitativa, poniendo el foco en la información que proporcionan sobre lo subjetivo y el mundo interior de las mujeres. Teniendo esto en cuenta, lo que expresan las mujeres entrevistadas (la mayoría amas de casa durante las décadas que nos ocupan) nos permite comprobar (o al menos matizar) hasta qué punto era efectiva la implantación de los ideales franquista y capitalista, y atisbar cómo, más allá de estas influencias, estas mujeres concretas *soñaban* su hogar.

Los cimientos del ideal doméstico franquista

“Españoles: Habéis de perdonarme si irrumpo en la paz de vuestros hogares para haceros partícipes de las inquietudes del mundo en que vivimos”
Francisco Franco, 1960¹²

La familia y el hogar fueron temas recurrentes de los ideólogos e ideólogas franquistas y una pieza clave de la propaganda desde el inicio de la dictadura. Esto se explica porque, como en otros fascismos, se consagra a la familia como pilar en el que descansan los valores y la moralidad de la nueva nación¹³. Ante esto, no es sorprendente que el régimen intentara moldearla, tratando de meterse en el interior de las casas e influir en la vida privada de los ciudadanos. Se pone en marcha, pues, un aparato propagandístico e ideológico que, entre otras cosas, elabora un “modelo ideal” del hogar español y la familia tradicional española. Un ideal que, como es lógico, sufre de manera paralela al régimen una paulatina evolución.

Las casas aparecen constantemente en la propaganda oficial desde el inicio de la dictadura. En palabras de Fandiño Pérez “la vivienda fue un vehículo ideal para la transmisión de la retórica franquista en su empeño por construir el mito del estado constructor y protector”¹⁴. Además, el ideal familiar que promovía el franquismo pasaba por tener acceso a la propiedad de una casa (normalmente un piso), gracias a la supuesta acción social y benefactora del Estado. Es en este hogar propio, donde la “institución natural”¹⁵ de la familia hallaría la felicidad. No hay que perder de vista que esta imagen del estado como “benefactor social” era parte del aparato ideológico y propagandístico del régimen y que la historiografía actual cuestiona su alcance real, como estudian por ejemplo Ortiz Heras y González Madrid¹⁶ o Román Ruiz, que además de poner en duda los datos oficiales, indaga en las razones de fondo del estado en la construcción de casas baratas¹⁷.

Por otro lado, no se puede hablar del ideal de casa que promocionaba el régimen sin hablar también de cómo construye el ideal de mujer. Aunque en la dialéctica franquista la cabeza de familia sea el hombre, es la mujer -amante esposa y madre- la que tiene la responsabilidad teórica y real de llevar el hogar, de cuidar la familia y en la que se pone el foco de la moralidad. Así, como había ocurrido con el “ángel el hogar” decimonónico, el ideal doméstico franquista está profundamente intrincado con el ideal femenino¹⁸.

Este ideal se respaldaba además con una legislación patriarcal, que limitaba los derechos y libertades civiles de la población femenina y cuyo fondo ideológico se puede resumir con la idea de minoría de edad de la mujer y con esta sentencia en el Fuero del Trabajo: “el Estado libertará a la mujer casada del taller y de la fábrica”¹⁹. El organismo del Estado que más peso tuvo en la difusión de este modelo femenino fue la Sección Femenina, que promovió un ideal de madre y esposa abnegada, ahorradora y austera, que debía sacrificarse y desvivirse por su familia. En los discursos de este organismo uno de estos aspectos destaca sobre el resto: la mujer es, ante todo, “madre de la patria”, estando el nacionalismo y la propaganda política impregnados en casi la totalidad de los documentos de esta institución²⁰. Aunque, para las décadas que nos ocupan, la percepción social de la mujer estaba cambiando, y se puede

observar dentro de la Sección Femenina un debate en torno a su promoción laboral y distintas contradicciones o ambigüedades en su discurso²¹.

Todo este aparato institucional y propagandístico va calando en la población española y afecta a la manera en la que visualizan (sueñan) sus hogares y familias. Pero ¿hasta qué punto las mujeres entrevistadas, que se casaron, formaron familias y compraron casas a lo largo de los sesenta y los setenta tuvieron este rol e interiorizaron este ideal doméstico? Para indagar en esta pregunta recurrimos a las entrevistas, en un intento de averiguar cómo se veían a sí mismas y qué hogar soñaban las mujeres de la época.

Por un lado, el deseo de ser propietarias de una casa, tan insistentemente promovido por el régimen, sí que caló en las mujeres entrevistadas. Todas ellas expresan, de una forma u otra, que deseaban comprar un piso, considerándolo una opción mejor que el alquiler. Aspiraban además a ciertas infraestructuras mínimas, a las que van accediendo a lo largo de las décadas que nos ocupan. Jero recuerda cómo fue la búsqueda de su primer piso tras casarse en 1979 y qué elementos ella y su marido tuvieron en cuenta:

Jero (J): Jero (J): el elegir la casa fue un poco, pues, sobre el dinero que teníamos. Teníamos unos pequeños ahorros para dar la entrada, es lo único que teníamos. Luego, lo demás, pues, pensábamos que como el trabajo era estable, pues, pedir una hipoteca e irla pagando poco a poco (...) Yo lo único que buscaba... porque sí que vimos una en el barrio de la Rondilla, pero era un sexto sin ascensor. Y yo en eso sí que dije no quiero porque yo sé que mi familia toda ha tenido problema de huesos y yo voy a tener también (...) Y eso sí buscaba yo ya, que a ser posible que tuviera ascensor.

Por otro lado, todas las mujeres entrevistadas, excepto tres nacidas después de 1960 (niñas en la época que nos ocupa), se casaron, tuvieron hijos y fueron “amas de casa”. Se percibe tras su testimonio que en la sociedad que les tocó vivir no se concebía otra opción (o al menos otra opción “mejor”). Una vez cumplidos ciertos años “tocaba” casarse y, por supuesto, tener descendencia.

Lidia (L): Y entonces ya dijimos: pues oye, vamos a casarnos, y allá nos dieron las llaves de la casa, del piso, que le había dado la entrada. Nos dieron las llaves del piso y ya... pues oye, nos tenemos que casar, porque ya tenía 27 años me parece.

