

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE
LA COMUNICACIÓN**



Universidad de Valladolid

UVa

SE~
GO
VIA

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2017-2018

**LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN LOS CARTELES PROPAGANDÍSTICOS
DE LA GUERRA CIVIL ESPAÑOLA.**

DISERTACIÓN

MARÍA DEL MAR FERRER PANISA

Eva Francisca Navarro Martínez.

SEGOVIA, JUNIO DE 2018.

Índice.

1. Introducción.....	7
1.1. Justificación del tema.....	7
1.2. Metodología.....	8
1.3. Hipótesis.....	8
1.4. Objetivos.....	9
2. Marco teórico.....	10
2.1. La propaganda.....	10
2.2. La Guerra Civil Española y la propaganda.....	11
2.3. Situación de la mujer en la II República y en la Guerra Civil Española.....	13
3. Representación de la mujer en los carteles del bando republicano.....	17
4. Representación de la mujer en los carteles del bando nacional.....	30
5. Conclusiones.....	41
6. Bibliografía.....	43

ANEXOS.

Resumen.

En el presente trabajo se realiza un análisis de la representación de la mujer a través de algunos carteles propagandísticos que se llevaron a cabo en La Guerra Civil Española (1936-1939). De esta forma, mediante la revisión histórica, se busca entender y descubrir qué mensajes lanzaban, tanto el bando republicano como el nacional, qué función de persuasión tenía la imagen de la mujer en los carteles y hallar al público objetivo al que va dirigido tanto el mensaje como la imagen.

De esta manera, se van a analizar los carteles mediante la perspectiva de género y el análisis de la imagen, el texto y el discurso para conseguir poner en evidencia las diferencias y/o las semejanzas que tenían ambos bandos en cuanto a la representación de la mujer en su propaganda.

Palabras clave.

Mujer – Guerra Civil Española – Propaganda – Cartel.

Abstract.

In the current work we made an analysis of the women representation through some propaganda posters that were carried out in the Spanish Civil War (1936-1939).

In this way, through the historical review, we seek to understand and discover which messages were thrown, as in the republican side as in the national one, what persuasive function had the woman image in the posters and to find the target audience which is addressed to both the message and the image.

In this way, the posters will be analyzed from the perspective of gender and the image analysis, the text and the speech to achieve to put in evidence the differences and/or similarities that both sides have in terms of representation of the woman in his propaganda.

1. Introducción.

El presente trabajo busca indagar, mediante la revisión histórica, la situación e imagen de la mujer y su representación en la sociedad a través de carteles de la Guerra Civil Española, acontecimiento que tuvo lugar entre los años 1936 y 1939.

El análisis se hará repasando el contexto histórico y social de la mujer junto a los valores que se le asociaban en esa época. Se tendrá en cuenta la ideología de los carteles, es decir, a qué bando de la Guerra Civil pertenecían – nacionales o republicanos – y con ellos descubrir qué función de persuasión tenía la mujer en la propaganda bélica.

1.1 Justificación del tema.

La temática de dicha investigación se debe a una elección personal, debido al interés que me suscita la historia junto a la figura de la mujer en la sociedad. Durante la Guerra Civil, la mujer tuvo un papel protagonista en los carteles publicitarios, por lo que me ha parecido un contenido adecuado a mis intereses.

Hay que recalcar también que las importantes diferencias del papel de la mujer en ambos bandos, representándose de dos formas totalmente distintas, actúa como una gran motivación para formarme más en la materia.

El primero de abril de este año (2018) se cumple 79 años del final de la guerra en España y de cómo la mujer se vio envuelta en una espeluznante pérdida de derechos donde no se les permitía llevar a cabo nada que no fuera consentido por una figura masculina– el padre o el marido. Las mujeres pudieron ver un avance en términos de derechos durante la segunda república, como el voto femenino, pero con la llegada del conflicto bélico y, más tarde, la dictadura, no se volvió a tener ese derecho hasta 1977, dos años después de la muerte del dictador.

1.2 Metodología.

Para llevar a cabo la investigación del presente trabajo se pretende, mediante revisión histórica, analizar una serie de carteles de la Guerra Civil Española de ambos bandos para conseguir comparar la manera en que se representaba la figura de la mujer.

Busca analizar esa representación de la mujer, y descubrir el público objetivo al que va dirigido y el mensaje simbólico que se envía con su imagen.

Para obtener esta información y llegar a una conclusión se recurrir a libros y artículos que traten sobre la Guerra Civil y el papel femenino en ella.

Se van a abordar dos aspectos: la perspectiva de género y el análisis de imagen, del texto y del discurso.

La perspectiva de género es una herramienta analítica cuyo fin principal es explicar los hechos de la desigualdad entre hombres y mujeres. Según la profesora Juana Camargo “establece una teoría social que trata de explicar las características, relaciones y comportamientos sociales de hombres y mujeres en sociedad, su origen y su evolución, destacando la existencia real del género femenino y masculino, sin dominio de uno sobre el otro, sin jerarquías y sin desigualdades”¹

Basándonos en la teoría del libro *Lectura de imágenes* escrito por Roberto Aparici y Agustín García Matilla se va a realizar el análisis de las imágenes, teniendo en consideración su texto y discurso.

1.3 Hipótesis.

La hipótesis general que se enmarca en este trabajo es que la figura de la mujer en la propaganda de la Guerra Civil Española tendrá un papel menos doméstico en los carteles del bando republicano que en el bando nacional.

¹ Camargo, Juana. Género e Investigación Social. Curso de Formación en Género. Módulo 2. Instituto de la Mujer de la Universidad de Panamá/ UNICEF. Editora Sibauste, Primera edición, 1999, pág. 29

Por consiguiente, la representación de la mujer tendrá un significado diferente en ambos bandos. En uno – el republicano – tendrá un papel más reivindicativo y en el otro – el nacional – uno más relegado completamente a un plano más secundario y doméstico.

Otra hipótesis que se quiere plantear es que la cartelería del bando republicano utilizará de una manera más frecuente la imagen de la mujer en sus carteles propagandísticos, a diferencia del bando nacional, en el que se encontrará mucha menos participación de ésta.

1.4 Objetivos.

Considerándose las hipótesis, se puede fijar el objetivo principal del trabajo en entender cómo se percibía y se representaba a la mujer en la Guerra Civil Española a través de sus figuras en los carteles propagandísticos que aparecieron en todas las ciudades de España.