Lourdes (L): Y luego ya, me acuerdo que nos casamos en octubre y hasta el año siguiente en abril o así no quedé embarazada. Ya sabes que antes... los embarazos antes los hombres es para lo que se casaban (...) No te creas que se decían, vamos a esperar o tal, como ahora. Que a mis hijos ahora les tienen cuando quieren.

Algunas hablan con resignación de sus matrimonios, mientras otras mencionan la “suerte” que tuvieron con sus maridos, si luego tuvieron una buena relación, o resaltan que ellos “les ayudaban mucho”.

Paquita (P): Entonces, tenía que cuidar de las que no iban al cole, en casa, (...) me he dedicado yo. Y Emiliano, cuando estaba en casa, me echó

siempre una mano. Siempre, siempre, siempre (...) entreteniéndolas, jugando con ellas... ¿sabes?.

En los testimonios también se percibe cierta resistencia a estos roles impuestos, aunque luego se asumiera el papel de madre y ama de casa. Lourdes recuerda la mentalidad de su padre, que ahora, desde el presente, considera anticuada:

Lourdes (L): Mi padre, como digo yo, era un pobrecito (...) decía que los chicos tenían que ganar el pan para llevar a casa. Las chicas, con que nos casáramos, pues ya nos mantendrían. Esa mentalidad tenía, sabes...

Para analizar estos testimonios no podemos perder de vista que la memoria de una persona se transforma y modifica enormemente a lo largo del tiempo. Si las entrevistas se hubieran realizado en los años sesenta, cuando estaban viviendo estos hechos, las respuestas habrían sido diferentes. En palabras de Miren Llona “En todo recuerdo debemos pararnos a analizar qué parte de la información se refiere al pasado y qué es lo que está siendo reevaluado desde el presente, desde las condiciones concretas de realización de la rememoración que, en el caso de las historias de vida, coincide con el momento de la entrevista”²².

Teniendo esto en cuenta, podemos afirmar que las entrevistadas transmiten que sí que estaba bastante generalizada aún en los años sesenta y primeros setenta la concepción de que el lugar ideal de la mujer era en la casa y con los niños y que, si se podía, el marido deseaba “liberarla” del trabajo fuera de casa. Ahora bien, el malestar que varias de ellas transmiten por esta situación debe entenderse desde un contexto presente. Este malestar indudablemente existía, pero su discurso sobre él se ha reelaborado con el paso del tiempo, incorporando el paradigma actual sobre el lugar de las mujeres en la sociedad.

Es también muy interesante analizar como estas mujeres hablan de sus madres y sus infancias. En los testimonios se refleja como la realidad de estas mujeres del final del franquismo era muy diferente de la que habían vivido sus madres en la posguerra. Los diferentes contextos sociales produjeron un panorama del mundo laboral femenino muy distinto y también distintos tipos de aspiraciones de estos grupos de mujeres para ellas y para sus hijos. De hecho, las difíciles circunstancias provocaron que en la práctica casi la totalidad de las mujeres adultas de la posguerra “se convirtió, por fuerza, en contramodelos del ideal de mujer preconizados por el franquismo”²³, lo que posiblemente hizo que algunas de estas mujeres sí que consideraran deseable este modelo de mujer “no trabajadora” para sus hijas. En palabras de García-Orellán,

la mujer de la posguerra aspira a que sus hijas sean “amas de casa” y vivan en familias nucleares; se trata de una imagen de familia burguesa cuyo modelo está en las novelas por entregas, la radio y el cine, un imaginario idealizado de comodidad y “buen vivir” que constituye el sueño colectivo de esta generación²⁴.

Pese a la implantación de este ideal, durante las décadas que nos ocupan aún fueron numerosas las mujeres que trabajaron fuera del hogar. Es el caso de varias de las entrevistadas, que dicen haberlo hecho por necesidad, cuando no se

lograba llegar a final de mes. Sagrario explica cómo, desde que sus hijos eran pequeños, tuvo que compatibilizar el trabajo doméstico y su crianza con un trabajo fuera del hogar, limpiando un colegio:

Sagrario (S): Y ahí fue cuando empecé a trabajar. Trabajábamos de 7 menos cuarto de la mañana a 9 de la mañana. Venía a todo gas a por los niños para llevarlos al colegio.

Entrevistadora (E): ¿Vivíais con alguien más que te ayudara?

(S): No, cariño (...) Les ponía el despertador y cuando ya venía, ellos ya estaban despiertos y estaban ya en el cuarto de baño y demás. En ese momento pues tenían cinco años y tres el pequeño (...) Y después íbamos (*a trabajar*) a las seis de la tarde. Otra vez, de seis de la tarde a once de la noche.

Estos testimonios hacen evidente que hay que introducir el factor de la clase social para entender estos ideales femeninos, pues había mujeres que no podían permitirse no aportar económicamente a la familia y muchas veces pasaban a trabajar en el servicio doméstico, mientras que otras mujeres, al contrario, podían permitirse una “ayuda” en el hogar y pasaban a ser “servidas”²⁵.

Así, los testimonios de personas concretas muestran que, como suele pasar, la realidad era más compleja que los ideales, y que la ideología del régimen por sí sola es insuficiente para explicar la realidad de la vida doméstica de los años sesenta y setenta. Es más, ninguna de las mujeres entrevistadas parece tener asimilada esta ideología de la Sección Femenina y el nacionalcatolicismo. Cuestionan en ocasiones su rol limitado sólo al hogar (aunque lo asumen) y, desde luego, no hacen mención en ningún momento a la patria. Parece que en los años sesenta estos cimientos ideológicos del régimen que se implantaron en los años cuarenta no tienen ya tanta fuerza.

Esto se refleja también en las aspiraciones que tienen para sus hijas (muy diferentes a las que, como hemos visto, tuvieron para ellas sus madres). Estas mujeres, que habían vivido toda su vida como amas de casa, desean que sus hijas (e hijos) estudien y tengan un oficio. Las jóvenes de finales de los años sesenta y principio de los setenta también empiezan a desear entrar en el mercado laboral y convertirse en mujeres profesionales y más modernas, cuestionando los modelos establecidos hasta entonces²⁶.