Se quiere descubrir y, a su vez, analizar las diferencias en cuanto a la condición de género de la mujer en las diferentes ideologías y qué clase de persuasión ejercían sobre el espectador y las labores que llevaban a cabo.

2. Marco teórico.

2.1 La propaganda.

Cuando estalla un conflicto bélico como el de esta índole, los bandos no sólo se enfrentan de forma militar, sino que se lleva a cabo una cruzada de mensajes ideológicos con el fin de persuadir a la población para que luchen por sus ideales. Por lo tanto, la propaganda se utiliza, en enfrentamientos militares, como un arma más.

El término propaganda surge en el siglo XVII con el fin de luchar por la Contrarreforma a mano de la congregación del Vaticano Propaganda Fide erguida por el Papa Gregorio XV en el año 1622.²

Aunque el término apareciera en el siglo XVII, la propaganda no maduró hasta la Primera Guerra Mundial a principios del siglo XX. Ésta es una de las principales razones por la que, al finalizar la guerra, se produjo un rechazo por ella, aunque en los países totalitarios era de uso habitual.

Hay múltiples y diversas definiciones de propaganda escritas por diferentes autores con el objetivo último de conseguir un concepto perfeccionado y completo.

Violet Edwards escribe una definición muy sencilla pero muy concisa, acogida más tarde por el Institute for Propaganda Analysis, donde define la propaganda como “la expresión de una opinión o una acción por individuos o grupos, deliberadamente orientada a influir en opiniones o acciones de otros individuos o grupos para unos fines predeterminados y por medio de manipulaciones psicológicas”³

Harold Lasswell, a su vez, la define en la International Encyclopedia of the Social Sciences como “la manipulación más o menos deliberada mediante símbolos, palabras, gestos, banderas, imágenes, monumentos, música, etc., del pensamiento o de las acciones

² Pulpillo Leiva, Carlos. “La configuración de la propaganda en la España nacional (1936-1941). 2014. P. 1 Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5133942>

³ Edwards, Violet: Group Leader’s Guide to Propaganda Analysis. Columbia University Press, 1938. P. 40.

de otras personas en lo que se refiere a creencias, valores y comportamientos que aquellas personas llamadas ‘reactores’ consideren como discutibles”.⁴

Alejandro Pizarroso, por su parte, aporta una definición más acabada: “La propaganda, en el terreno de la comunicación social, consiste en un proceso de diseminación de ideas a través de múltiples canales con la finalidad de promover en el grupo al que se dirige los objetivos del emisor no necesariamente favorables al receptor; implica, pues, un proceso de información y un proceso de persuasión. Y podemos glosarla del siguiente modo: control del flujo de la información, dirección de la opinión pública y manipulación –no necesariamente negativa– de conductas y, sobre todo, de modelos de conducta”⁵

Para terminar, Edward L. Bernays, con gran notoriedad en la industria de la propaganda y las relaciones públicas⁶, expone en su libro *Propaganda* una breve interpretación: “Persuasión organizada u organización de consenso”.⁷

2.2 La Guerra Civil Española y la propaganda.

Uno de los acontecimientos que ha marcado más al país es la Guerra Civil que tuvo lugar entre 1936 y 1939. La guerra dividió a España en dos bandos: los nacionales – de ideología de derechas- y el republicano – de ideología de izquierdas.

El conflicto bélico empezó el 17 de julio de 1936 cuando el ejército, encabezado por el General Francisco Franco, se sublevó al estado de la república, presidida en aquel entonces por Manuel Azaña. Fue el resultado de causas económicas, sociales y separatistas.

Después de 3 años de un duro y sangriento enfrentamiento, el 1 de abril de 1939 se da fin a la Guerra Civil Española, implantándose una dictadura liderada por Francisco Franco hasta su muerte en el año 1975.

⁴ Recuperado de Cantos C., Marieta; Durán L., Fernando; Romero F, Alberto: *La guerra de pluma: Política, propaganda y opinión pública*. Servicio Publicaciones UCA, 2009. (editores).

⁵ Pizarroso Quintero, Alejandro: *La historia de la propaganda: una aproximación metodológica*. 1999. P.147

⁶ Recuperado del artículo de Noam Chomsky en la *Revista Latinoamericana de Comunicación “Chasqui”*. Junio de 2005. Nº 90.

⁷ Bernays, Edward: *Propaganda*. Liveright Publishing Corp. 1936.

El comienzo de un conflicto bélico de este calibre puso en marcha un abrumador desarrollo de elementos propagandísticos por parte de ambos bandos. De esta forma, gracias a las enseñanzas que surgieron a raíz de la Primera Guerra Mundial, la propaganda pasó a formar parte de la guerra como un arma más.

Se encuentran diferencias en el mensaje propagandístico por parte de los enfrentados. La propaganda republicana buscaba proteger la imagen de la república y encontrar adeptos a su ideología para que se unieran a la lucha, mientras en la propaganda nacionalista quería infundir el miedo y la catástrofe.

La propaganda está al alcance de cualquier persona, y en plena guerra se encontraban diferentes elementos propagandísticos, como pueden ser la prensa, los carteles, el cine, los boletines, la música...

Para confirmar la importancia que tenía la propaganda en los conflictos bélicos, se va a exponer el caso del bando republicano en Guadalajara. Ahí, la propaganda consiguió que los militares olvidaran los efectos negativos externos que estaban sufriendo, como el frío, el hambre o el cansancio para que se centraran en combatir.

“Diariamente, utilizando los argumentos de la victoria, hemos editado llamamientos que fueron bien distribuidos entre la tropa. Hemos reunido cada noche a los comisarios y delegados políticos para oír y dar informes, para estimular el avance. Levantando la moral al máximo hemos logrado que el soldado del pueblo olvidara el cansancio, el frío, el sueño y continuara en el avance, absolutamente necesario [...] Cada día hemos lanzado con la Aviación, y también con los tanques, centenares de millares de octavillas a los soldados italianos, a los fascistas italianos, a los oficiales italianos, utilizando varios argumentos. Todos los prisioneros han declarado que leyeron nuestras octavillas. Hemos hablado al enemigo con el altavoz todas las noches [...] En los pueblos conquistados hemos organizado charlas y mítines, y al mismo tiempo hemos dado órdenes, de acuerdo con el Mando militar para que la propiedad fuera respetada”⁸

⁸ Iglesias Rodríguez, Gema. Recuperado de La propaganda política durante la Guerra Civil Española: la España Republicana. Pág. 37. (2002).

En cuanto al cartel propagandístico, a causa del alto grado de analfabetismo en España en ese momento, consiguió consolidarse como un medio de comunicación con muchas posibilidades, ya que no sólo busca informar, sino que también consta de un valor estético.

Conociendo los factores que caracterizaban la España de los años 30, el mensaje “no puede ser ambiguo en el texto ni abstracto en su representación, o de lo contrario no alcanzaría los objetivos deseados. El mensaje debe ser claro e inequívoco; conciso y directo, evitando la anfibología y la imprecisión, que aumentarían la información y, con ello, la imposibilidad de una recepción nítida y manifiesta.”⁹

2.3 Situación de la mujer en la II República y en la Guerra Civil Española.

Con la llegada de la II república española el 14 de abril de 1931, los derechos fundamentales de la mujer que no tenía concedidos por su condición de género, fueron viéndose reflejados en las leyes de la nueva constitución.

Artículo 25: “*No podrán ser fundamento de privilegio jurídico: la naturaleza, la filiación, el sexo, la clase social, la riqueza, las ideas políticas, ni las creencias religiosas. El Estado no reconoce distinciones o títulos nobiliarios.*”¹⁰

Artículo 36: “*Los ciudadanos de uno y de otro sexo, mayores de veintitrés años, tendrán los mismos derechos electorales conforme determinen las leyes.*”¹¹

Artículo 40: “*Todos los españoles, sin distinción de sexos, son admisibles en los empleos y cargos públicos, según su mérito y capacidad, salvo las incompatibilidades que las leyes señalen*”.¹²

⁹ Martínez Peláez, Agustín. Romero Torres, Justo. “La mujer en la estética cartelística durante la Guerra Civil Española”. Dos décadas de cultura artística en el Franquismo (1936-1956). Actas del Congreso. Pág. 721. (2001)

¹⁰ Recuperado de “Constitución de la República Española” del 9 de diciembre de 1931. http://www.congreso.es/docu/constituciones/1931/1931_cd.pdf pág. 9.

¹¹ Recuperado de “Constitución de la República Española” del 9 de diciembre de 1931. http://www.congreso.es/docu/constituciones/1931/1931_cd.pdf pág. 11.

¹² Recuperado de “Constitución de la República Española” del 9 de diciembre de 1931. http://www.congreso.es/docu/constituciones/1931/1931_cd.pdf pág. 12.

Artículo 43: “*El matrimonio se funda en la igualdad de derechos para ambos sexos, y podrá disolverse por mutuo disenso o a petición de cualquiera de los cónyuges*”.¹³

Artículo 46: “[...] *La República asegurará a todo trabajador las condiciones necesarias de una existencia digna. Su legislación social regulará: [...] el trabajo de las mujeres y de los jóvenes y especialmente la protección de la maternidad.*”¹⁴

Artículo 53: “*Serán elegibles para diputados todos los ciudadanos de la República mayores de veintitrés años, sin distinción de sexo ni de estado civil, que reúnan las condiciones fijadas por la Ley Electoral*”.¹⁵

En conclusión, favoreció a que mujeres tuvieran su puesto en el Parlamento, Clara Campoamor y Victoria Kent¹⁶, luchando para conceder a la mujer más libertad e independencia en el ámbito económico y social. Ayudó a la creación de secciones femeninas en los partidos y sindicatos, aunque a la hora de la verdad, las mujeres no tuvieron la suficiente voz en las decisiones políticas de gran importancia¹⁷.

Aunque se les otorgara esos derechos, la mujer en el mundo laboral de la Segunda República seguía discriminada en cuanto a salario y categorías en el trabajo.

Como expone María Gloria Núñez Pérez en su artículo “Evolución de la situación laboral de las mujeres en España durante la Segunda República”, “sigue existiendo en la legislación laboral general y en las bases de trabajo una serie de desempleos para la mujer a causa de su biología específica, debilidad, moralidad, obligaciones domésticas y a causa del desempleo masculino”.

Se encuentran categorías reservadas sólo para hombres donde las mujeres no pueden llegar a causa de su condición de género. Asimismo, se encuentra una brecha salarial por

¹³ Recuperado de “Constitución de la República Española” del 9 de diciembre de 1931. http://www.congreso.es/docu/constituciones/1931/1931_cd.pdf pág. 13.

¹⁴ Recuperado de “Constitución de la República Española” del 9 de diciembre de 1931. http://www.congreso.es/docu/constituciones/1931/1931_cd.pdf pág. 14.

¹⁵ Recuperado de “Constitución de la República Española” del 9 de diciembre de 1931. http://www.congreso.es/docu/constituciones/1931/1931_cd.pdf pág. 15.

¹⁶ De más de 450 diputados, sólo se encontraban dos mujeres: Clara Campoamor y Victoria Kent, sustituida más tarde por Margarita Nelken. (Anuario de la Facultad de Derecho, vol. XXVIII. 2010. Pág. 267.

¹⁷ Martínez Peláez, Agustín. Romero Torres, Justo. “La mujer en la estética cartelística durante la Guerra Civil Española”. Dos décadas de cultura artística en el Franquismo (1936-1956). Actas del Congreso. Pág. 712. (2001)

los mismos trabajos donde la retribución es, en algunos de los casos, la mitad del sueldo del trabajador masculino.

El voto femenino en España fue aprobado el 1 de octubre de 1931, y las mujeres pudieron ejercerlo en las elecciones generales de 1933. Después de esas elecciones, las mujeres fueron privadas de su derecho al voto durante casi medio siglo a causa de la dictadura franquista.

Empezada la Guerra Civil Española, durante los primeros meses, algunas mujeres en Madrid y Barcelona fueron al frente junto con los hombres tomando parte activa en el conflicto: las milicianas. Estas mujeres vestían con un mono azul, uniforme obrero convertido en un símbolo revolucionario, y un fusil.



Figura 1 Marina Ginestà, icono de la Guerra Civil como miliciana. Recuperado de <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20140113/milicianas-la-doble-lucha-del-36-3004989>

Las milicianas tuvieron que retirarse a la retaguardia ya que los comunistas expusieron delante de Largo Caballero, ministro de la guerra, que una lucha sin mujeres conseguiría una mayor organización para conseguir la victoria.