Las importantes transformaciones sociales que trae el desarrollismo van de la mano de un cambio en los gustos, las modas y los ideales. Se hace evidente un cambio de paradigma que coincide con la apertura del régimen al mundo exterior, momento en el que el franquismo intenta cubrirse de aires de “modernidad”.

Esto se refleja en uno de los instrumentos de propaganda más cotidianos del régimen: el Noticiero Cinematográfico Español (NO-DO). Si hasta los años cincuenta lo que predominaba en el noticiero eran sobre todo reportajes sobre la inauguración de grupos de viviendas de nueva planta o entregas de llaves a sus afortunados “agraciados”, que pretendían mostrar un Estado benefactor²⁷, a partir de los sesenta observamos que se introducen nuevas temáticas en torno a los hogares, en los que la centralidad del discurso pasa a la “modernización”.

En un programa emitido el 1 de enero de 1967, dentro de la sección de “Imágenes”, con el título de “Hogares Modernos”²⁸ se presentan distintos interiores y objetos domésticos más modernos y tecnificados, haciéndose evidente que ya no estamos en la España autárquica de la posguerra sino en pleno proceso de entrada a la sociedad de consumo.

Observen ustedes el mobiliario de uso y consumo. La mesa plegable, el lavabo, la cocina de gas y los armarios. Algunas roulotte tienen, además, calefacción y ducha (7:33-8:12)²⁹.

En el reportaje también se hace constante referencia a los espacios racionales y eficaces, a los avances tecnológicos, y en concreto a los electrodomésticos, que pasan a ser el paradigma de una casa de ensueño. En este sentido, el ideal arquitectónico y decorativo que promueve el franquismo, que en la época de la posguerra rechazaba las concepciones materialistas y se acercaba a una visión más “espiritual”³⁰, para los años sesenta ya se ve impregnado por los principios estéticos y arquitectónicos del movimiento moderno europeo³¹.

Por otro lado, en los años sesenta el ideal doméstico se sigue ligando totalmente a lo femenino. Dentro de las casas expuestas en el reportaje vemos a elegantes amas de casa que muestran los equipamientos y se desenvuelven en su día a día. Pero nada tienen que ver estas mujeres con las retratadas en los primeros escritos de la Sección Femenina. No aparece en el reportaje la “madre de la patria” abnegada y austera, sino que, como todo en la casa, se nos muestra aquí a una mujer moderna. Sin dejar de ser la encargada de la felicidad de la familia y del buen funcionamiento del hogar, se dejan atrás los discursos de total abnegación. Gracias a las nuevas tecnologías, la nueva ama de casa se “profesionaliza” y dispone de tiempo para disfrutar con su marido o tener tiempo libre para ella. Tiene mayor autonomía (se la ve en el documental aparcando el coche) y parte en la vida pública. Significativamente, los hijos apenas aparecen mencionados en el reportaje.

¿Cómo se ha producido este importante cambio en los modelos ideales de familia, mujer y hogar? Muchos factores afectan al cambio del ideal doméstico que se percibe en estos años, pero aquí defendemos que uno de los más importantes (sino el que más) fue la transformación de España en una sociedad de consumo de masas, con la importación desde el escenario internacional de un modelo de familia y mujer más “modernos” que, con límites, acabó adoptando el régimen. Si bien los modelos de familia y hogar tradicionales promovidos por la Iglesia y el régimen siguieron existiendo de fondo, se van a ver muy modificados por estos aires internacionales que proponen un ideal doméstico distinto y, en muchos sentidos, cambian las reglas del juego.

La Sección Femenina continúa su labor, pero se rebaja el machaque ideológico, adaptándose a los tiempos. También la Iglesia vive un momento de transformación en el que, grandes sectores se separan e incluso luchan contra el franquismo y las directrices morales previas. Las casas cambian, se modernizan y tecnifican, la visión e imagen de la mujer se transforma, flexibilizando y profesionalizando su rol de ama de casa. Las viviendas se llenan de objetos que antes se habrían considerado innecesarios, la familia cada vez es menos tradicional y a las mujeres, que no dejarán de ser las encargadas de organizar el

hogar y la vida doméstica, se les da un nuevo rol, además de ser madres, esposas y amas de casa: el de consumidoras.

La sociedad de consumo y el ideal doméstico. Lo que nos dice la revista femenina *Cocina y Hogar*.

Como han estudiado en profundidad los sociólogos José Castillo y Gaspar Brändle, España se convierte a lo largo de las décadas de los sesenta y setenta en una sociedad de consumo de masas, definida por Castillo como: “una sociedad donde se haya generalizado el disfrute de bienes duraderos y la mayoría de la población pueda satisfacer cumplidamente algo más que sus necesidades elementales”³². En España esta definición empieza a ser aplicable desde mediados de los años sesenta, momento en el que los rápidos cambios en la mentalidad y las dinámicas familiares se ven acompañados (según algunos autores incluso producidos) por un desarrollo tecnológico, una producción masiva y, en consecuencia, un consumo masivo.

En lo que respecta al espacio y vida doméstica, la incorporación generalizada de equipamientos tecnológicos para el hogar supuso también una transformación de los interiores de las casas y de las dinámicas familiares. Además, junto a todos estos cambios materiales, se transformaron también las aspiraciones e ideales de las personas en torno a su hogar. El ideal, el *sueño*, empieza a moldearse por las influencias extranjeras, especialmente el *american dream* y el *american way of life*, que a través del cine y la publicidad van calando en las familias españolas³³.

La historiadora del diseño, Penny Sparke insiste en esta íntima relación entre lo real y lo representado, y cómo la identidad de las personas se configura en interacción con los bienes de su entorno a los que se accede a través del consumo. En este sentido “el consumo debe definirse como algo más que comprar: debe entenderse (ampliando la metáfora) como “digerir” nuestras compras y convertirlas en parte de lo que somos”³⁴.

Así, los objetos que se compran para llenar la casa cobran una importancia que va más allá de la pura utilidad. El interior de nuestra vivienda refleja la personalidad y gustos de la familia, por lo que su adquisición cobra gran importancia emocional. Según el sociólogo Jean Baudrillard:

Los objetos tienen, además de su función práctica, una función primordial de recipiente, de vaso de lo imaginario. Son así el reflejo de una visión del mundo en la que cada ser es concebido como un recipiente de “interioridad” (...) Siendo la casa misma el equivalente simbólico del cuerpo humano, cuyo poderoso esquema orgánico se generaliza después en un esquema ideal de integración de las estructuras sociales³⁵.