Así, las mujeres pasan de ser milicianas heroicas a trabajadores en la producción, ya sea en el campo o en la ciudad.

Una vez empezada la guerra, las organizaciones femeninas se ocupaban de la función de las mujeres en la retaguardia, como recolectar dinero y ropa para los militares, crear

guarderías, etc., creando carteles con mensajes que instaban a otras mujeres a ayudar “por los compañeros que luchan”.¹⁸

Sólo se encuentra una única organización feminista durante la guerra llamada ‘Mujeres Libres’, asociada a C.N.T.-F.A.I. Esta organización trató profundamente la problemática de las desigualdades entre ambos sexos, buscando la liberación de la mujer y, en particular, el de la mujer obrera. El objetivo de ‘Mujeres Libres’ fue el de construir una nueva representación de la mujer no sometida tanto al marco doméstico sino recurriendo a la fraternidad humana.¹⁹

En contradicción a esta organización, las de partidos comunistas ensalzaban el papel de la mujer como madre, promoviendo un ideal antifascista a sus hijos para que lucharan para erradicarlo. A veces, también, la mujer era representada como esposa, ejerciendo las labores que su marido dejó para ir a la guerra.

En cuanto a las mujeres del bando nacional, se seguía un modelo conservador y católico. A diferencia del bando republicano, no hubo ningún tipo de debate o discusión sobre el lugar que debería ocupar en el enfrentamiento, ya que era inconcebible en ellas la importancia que tuvo la mujer republicana.

La mujer nacional tenía que “ocuparse de los servicios auxiliares para ayudar a paliar los males derivados de la contienda; pero, sobre todo, su objetivo último era procrear para la Patria”²⁰

En los carteles del bando nacional, se representa a las mujeres como ‘madres fuertes’, asociadas siempre al hombre, junto y subordinadas a él. Se reduce su existencia a un instrumento reproductor, creadas para procrear.

¹⁸ Referencia del cartel “Mujeres trabajad por los compañeros que luchan” por Antonio Juan.

¹⁹ Recuperado de Martínez Peláez, Agustín. Romero Torres, Justo. “La mujer en la estética cartelística durante la Guerra Civil Española”. *Dos décadas de cultura artística en el Franquismo (1936-1956)*. Actas del Congreso. Pág. 713. (2001)

²⁰ Martínez Peláez, Agustín. Romero Torres, Justo. “La mujer en la estética cartelística durante la Guerra Civil Española”. *Dos décadas de cultura artística en el Franquismo (1936-1956)*. Actas del Congreso. Pág. 717. (2001)

3. Representación de la mujer en los carteles del bando republicano.

Como se ha comentado anteriormente, el bando republicano se identificaba con las ideologías de izquierdas, como el comunismo, el socialismo o el anarquismo.

Al ser una guerra civil, el país se dividió en dos. Las ciudades más importantes de la zona republicana fueron Madrid, Barcelona y Valencia. Al ir perdiendo ciudades, el bando se fue debilitando hasta la pérdida de Madrid, que dio fin al conflicto nacional.

Los partidos de izquierda impulsaron la imagen de la mujer en la cartelería, no sólo como ser doméstico, madre y cuidadora, sino haciéndola partícipe del conflicto necesitando su ayuda y lucha fuera del hogar.

Por esta razón se verán dos variantes de propaganda de la mujer como protagonista. Para empezar, los primeros meses de la contienda la imagen de la mujer pasará a verse como un ser libre y revolucionario, capaz de luchar en el frente con los hombres, las milicianas. En cambio, con el tiempo, las mujeres dejaron de luchar en el frente y su imagen se vio cambiada por el trabajo en la retaguardia, apelando incluso algunos carteles a la maternidad.

A continuación, se van a analizar cuatro carteles propagandísticos republicanos, dos de la mujer como miliciana y otros dos de la mujer en la retaguardia.



Figura 2 CRISTOBAL ARTECHE (1936) "Les milicies, us necessiten". Recuperado de <http://www.bne.es/es/Micrositios/Exposiciones/BNE300/Exposicion/Seccion3/sub3/Obra54.html?origen=galeria>

En este cartel se observa, a nivel denotativo, a una mujer con apariencia seria y desafiante sosteniendo un fusil en alto con la mano izquierda y señalando al espectador con la mano derecha. Ésta, de pelo corto y rizado, viste un mono de obrero azul, una camisa blanca y un cinturón con dos cartucheras.

Por detrás de la figura femenina se puede distinguir, por su vestuario, un ejército, con soldados y civiles, todos con fusiles. Encima de esta multitud se aprecian tres banderas: la catalana – amarilla y roja –, la anarquista – roja y negra –, y la comunista – roja –.

Por encima de la mujer, y atravesado por el fusil, aparece el texto del cartel, “Les milicies us necessiten!”²¹, en rojo y con una tipografía manuscrita ausente de ornamentos lo que facilita su legibilidad.

En cuanto al nivel connotativo, el personaje femenino viste con un traje propio del proletariado. Éste, es el atuendo que las milicianas eligieron vestir en forma de reivindicación. Así, por lo tanto, a las milicianas se las identifica por el mono y el fusil. Se pone en evidencia a una mujer libre y revolucionaria, no ligada al ámbito doméstico. Apela a la participación bélica involucrando al espectador, de ambos sexos, mediante la señalación del mismo y sosteniendo el arma en alto. Por lo tanto, busca influir al destinatario de la propaganda y así persuadirlo o convencerlo.

A su vez, la figura de la mujer está dibujada de manera estilizada, resaltándose de esta forma sus rasgos fisiológicos. Por esta razón, no deja de percibirse a la mujer fuera de su condición de género, creando una imagen atractiva y sexualizada de ésta.

Respecto al ejército del fondo, se pueden distinguir tres tipos de sujetos: soldados, obreros y campesinos. Junto con las diferentes banderas, se busca representar la unión de las ideologías del bando republicano en la lucha, además de insertar en un solo cartel todos los individuos relacionados con la República en ese entonces: las milicianas, el campesinado, el proletariado y los militares. Los personajes militarizados podrían representar los soldados de otros países que ayudaron al bando durante la Guerra Civil.