Esta idea de que los objetos son “vaso de lo imaginario” se relaciona con los rasgos que, según Brändle y Castillo, caracterizan el consumo en la España de los sesenta y setenta: que es un consumo poco racional y de carácter simbólico, pues se prioriza el valor simbólico del objeto (su capacidad de conferir prestigio, de acercarte al ideal, etc.) frente a su valor funcional. El ejemplo más evidente es el televisor, que se convierte en un equipamiento “signo” en la búsqueda de

estatus³⁶. Un objeto que muchas veces se adquirió antes que otros elementos del equipamiento doméstico más “prácticos” (como la lavadora o el frigorífico) y que, todas las mujeres entrevistadas adquirieron, antes o después, a lo largo de los años setenta.

El testimonio de Paquita sobre su primer televisor es un ejemplo de cómo se priorizaba su compra a otros equipamientos más prácticos desde el punto de vista utilitario, como el frigorífico. Pero también muestra que estos objetos de consumo simbólico no sólo representaban el estatus social, sino que se ligan con hitos vitales y recuerdos familiares, pasando a ser parte importante de su historia y vida cotidiana:

Paquita (P): me acuerdo de un detalle: que al dejar de...que renuncié a telefónica, pedí excedencia. Renuncié y a los 5 años no volví. Y me indemnizaron con 1 mes de mensualidad por año. Y nos compramos el primer televisor, a los 5 años de casados. ¡5 años! Fíjate, eso no se me olvida, no se me puede olvidar...porque es como fue la cosa. Pero, yo creo que (...) el frigorífico después, después de 5 años, mucho después.

El hecho es que en estos años se entra en un sistema económico en el que se busca acelerar el consumo. Para lograrlo se usan varias herramientas, destacando la rápida sucesión de modas y el bombardeo de la publicidad, mecanismos muy eficientes para introducir cambios en las vidas y los gustos de los individuos³⁷. En ambos, se promueve un hogar ideal, una familia ideal, una mujer ideal, que difiere grandemente con los modelos del franquismo más tradicional. Frente a la preservación de las tradiciones y la referencia constante al pasado, se habla de la “sociedad moderna”, la “familia moderna”, la “casa moderna”. Se pone el foco en el futuro y se intenta convencer a la población que ciertos objetos les permitirán llegar a él.

Entre otros factores como la clase o la edad, el género es un elemento clave para condicionar las pautas de consumo, especialmente en el ámbito que nos interesa aquí: el consumo doméstico. A pesar de los aires de modernización, algunas cosas no cambian: lo doméstico aún se concibe dentro del espacio femenino y son ellas las que suelen tomar las decisiones que afectan a la casa y el hogar. Es un espacio en el que, por lo tanto, las mujeres tienen más agencia de la habitual para tomar decisiones, en las que prevalecen sus gustos, su percepción de las necesidades y el cómo sueñan el hogar. Está magistralmente expresado por Penny Sparke en *As Long as It's Pink*:

Elegir un papel pintado para la pared en lugar de otro es una actividad compleja, en la que influyen varios factores, entre ellos el rol que la consumidora cree que debe desempeñar y los valores que desea expresar. A medida que los ideales se traducen en formas, se transforman en los telones de fondo materiales de nuestras vidas, que, a su vez, contribuyen a revigorizar, fundamentar e incluso construir esos mismos ideales³⁸.

Es indudable, por lo tanto, que el ideal femenino y doméstico dirigido a las mujeres en la España desarrollista experimenta una paulatina transformación

impulsada, en parte, por los cambios socioeconómicos. Así, el ideal que encontrábamos en los años cuarenta y cincuenta de mujer abnegada y “madre de la patria” da un vuelco en España cuando las amas de casa son identificadas por las empresas como principales consumidoras.

Con el objetivo de captarlas como compradoras, se construye una imagen del “ama de casa moderna”, con un discurso en el que los electrodomésticos se publicitan como “liberadores” de la mujer, pues estos la sustituirán en el arduo trabajo previo, dejándola tiempo para sí misma (significativa es la extensión de los productos cosméticos). Se les transmite que de ella y de sus inteligentes decisiones de compra, depende el bienestar de su hogar y el propio, produciéndose una “profesionalización” de las amas de casa³⁹.

Este es un mensaje que se repite hasta la saciedad en la publicidad, como vemos en el siguiente anuncio de la batidora Minipimer, de la empresa Braun (Fig. 1)., donde se expresa que “En la cocina moderna, además del buen gusto y de los mejores ingredientes, es necesario aportar un elemento que simplifique el trabajo de las amas de casa”.



Fig. 1. *Cocina y Hogar*, nº 73, mayo 1969, pág. 26.

En sus testimonios, las mujeres entrevistadas sí que tienen esa conciencia de que los electrodomésticos les facilitaban la vida y les ahorraban trabajo. Hacen referencia a el deseo y necesidad de obtenerlos cuando aún no los tenían y

a la alegría una vez los compraron. Sin embargo, esta supuesta liberación debe matizarse. Tal y como expresa Sparke, la tecnificación era un arma de doble filo y muchas veces los electrodomésticos creaban tanto trabajo como ahorraban, anclando aún más a la mujer al hogar⁴⁰.

En estas décadas se multiplican las revistas dirigidas específicamente a las mujeres, en las que se intentan recoger temas considerados de interés femenino y en las que se retrata a esta nueva “mujer moderna”. Los títulos y temáticas son muy numerosos, y también se “profesionalizan” y especializan, destacando las revistas de decoración de interiores, de cocina o de corazón para las mujeres adultas, y otra serie de publicaciones dirigidas a las niñas y jóvenes. Las revistas de este tipo se revelan como una fuente de enorme interés por reflejar a la vez el ideal y la realidad. Lo expresa muy bien Muñoz Ruiz, que afirma que en estas se da un “doble juego” en el que, por un lado, las revistas se adaptan a las necesidades y gustos de las lectoras, y por otro, se deben ceñir a la censura del régimen franquista:

Por un lado, las publicaciones necesitan adecuar su contenido a las necesidades y gustos de las posibles lectoras, con lo que, si éstos evolucionan, deben adaptarse a las nuevas demandas. Y por otro, al existir en España la censura de prensa, estas empresas no pueden oponerse al discurso socialmente aceptado sobre muchas cosas, entre ellas, las funciones de las mujeres en la sociedad. Pero este doble juego, unido al de las experiencias vitales de las propias redactoras, posibilitan que las revistas femeninas no sean tan estáticas como se podría suponer en una primera aproximación⁴¹.