El texto está en rojo, lo que, en la época, este color simboliza la ideología republicana, comunista, socialista y anarquista. De esta forma, se entiende que el mensaje va dirigido

²¹ “Les milicies us necessiten!” [Traducción al castellano]: “¡Las milicias os necesitan!”

a todas las personas, hombres o mujeres, simpatizantes de esa ideología para que lucharan por sus derechos y por la República.

Utiliza un lenguaje apelativo, ya que según Dolores Cabral Martín “el elemento destacado es el receptor de quien el hablante quiere conseguir algo: influirlo, aconsejarlo, moverlo a actuar en un sentido determinado... [...] centrada en llamar la atención del receptor, es la predominante en el lenguaje de la publicidad y la propaganda.”²².

Este cartel forma parte de los primeros meses de la Guerra Civil Española, en el período donde las mujeres tenían permitido formar parte de la lucha en el frente junto a los hombres. Por esta razón, al ser la mujer la protagonista del cartel invita a otras chicas a unirse a la milicia y no quedarse retenidas en un ámbito doméstico, además de necesitarlas para ganar el enfrentamiento.

²² Cabral Martín, Dolores: “La guerra española en imágenes. Una lectura simbólica del lenguaje propagandístico de los carteles de la Guerra Civil española.” 2015. Pág. 66



Figura 3 RICARD OBIOLS (1936) "Por las milicias". Recuperado de <http://affiches-combattants-liberte.org/es/accueil/494-affiche-1936-obiols-pour-les-milices.html>

Este cartel también forma parte de la serie de carteles que se realizaron en los primeros meses del conflicto en el que las mujeres se convirtieron en milicianas y se les permitió luchar en el frente.

A nivel denotativo, se perciben 5 sujetos: una figura femenina y cuatro masculinas. Aparece también la bandera anarquista junto a las siglas de dos organizaciones, donde cada una de ellas se las presenta en uno de los dos colores característico de la bandera: C.N.T.²³ en color negro sobre la zona roja, mientras que la A.I.T.²⁴ se encuentra escrita en rojo sobre el fondo negro. El fondo de la composición es llano de color verde claro.

La mujer, la figura de más altura del cartel ya que está subida encima de unos escalones, aparece con apariencia sonriente. Va vestida con un mono color tierra, una camisa azul, una cartuchera y una gorra rojinegra donde se percibe la inscripción F.A.I.²⁵ en la parte oscura. Sostiene con su mano izquierda la bandera anarquista, la cual traspasa el cuerpo de la mujer pasando por detrás de ella ocupando gran parte de la zona superior del cartel, separando también con su cuerpo las siglas de las dos organizaciones que aparecen en ella.

Los hombres de su alrededor visten, cada uno, de diferente forma. Tres de ellos visten con un mono – dos del mismo color que la figura femenina y el otro de color negro- con camisas de color azul o gris. El que está más cerca de la mujer viste de pantalón y jersey negros, donde se le aprecia la camisa, de color azul, que lleva debajo del jersey. A su vez, todas las figuras masculinas llevan fusil, y tres de ellos cartucheras.

Por debajo de la escena comentada, aparecen las letras del título del cartel “por las milicias” separando cada palabra por el denominado punto volado. La inscripción está escrita con una tipografía sin serifa y en mayúsculas. Se utiliza tanto en las siglas de la bandera como en el título una fuente simple y así favorecer la comprensión.

En cuanto al nivel connotativo, se detecta al personaje femenino como una miliciana, llevando el característico atuendo obrero, el mono, aunque en esta escena no lleva consigo un fusil sino la bandera anarquista. Se concibe como protagonista de esta escena a la mujer por diversas razones. Para empezar, el personaje femenino está una posición física más alta que el resto de individuos. Como se ha expuesto anteriormente, se le ayuda a

²³ Confederación Nacional del Trabajo.

²⁴ Asociación Internacional de los Trabajadores.

²⁵ Federación Anarquista Ibérica.

llegar a ese lugar mediante unas escaleras donde así se la coloca en la parte superior. Dicho protagonismo también se percibe por la forma en la que actúan las figuras masculinas alrededor de la femenina, prestándole atención e incluso, en el caso de uno de ellos, arrodillándose junto a ella. Por último, la importancia del papel femenino en esta composición radica en la bandera que sujeta la miliciana, la cual ocupa una gran parte del cartel además de ser el único elemento con colores intensos, cuyo objetivo es atraer la mirada del espectador a ese punto y dotar a la mujer de un papel importante.

De esta forma, no se relega a la mujer a un plano secundario o doméstico, sino que busca reflejar una imagen segura, libre, independiente y revolucionaria. La representación de la mujer en este cartel pretende ensalzar la participación femenina en el movimiento militarista, y enseñar al espectador que cualquier adulto, hombre o mujer, puede luchar en el frente por la República.

En cuanto a las figuras masculinas, como se ha comentado anteriormente, tienen una posición de atención y disposición hacia la mujer. Solamente se observa a una figura que no está apreciando a la protagonista de la escena. A su vez, cada uno de ellos está dispuesto a diferente distancia en la composición para que el espectador puede leer ambas partes de las siglas del sindicato anarquista C.N.T. – F.A.I.

En el caso de la representación de la mujer, se la dibuja de forma estilizada y se aprecia claramente que es una figura femenina, aunque no esté estereotipada ni sexualizada, simplemente es una persona más del grupo poniendo en evidencia la igualdad que se vivía en el frente. De esta forma, el mensaje que se quería enviar, poniendo a la mujer como personaje principal de la composición, no es más que la equidad de género.

Respecto al texto que aparece, “Por las milicias”, se busca inducir en el espectador un comportamiento activo, haciendo que éste se una a la lucha por la libertad.

Utiliza un lenguaje referencial, ya que según Dolores Cabral Martín “alude continuamente al producto, marca, servicio o idea que quieren ser promocionados”²⁶. Esto se observa en el objeto protagonista del cartel: la bandera de la C.N.T – F.A.I., además de en todas las gorras de los personajes, apareciendo también las siglas y los colores que simbolizan el anarquismo.

²⁶ Cabral Martín, Dolores: “La guerra española en imágenes. Una lectura simbólica del lenguaje propagandístico de los carteles de la Guerra Civil española.” 2015. Pág. 65.