Fig. 2. Cocina y Hogar, n.º 76, agosto 1969: portada.

Las revistas de decoración especializadas se generalizan en estos años, con un foco editorial muy importante en Barcelona. Las caracteriza una gran mejoría técnica (el uso abundante de color y la calidad fotográfica), la introducción del marketing moderno y la multiplicación de la publicidad. A los mensajes políticos e ideológicos los sustituye una dialéctica sobre los “moderno”, “racional” y “útil”, y el foco pasa de estar del estilo nacional al internacional (especialmente el movimiento moderno)⁴².

Es conveniente analizar algunos números de la revista *Cocina y Hogar*, ejemplo característico de las revistas femeninas de la época, para ver cómo se reflejan estos ideales (de la casa y la mujer). Es un tipo de revistas cuyo público objetivo son mujeres (en concreto, amas de casa) y en las que se tratan temas “femeninos” que en esta nueva sociedad se consideran, grosso modo, el cuidado “profesional” de la casa (la decoración), la familia (labores, cocina...) y la belleza, como se puede observar en la siguiente portada de *Cocina y Hogar* (Fig. 2)

La importancia de estas revistas se refleja en una interesante carta al director de la revista *Cocina y Hogar*, reproducida en el número de abril de 1964 con motivo de su primer aniversario, en la que la escritora, felicitando al equipo de la revista, dice lo siguiente:

Para ser sinceros, convengamos en que siempre fueron, antes, entre nosotros, esas cosas de mujeres y cocinas, llevadas a los periódicos, temas de rellano, un tanto vergonzantes, por su puesto, como los fogones de antes, que se ocultaban a los ojos de las visitas. Y sin embargo... el fogón fue un altar, llama vital, centro de la vida doméstica. Lo que también es cosa seria. (Y hoy, ¡por fin! La cocina es habitación tan primorosa como el *living*...) Usted y su equipo (...) han puesto las cosas en su sitio creando su COCINA Y HOGAR con la seriedad que tales temas merecen (...).





Figs. 3 y 4. *Cocina y Hogar*, nº 9, enero 1964, pág. 25; *Cocina y Hogar*, nº 76, agosto 1969, pág. 18.

Analizando esta publicación, vemos qué contenidos solían aparecer en este tipo de revistas. La mitad del espacio está dirigido a la cocina, mayoritariamente recetas, pero también consejos para distintas situaciones como “cenas íntimas para las veladas de invierno” (*Cocina y Hogar*, nº 9, enero 1964), “cuando el esposo trabaja en el hogar” (*Cocina y Hogar*, nº 15, julio 1964), “guerra a las manchas” (*Cocina y Hogar*, nº 76, agosto 1969) o la sección fija de “página de la recién casada” (*Cocina y Hogar*, nº 9, enero 1964.) (Fig. 3).

Vemos como, en general, se reproduce el ideal de la mujer ama de casa, que aparece cocinando, limpiando y recibiendo en su casa, siempre con una sonrisa y la ropa y peinado impecables. Para el año 1969 ya ha desaparecido la sección de la recién casada y las imágenes de las amas de casa, tanto en los artículos como en la publicidad, es cada vez más juvenil y moderna (Fig. 4).

El ideal se transmite también a las más pequeñas. En estas revistas se percibe la existencia de ese *habitus* del que hablaba Bourdieu, que se puede definir como “(...) estructuras predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones (...)”⁴³. Esas “estructuras”, ese *habitus*, es el que favorece que se reproduzcan sin oposición los gustos, modos de vida, estructuras de poder, ideologías e ideales según la clase social o el género.

La incorporación de las jerarquías sociales por medio de los esquemas del *habitus*, inclinan a los agentes, incluso a los más desventajados, a percibir el mundo como evidente y a aceptarlo como

natural, más que a rebelarse contra él, a oponerle mundos posibles, diferentes, y aun, antagonistas: el sentido de la posición como sentido de lo que uno puede, o no, “permitirse” implica una aceptación tácita de la propia posición⁴⁴.

El momento en el que la reproducción tiene más impacto es la infancia y el espacio por excelencia, la familia. Las niñas imitan lo que hacen sus madres, los niños lo que ven de sus padres. Ambos absorben lo que viven en casa como algo natural, que incorporan en sus juegos. También a ellos se les transmite el ideal de familia, de casa y de sus roles en esta a través de la publicidad o revistas como *Cocina y Hogar*, a las que acceden a través de sus madres. En esta observamos que la manera en la que se habla a las madres de sus hijas y sus hijos es diferente. Para las niñas, la revista cuenta con una sección fija: “La página de Pitusa” (Fig. 5), en el que se siguen las andanzas de una traviesa niña ficticia, con textos adaptados a las pequeñas y con alguna lección que podrían aprovechar las madres.

A Pitusa, los Reyes Magos le han traído muchas cosas, porque aunque es muy traviesa, siempre se arrepiente de sus travesuras y pide perdón enseguida a su mamá (...) Una de las cosas que más ilusión le ha hecho es un precioso costurero en el que «hay de todo», casi, casi igual al de mamá. Y como Pitusa está segura de que también a muchas de vosotras. Sus Maestros de labor han tejido hilos y fibras, nos ha pedido que os apliquemos la manera de confeccionar este bonito delantal de tejido. Es muy fácil. Sólo tenéis que pedir a vuestra mamá que os lo corte siguiendo al patrón que os damos en esta página. Se ribetea con tejido liso y se abrocha por detrás con dos lazos de la misma tela.

PAGINA DE PITUSA

A Pitusa, los Reyes Magos le han traído muchas cosas, porque aunque es muy traviesa, siempre se arrepiente de sus travesuras y pide perdón enseguida a su mamá. ¿Verdad que vosotros también lo hacéis?, porque todas las madres del mundo perdonan a sus hijos cuando éstos se arrepienten de corazón.