Figura 4 PARRILLA (1937) "La mujer también quiere ganar la guerra. Ayudémosla". Recuperado de <http://www.arte.sbhac.net/Carteles/Cartelistas/Parrilla/Parrilla.htm>

En el este cartel, la mujer ya no acompaña al hombre a luchar en la vanguardia y luchar militarmente por la república y contra el bando nacional. La mujer pasa a la retaguardia para reemplazar el lugar que los hombres han dejado para ir a luchar al frente. Así, las mujeres tuvieron que adoptar nuevos roles laborales que eran desconocidos para ellas hasta entonces.

Se puede observar, a nivel denotativo, dos personajes: uno femenino— que está trabajando — y otro masculino— que la está mirando. El personaje femenino, de pelo rubio y recogido hacia atrás, está iluminado y viste con un mono de trabajo y está agarrando con ambas manos una llave para apretar unas tuercas de color gris distribuidas en el centro de la composición hasta el extremo superior de ésta. Junto a la mujer, aparece la figura masculina, que está dando la espalda al espectador y más oscurecido, viste también con un mono y solamente está observándola con las manos en la cintura.

En la parte superior izquierda del cartel aparece el nombre del dibujante²⁷ y por debajo de éste, aparece el logotipo del PCE²⁸, ambos de color negro. Ya bajo las tuercas, también en la parte izquierda y de color negro, aparece el texto “Sector sur. Secretaria de agit-prop²⁹”. En el punto inferior-derecho, aparece el título del cartel escrito en color blanco: “La mujer también quiere ganar la guerra. Ayudémosla”. Todos estos textos están escritos con una tipografía sin serifa, en letra mayúscula y simple para favorecer la legibilidad de éstos.

A nivel connotativo, se puede observar una escena laboral en una fábrica o un taller. La mujer, está trabajando y ocupando el lugar de los hombres mientras éstos están luchando en el frente. El hombre que está de espaldas junto a ella no sólo está observándola, sino que la está supervisando.

Con el texto del cartel, se quiere dar a entender que la mujer no puede sola en el mundo obrero y que necesita esa ayuda en la retaguardia por parte de los hombres. Ésta, es una

²⁷ “Parrilla pertenecía al Sindicato de Profesionales de las Bellas Artes (UGT) de Madrid. Había trabajado para Blanco y Negro y era poco conocido cuando estalló la guerra. Tenía cierta tendencia al barroco, como buen andaluz, pero pocos como Parrilla han sabido hacer propaganda política.” Recuperado de: <http://www.arte.sbhac.net/Carteles/Cartelistas/Parrilla/Parrilla.htm>

²⁸ Partido Comunista Español.

²⁹ Agitación y propaganda, especialmente utilizada por la ideología comunista. Recuperado de: <http://www.dictionary.com/browse/agitprop?s=t>

actitud paternalista hacia el género femenino, haciendo ver que no están hechas para el trabajo obrero y que tienen que tener un hombre supervisando y enseñándoles el trabajo.

Esta supervisión de la mujer por parte del hombre parece acentuar la creencia de la temporalidad de la mujer en el mundo laboral, acabándose ese período al terminar el conflicto bélico y tranquilizando al género masculino de la incorporación de la mujer en el oficio.³⁰

La figura de la mujer no está dibujada con muchos detalles, pero se aprecia claramente que se trata de un personaje femenino ya que se les resalta algunos rasgos fisiológicos. Aun así, no aparece de forma sexualizada ni estereotipada, dando importancia al trabajo que está llevando a cabo.

A diferencia de los carteles de la mujer como miliciana, este afiche fomenta la imagen femenina en la retaguardia, llevándola a un plano secundario. Ya no se observa una imagen de una mujer libre e independiente, esperando a ser supervisada y aceptada por el género masculino.

Utiliza un lenguaje apelativo, ya que según Dolores Cabral Martín “el elemento destacado es el receptor de quien el hablante quiere conseguir algo: influirlo, aconsejarlo, moverlo a actuar en un sentido determinado... [...] centrada en llamar la atención del receptor, es la predominante en el lenguaje de la publicidad y la propaganda.”³¹.

³⁰ DE LAS HERAS, BEATRIZ. “La representación de la mujer en carteles, fotografías y cine documental. Madrid 1936-1939”. Universidad Carlos III de Madrid. 2009. Pág. 10.

³¹ Cabral Martín, Dolores: “La guerra española en imágenes. Una lectura simbólica del lenguaje propagandístico de los carteles de la Guerra Civil española.” 2015. Pág. 66



© MCH Archivos Estatales

Figura 5 ANÍBAL TEJADA (1936) "Defiende a tu hijo". Recuperado de:

<http://pares.mcu.es/cartelesGC/servlets/visorServlet?cartel=15&page=1&from=catalogo>

En esta gráfica se observa, a nivel denotativo, dos figuras humanas: una madre y su hijo. El niño, del que no se puede distinguir el género, aparece completamente desnudo y agarrado por uno de los brazos de la madre. Ésta, levantando el brazo, lleva puesto un vestido roto por la parte del pecho, lo que hace que uno de ellos esté completamente visible. Posterior a sus figuras, se dibuja una sombra oscura, siendo ésta la de la madre.

Enfrente de las dos figuras, aparecen unas garras de una especie de animal o bestia, peludas y negras, en posición de atacar a los individuos. En el dorso de sus garras, en color blanco, aparece el yugo y las flechas que caracterizan la imagen de la Falange.

El fondo es totalmente rojo, que como ya se ha explicado anteriormente, es el color que pertenece a la ideología de izquierdas: comunismo, socialismo... ¡El texto, “defiende a tu hijo!”, aparece en la parte inferior del cartel, en imperativo, minúscula y en color blanco. Ésta, es una tipografía con serifa y redondeada. En el centro izquierda de la composición aparece la firma del autor del cartel y en la parte superior derecha se observa el logotipo de Altavoz del frente³²

En lo general utilizan colores oscuros para los fondos, el rojo para el fondo y el negro para las sombras y las garras, y las figuras de la madre y el hijo en color gris junto con las letras blancas. Esto, a nivel connotativo hace que se preste atención al centro de la imagen, el color gris, ya que contrasta con los colores potentes del fondo.

La escena puede considerarse de terror. Las garras, significando el bando contrario, quiere atacar a la madre y al hijo, significando éstos la familia. Los nacionales han roto el vestido de la mujer, pero ésta, no se queda pasiva a dicho ataque, sino que se enfrenta al enemigo, como se puede observar, alzando el puño. La sombra que nace detrás de las figuras es mayor que ellas, lo que le otorga un significado de grandeza, entendiéndose de esta forma que es capaz de luchar y defender a su familia de los enemigos.

La imagen da a conocer una visión de la mujer muy diferente a los anteriores carteles analizados. En este, se atribuye a la mujer la condición de maternidad y de cuidadora del hogar y de la familia. Ya no se expone de una manera libre, independiente o

³² “Era un organismo dependiente del Subcomisariado de Propaganda del Ministerio de la Guerra que comenzó a emitir todos los días a las nueve de la noche, desde el 14 de septiembre de 1936, a través de Unión Radio Madrid. Sus emisiones, en las que alternaban charlas de distintos dirigentes con música revolucionaria o poemas cantados, adquirieron justo renombre.” Recuperado de: <https://belenmoreno.wordpress.com/2011/02/18/ii-la-propaganda-arma-de-guerra-en-espana-1936-1939-la-republica/>

revolucionaria, ni como trabajadora en fábricas ocupando el lugar que los hombres dejaron, sino que se le da a la mujer una carga familiar y doméstica, con la responsabilidad de cuidar a sus hijos solas. Otra interpretación posible es la de que las mujeres son la base de la familia, la más importante y el bando nacional quiere atacarlas directamente a ellas, atacando así a la persona que alimenta al resto de la familia.

El texto acompaña esa imagen, dotando a la mujer, como ya se ha expuesto, a la creencia de la maternidad inherente al sexo femenino y, con ello, la obligación del cuidado de sus hijos.

La figura de la mujer está dibujada resaltando sus rasgos fisiológicos, estereotipada y sexualizada, viéndosele incluso uno de los pechos, queriendo así llamar la atención en ese punto de su cuerpo. Por esta razón, se percibe a la figura femenina creando una imagen atractiva y sexualizada, dejando de lado el peligro de la escena.

Utiliza un lenguaje apelativo, ya que según Dolores Cabral Martín “el elemento destacado es el receptor de quien el hablante quiere conseguir algo: influirlo, aconsejarlo, moverlo a actuar en un sentido determinado... [...] centrada en llamar la atención del receptor, es la predominante en el lenguaje de la publicidad y la propaganda.”³³. De esta forma, el mensaje del cartel va dirigido a las mujeres, sobre todo las que tienen hijos a su cargo. Infunde una imagen de terror, para que así se defiendan a la familia, mayores o menores, del bando sublevado y que no se dejen engañar por quien sigue la ideología tradicionalista y de derechas característica de ese bando.

Así, este cartel ya no trata a la mujer sólo en la retaguardia, sino que le otorga esa creencia de la maternidad inherente a la mujer, ensalzándola y exponiendo su obligación, como madre, de defender a su hijo.

³³ Cabral Martín, Dolores: “La guerra española en imágenes. Una lectura simbólica del lenguaje propagandístico de los carteles de la Guerra Civil española.” 2015. Pág. 66

4. La representación de la mujer en los carteles del bando nacional.

El bando nacional, el sublevado, se identificaba más con las ideologías y políticas más tradicionalistas y de derechas. Existía un apoyo a la monarquía, las clases burguesas y a la iglesia, y un rechazo al pensamiento teórico del comunismo.

Las zonas nacionales más importantes durante la Guerra Civil fueron: Castilla y León, Galicia, las Islas Canarias, las Islas Baleares (excepto Menorca que fue republicana hasta finalizar el conflicto), Sevilla, Córdoba y parte de Aragón.

Poco a poco, y con la ayuda de Alemania e Italia, el bando nacional fue consiguiendo victorias en las ciudades de toda España, hasta que Madrid cayó en 1939 y dio fin a la Guerra Civil Española.

La imagen de la mujer en la cartelería representada por este bando es muy diferente a la de los partidos de izquierdas que se han analizado anteriormente. Éstos, atribuían a la mujer labores maternas y domésticas, necesitándolas en el hogar cuidando de sus hijos o en trabajos de cuidados para los heridos o niños huérfanos.

Por esta razón, no se van a encontrar representaciones diferentes de mujeres, como en el caso de la cartelería republicana, sino que siempre va a ser la misma imagen: en la retaguardia, sin posibilidad a incorporarse en el mundo laboral, llevando a cabo tareas domésticas o auxilio a los necesitados. Pilar Primo de Rivera lo aclaró con sus declaraciones al finalizar el enfrentamiento en 1939:

“Estamos aquí para celebrar vuestra victoria y honrar a vuestros soldados. Porque la única misión que tienen asignadas las mujeres en la tarea de la Patria es el hogar. Por eso ahora, con la paz ampliaremos la labor iniciada en nuestras escuelas de formación, para hacerles a los hombres tan agradable la vida de familia que dentro de la casa encuentren todo aquello que antes les faltaba, y así no tendrán que ir a buscar en la taberna o en el casino los ratos de expansión”.³⁴

En este caso, solamente se van a analizar tres carteles pertenecientes a este bando, ya que todos tienen mucha similitud en la labor que llevan a cabo. Se han elegido dos

³⁴ Pilar Primo de Rivera. *Discursos circulares. Escritos* (Madrid,s.f.) P. 152-153.

donde se relaciona a la mujer con la maternidad y uno donde se la relaciona con el ámbito doméstico, siempre desde un papel secundario y subordinada al hombre.