Una de las cosas que más ilusión le ha hecho es un precioso costurero en el que «hay de todo», casi, casi igual al de mamá. Y como Pitusa está segura de que también a muchas de vosotras. Sus Maestros de labor han tejido hilos y fibras, nos ha pedido que os apliquemos la manera de confeccionar este bonito delantal de tejido. Es muy fácil. Sólo tenéis que pedir a vuestra mamá que os lo corte siguiendo al patrón que os damos en esta página. Se ribetea con tejido liso y se abrocha por detrás con dos lazos de la misma tela.

Y si no tenéis la suerte de poseer un precioso perrito podéis por lo menos abarrotar vuestro delantal con este precioso cachemila aplicado en la misma tela que la del ribete del delantal.

PITUSA COCINERA

Un postre delicioso:
ENSALADA DE FRUTAS

Ingredientes: el zumo de 1 limón, 2 plátanos, 2 peras, 5 gramos de guindas, 1 bote de melocotón; 1 bote de piña; unas nueces picadas.

Exprime el zumo del limón. Mézclalo en un recipiente con los plátanos partidos en rodajas, las peras partidas en trozos, las guindas, los melocotones y la piña. Mézclalo bien todo. Divide el conjunto en cuatro platos de cristal individuales; espolvoréalos con las nueces y con las violetas de azúcar.



Fig. 5. *Cocina y Hogar*, nº 9, enero 1964, pág. 29.



Fig. 6. Cocina y Hogar nº 9, enero 1964, pág. 43.

En cambio, a los hijos varones se les menciona en distintos artículos a propósito de sus estudios, o en distintos anuncios publicitarios de libros de estudios o academias, como se ve en el mismo número de 1964 (*Cocina y Hogar*, nº 9, enero 1964: 43) (Fig. 6). Con estos ejemplos se aprecia perfectamente como el *habitus* del hogar favorece que las niñas reproduzcan lo que ven hacer a sus madres (en este caso, coser) a través del juego, algo que es reflejado y utilizado por la publicidad.

Sin embargo, en las entrevistas se observa claramente que las aspiraciones que las mujeres tenían para sus hijos e hijas en los años sesenta y setenta ya no eran tan diferenciadas (iba calando el concepto de mujer moderna, más para sus hijas que para ellas). Sin importar su género, la mayoría de los niños de estas décadas no tuvieron nunca que hacer tareas del hogar, trabajo que recaía enteramente en la madre. La razón que dan todas ellas es clara: querían que sus hijos e hijas estudiaran. Así lo expresa Jero:

(E): En tu casa, tus hijos o tu marido ¿te ayudaban? ¿Tenían tareas de casa también ellos?

Jero (J): Yo la paliza que les daba es que dejaran la ropa bien recogida, que nunca dejaran la ropa mal puesta. Que la pusieran bien puesta, bien doblada, bien recogida (...) Pero, la cama o así...pues sí que la empezaron a hacer cuando ya fueron ya mayores. Pero yo, en un principio, no. Incluso, lo que quería es que ellos se centraran mucho en los estudios. Que estudiaran y que eligieran la carrera que ellos quisieran.

La realidad de dictadura y represión (por mucho que ésta intentara maquillarse con su supuesta “modernización”) y la implantación de los ideales tradicionalistas y religiosos que hemos visto en el apartado anterior, explican que la sociedad de consumo española tenga muchas particularidades. La mezcla del ideal del consumo y el de la familia más puramente tradicional se ven reflejadas las revistas y publicidad de la época.

Ya se ha analizado cómo las retóricas del primer franquismo se han reducido mucho para los años sesenta y setenta (eran casi inexistentes, al menos de manera tan explícita como en las décadas anteriores) y se reproducen sólo parcialmente con los hijos e hijas de estas mujeres. De igual forma, tampoco el ideal y modelo del consumo se impuso de forma generalizada. De hecho, muchas de las entrevistadas hacen referencia a su actitud de ahorro y mencionan que, en vez de comprar, producían algunos enseres necesarios para el hogar y la familia, sobre todo a través de la costura:

Lourdes (L): Bueno, pues mira, hemos ido saliendo adelante... porque cualquiera que me diga que ha comprado un piso, que ha comprado dos pisos...pues gracias a mi aguja. Que yo hacía...yo hice todos los pantalones de los niños, la ropa de los niños a veces hacía hasta abrigos, hasta ropa para mi marido. Y no sabía mucho corte, pero ¿sabes qué hacía? Empecé desarmando unos pantalones viejos y comprando tela nueva, los ponía encima, los cortaba y cada vez que, eso (...) pantalones nuevos. Y gracias a eso, pues, hemos salido adelante.

Conclusiones

En definitiva, ni la propaganda franquista ni la publicidad capitalista determinan totalmente las aspiraciones y sueños concretos de la población femenina. La imagen que las mujeres que hemos entrevistado tienen de sí mismas, de sus capacidades y roles, así como cómo sueñan su hogar, está condicionada por infinitos factores sociales y personales, en los que las vivencias de cada persona son esenciales.

En el caso del ideal del franquismo, concluimos que para las décadas de los sesenta y setenta, se ha dejado atrás el modelo de mujer como abnegada y austera “madre de la patria”, encontrando en las fuentes oficiales un ideal más cercano al “ángel del hogar” burgués, para la que el trabajo doméstico no es un sacrificio sino (gracias a las mejores técnicas) una tarea gratificante que hace con alegría. Esta mujer a la que se pone el adjetivo de “moderna” tendría tiempo para sí misma y para los eventos sociales además de para su familia y se representa joven y bella. Este ideal se complementa con el de la sociedad de consumo, transmitido desde la publicidad y las revistas, en las que se aprecian las influencias extranjeras y se pone el foco en la tecnificación del ama de casa, que tiene a los electrodomésticos como sus mejores “aliados”. El ideal femenino va de la mano del ideal del interior doméstico, con un mercado en el que cada vez se tienen más en cuenta los gustos femeninos.

Pero a la hora de contrastar la información de las fuentes franquistas y hemerográficas con las entrevistas llegamos a la conclusión de que las mujeres reales no se corresponden totalmente con este ideal de mujer. Las amas de casa

entrevistadas asumen en parte ese rol: todas se casan, tienen hijos y aspiran a tener un piso en propiedad, equipado con todos los electrodomésticos. Pero lo hacen de manera crítica, a veces con cierta resistencia, y toman de los ideales sólo lo que les interesa. Tampoco asumen acríticamente el ideal consumista, perviviendo en la mayoría de los hogares estudiados una cultura del ahorro, la reutilización e incluso la autoproducción de elementos como la ropa familiar.

Así, el espacio privado (que no aislado) de la casa reproduce sólo en parte la realidad del contexto social. Es innegable que en el hogar se reproducen las dinámicas de poder de la sociedad patriarcal, ya que el rol de toma de decisiones dentro de este no oculta la realidad de dependencia económica y civil a sus padres y maridos. De igual forma se refleja en los objetos domésticos la influencia de la publicidad y el cambio de los ideales a lo largo de los años sesenta y setenta. Pero también es cierto que las familias, en general, y las amas de casa, en particular, tienen cierto margen de actuación y que no asumen de manera acrítica su rol, sino que amoldan los ideales y la realidad material a sus necesidades cotidianas, a sus sueños y a sus vidas concretas.

NOTAS

¹ Daniel Bell, *Las contradicciones culturales del capitalismo* (Madrid: Alianza, 1977), 34.

² La autora pionera en el estudio de la casa y la domesticidad en el contexto de la Inglaterra victoriana es Judith Flanders. Ver por ejemplo Judith Flanders, *The Victorian House: Domestic Life from Childbirth to Deathbed* (London: Harper Perennial, 2004).

³ Nerea Aresti Esteban, "Ideales y expectativas: la evolución de las relaciones de género en el primer tercio del siglo XX," *Gerónimo de Uztariz*, no. 21 (2005): 67; Nerea Aresti Esteban, "El ángel del hogar y sus demonios: Ciencia, religión y género en la España del siglo XIX," *Historia contemporánea*, no. 21 (2000): 366-71.

⁴ M^a del Carmen Muñoz Ruiz, "Mujer mítica, mujeres reales: las revistas femeninas en España, 1955-1970" (tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 2002).

⁵ De entre sus múltiples trabajos destacamos Eider de Dios Fernández, "Domesticidad y familia: ambigüedad y contradicción en los modelos de feminidad en el franquismo," *Feminismo/s*, no. 23 (2014): 23-46; Eider de Dios Fernández, "Las chicas yeyé, las amas de casa de sopa de sobre y otras mujeres modernas (España 1955-1975)," *Arenal: Revista de historia de las mujeres* 29, no. 1 (2022): 285-317; Eider de Dios Fernández, "La señora azul y las mujeres trabajadoras: La Sección Femenina en los años sesenta," *Historia del presente*, no. 32 (2018): 57-72; Eider de Dios Fernández, "'Las que tienen que servir' y las servidas. La evolución del servicio doméstico en el franquismo y la construcción de la subjetividad femenina," *Revista Historia Autónoma*, no. 3 (2013): 97-111; Y el trabajo colectivo de Ana Cabana Iglesia, Teresa María Ortega López, y Eider de Dios Fernández, "Trajinar sin descanso: mantenedoras, cuidadoras y contramodelos. Un relato en femenino de la posguerra española," *Historia del presente*, no. 38 (2021): 67-88.

⁶ Carme Molinero Ruiz, "Mujer, franquismo, fascismo: La clausura forzada en un 'mundo pequeño'," *Historia social*, no. 30 (1998): 97-117.

⁷ Ana M. Aguado, "Franquismo y represión política contra las mujeres: culpar, condenar y represaliar doblemente," en *Memoria histórica: mujeres* (Memoria histórica: mujeres, Delegación de Cultura y Memoria Histórica y Democrática, 2023), 37-55; Ana M. Aguado y Vicenta Verdugo Martí, "Historia y memoria de la represión franquista contra las mujeres: una vertiente imprescindible de la memoria democrática," *Revista valenciana d'estudis autonòmics*, no. 66 (2021): 269-301.

⁸ Inmaculada Blasco Herranz, "'Sección Femenina' y 'Acción Católica': la movilización de las mujeres durante el franquismo," *Gerónimo de Uztariz*, no. 21 (2005): 55-66.

⁹ Alba Carosio, "El género del consumo en la sociedad de consumo," *La ventana. Revista de estudios de género* 3, no. 27 (2008): 130-69.

¹⁰ Penny Sparke et al., *Flow: Interior, Landscape and Architecture in the Era of Liquid Modernity* (London: Bloomsbury Publishing, 2018); Penny Sparke, *An Introduction to Design and Culture in the Twentieth Century* (London: Allen & Unwin, 1986); Penny Sparke, *As Long as it's Pink: Sexual Politics of Taste* (Halifax: The Press of the Nova Scotia College of Art and Design, 2010).

¹¹ Miren Llona González, *Entreverse: teoría y metodología práctica de las fuentes orales* (Bilbao: Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, 2012), 47-48.

¹² Francisco Franco, “Mensajes de fin de Año. 29 de diciembre de 1960,” <http://www.generalisimofranco.com/index.htm>.

¹³ Molinero Ruiz, “Mujer, franquismo, fascismo,” 98.

¹⁴ Antonio Raúl Fernández, Pedro Hellín, y Eneus Trindade, “Una casa para todos. Uso propagandístico de la vivienda en NO-DO durante la dictadura de Franco (1939-1975),” *Historia y Comunicación Social* 25, no. 2 (2020): 541, <https://doi.org/10.5209/hics.62320>.

¹⁵ Así se define a la familia en el Fuero de los Españoles (BOE núm. 199, de 18 de julio de 1945).

¹⁶ Manuel Ortiz Heras y Damián Alberto González Madrid, “El mito de la política social franquista: vivienda, educación y seguridad social,” en *¿Qué sabemos del franquismo?: estudios para comprender la dictadura de Franco*, coord. Manuel Ortiz Heras (Granada: Comares, 2018), 43-67.

¹⁷ Gloria Román Ruiz, “‘Ni un español sin hogar’: la política de construcción de viviendas sociales en el campo alto-andaluz durante el franquismo y su potencial para generar consentimiento entre la población,” *Historia Social*, no. 92 (2018): 63-80.

¹⁸ Inmaculada Blasco Herranz considera que durante el franquismo sí hay una cierta recuperación del concepto de «ángel del hogar» del siglo XIX, pero con importantes diferencias, al ser contextos políticos y sociales muy distintos. Blasco Herranz, “‘Sección Femenina’ y ‘Acción Católica’,” 57-58.

¹⁹ Fuero del Trabajo (BOE núm. 505, de 10 de marzo de 1938).

²⁰ La centralidad que la Sección Femenina daba a la maternidad en la educación de las mujeres, así como la evolución de este discurso a partir de finales de los años cincuenta están muy bien estudiados en Teresa Rabazas Romero y Sara Ramos Zamora, “La construcción del género en el franquismo y los discursos educativos de la Sección Femenina,” *Encounters on education = Encuentros sobre educación = Recontres sur l'éducation*, no. 7 (2006): 43-70.

²¹ Dios Fernández, “La señora azul y las mujeres trabajadoras,” 59-60.

²² Llona González, *Entreverse*, 47-48.

²³ Cabana Iglesia, Ortega López, y Dios Fernández, “Trajinar sin descanso,” 68.

²⁴ Rosa García Orellán, “Mujer en la ocupación/desocupación del espacio público y privado. Una perspectiva intergeneracional 1965-1970: puerto pasaitarra,” *Ankulegi: gizarte antropologia aldizkaria/revista de antropología social*, no. 17 (2013): 31.

²⁵ En este sentido son esenciales los trabajos sobre el servicio doméstico durante el franquismo. Recomendamos leer Dios Fernández, “‘Las que tienen que servir’ y las servidas. La evolución del servicio doméstico en el franquismo y la construcción de la subjetividad femenina”.

²⁶ Se profundiza en este momento de transición de los modelos de feminidad en Dios Fernández, “Las chicas yeyà”.

²⁷ Noemí Rubio Pozuelo, “Arquitectura y poder: el discurso visual del NO-DO y la arquitectura del franquismo (1943-1975),” *UCOARTE. Revista de Teoría e Historia del Arte*, no. 5 (2016): 154; Fernández, Hellín, y Trindade, “Una casa para todos,” 540-541.

²⁸ “Revista Imágenes: Hogares Modernos | RTVE Play,” <https://www.rtve.es/play/videos/revista-imagenes/hogares-modernos/2850487/>.

²⁹ “Revista Imágenes: Hogares Modernos | RTVE Play,” (7:33-8:12).

³⁰ Esta concepción se refleja perfectamente en la ideología del arquitecto falangista del primer franquismo José Luis de Arrese, que ha sido estudiada en Francisco Javier Maestrojuán Catalán, “‘Ni un hogar sin lumbre ni un español sin hogar’ José Luis de Arrese y el simbolismo ideológico,” *Príncipe de Viana* 58, no. 210 (1997): 171-90.

³¹ Este movimiento aboga por la racionalización total de la arquitectura, incluida la arquitectura doméstica, entendiendo a la vivienda desde una perspectiva puramente funcional, conceptualizando a la casa como una “máquina de habitar”. Ver Le Corbusier, *Hacia una arquitectura* (Barcelona: Ediciones Apóstrofe, 1998), xvi.

³² José Castillo, “Consideraciones en torno a la sociedad de consumo de masas,” en *España, ¿una sociedad de consumo?*, ed. Alberto Míguez (Madrid: Guadiana, 1969), 29-30.

³³ Como se explora en Daniel Díez Martínez, “Her Dream Home: Domesticity and Gender in Advertising in Arts & Architecture,” *Cuaderno de Notas*, no. 22 (2021): 72-89; y en Susana Sueiro Seoane, “La publicidad comercial en la España de los años cincuenta: el “American way of life” y la transformación de la sociedad española,” en *La España de los cincuenta*, ed. Abdón Mateos López (Madrid: Eneida, 2008), 327-336.

³⁴ Sparke, *As Long as it's Pink*, x.

³⁵ Jean Baudrillard, *El sistema de los objetos* (Madrid: Siglo XXI, 1994), 27-29.

³⁶ Gaspar Brändle y José Castillo, “El desarrollo económico de España y la formación de la sociedad de consumo,” en *Estudios sociales sobre el consumo*, ed. Luis Enrique Alonso Benito, Carlos Jesús Fernández Rodríguez y Rafael Ibáñez Rojo (Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2020), 8.

³⁷ Gaspar Brändle, “Bienestar doméstico y cambio social en la sociedad de consumo española: el valor de los objetos en la vida cotidiana” (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 2008), 61.

³⁸ Sparke, *As Long as it's Pink*, xxii-xxiii (Traducción de la autora).

³⁹ Alba Carosio, “El género del consumo en la sociedad de consumo,” *La ventana. Revista de estudios de género* 3, n.º 27 (2008): 142.

⁴⁰ Sparke, *As Long as it's Pink*, 144; También menciona este debate Jordi Roca i Girona, “Los (no) lugares de las mujeres durante el franquismo: el trabajo femenino en el ámbito público y privado,” *Gerónimo de Uztariz*, n.º 21 (2005): 93.

⁴¹ M^a del Carmen Muñoz Ruiz, “Mujer mítica, mujeres reales: las revistas femeninas en España, 1955-1970” (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 2002), 4.

⁴² Ana María Fernández García, “Los objetos inquietos en el hogar español durante el franquismo a través de las revistas de decoración,” *MODOS: Revista de História da Arte* 2, no. 2 (2018): 227, <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/mod/article/view/8663304>.

⁴³ Pierre Bourdieu, *El sentido práctico* (Madrid: Taurus, 1991), 92, citado en Julieta María Capdevielle, “El concepto de habitus: con Bourdieu y contra Bourdieu,” *Revista Andaluza de Ciencias Sociales (Anduli)*, no. 10 (2011): 34.

⁴⁴ Pierre Bourdieu, “Espacio social y génesis de las clases,” en *Sociología y Cultura*, ed. Pierre Bourdieu (México: Grijalbo, 1990), 289, citado en Capdevielle, “El concepto de habitus,” 34.

Fecha de recepción: 30 de septiembre de 2023

Fecha de revisión: 12 de diciembre de 2023

Fecha de aceptación: 29 de enero de 2024