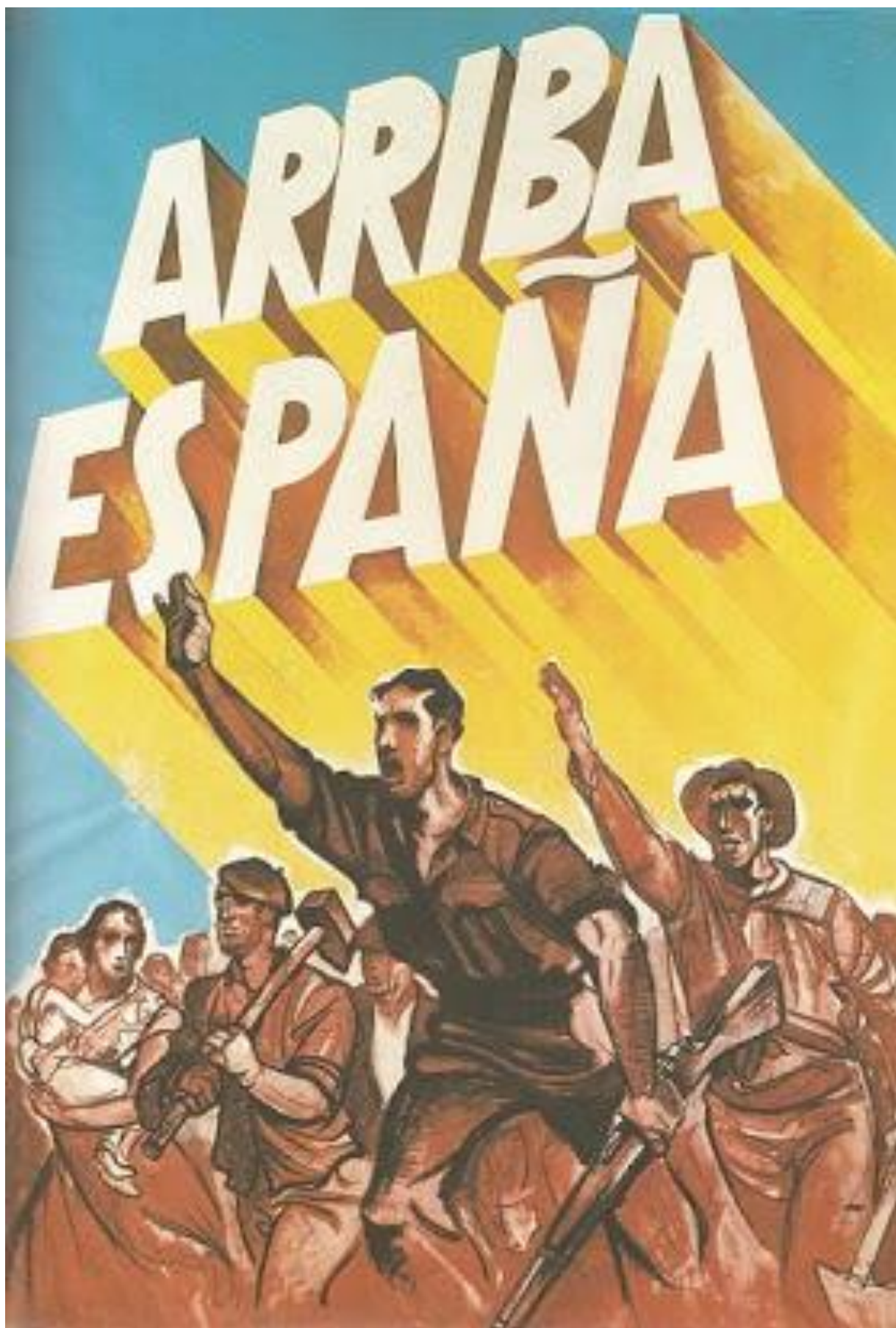


Figura 6 Figura 7 ANÓNIMO (s.f.) "Arriba España". Recuperado de: *Carteles de la guerra*. (2008). Madrid: Fundación Pablo Iglesias

En la anterior imagen se observa, a nivel denotativo, una multitud de personas, en la cual solamente aparece la figura de una mujer. Se pueden percibir tres ejemplos distintos de personajes masculinos, todos ellos vestidos con pantalón y camisa: con sombrero y una pala, con boina y un martillo y, el último, con un fusil. Estas figuras, corresponden a las tres imágenes principales, las cuales destacan visualmente sobre el resto. Dos de ellos – el de la pala y el del fusil – están alzando el brazo derecho al aire.

Junto a las tres imágenes más distinguidas, aparece la figura de una mujer joven con un niño o una niña en brazos. Ambos, están mirando a los tres hombres con atención. La mujer lleva una especie de vestido, con el pelo recogido, mientras que al infante no se distingue con exactitud su vestimenta.

El texto del cartel propagandístico, “Arriba España”, ocupa toda la parte superior de éste, están dibujadas en 3D de color blanco, dejando una estela amarilla que va hacia abajo del cartel pasando por detrás de la multitud. Es una tipografía sin serifa, escrita en mayúsculas, ayudando así a una fácil legibilidad para el lector.

En cuanto al nivel connotativo, las tres figuras principales representan a un soldado, un obrero y un campesino. Estos, marchan con orgullo levantando el brazo derecho junto al lema de “Arriba España”, ambas cosas atribuidas en este conflicto a la Falange española.

Aunque el personaje femenino forme parte activa del desfile, no se muestra en la composición un alto grado de implicación a diferencia de los personajes masculinos. Simplemente, ella y su hijo observan a los obreros, campesinos y soldados movilizarse por una nueva España.

La mujer, en vez de llevar armas o herramientas de trabajo, lleva consigo a su hijo, lo que se entiende como si esa fuera su naturaleza; mientras los hombres trabajan en el campo o en fábricas, las mujeres tienen que quedarse en casa cuidando de sus hijos y del hogar. Por esta razón, se le atribuye un papel doméstico y la condición simplemente reproductora.

A su vez, se la representa dibujándola sin ser estereotipada ni sexualizada, aunque se distinga claramente que se trata de un personaje del sexo femenino.

Utiliza un lenguaje expresivo, ya que según Dolores Cabral Martín “cuando un mensaje nos informa del estado de ánimo del emisor o, en general, nos descubre rasgos de su

personalidad, decimos que el mensaje cumple una función expresiva o emotiva.”³⁵. En este caso, el emisor del mensaje son todas las personas de España, ya que se observa en el cartel a tres tipos de personajes: el soldado, el obrero y el campesino. Así, el mensaje no sólo se centra en las clases más adineradas y con ideología de derechas, sino que pone en evidencia una ideología para todos los ciudadanos españoles.

De esta forma, ya no se observa a una mujer libre, revolucionaria, con un papel principal, sino que queda relegada a un plano secundario.

³⁵ Cabral Martín, Dolores: “La guerra española en imágenes. Una lectura simbólica del lenguaje propagandístico de los carteles de la Guerra Civil española.” 2015. Pág. 66



Figura 8 JOSEP MORELL (1939) "Ha Llegado España". Recuperado de:
<https://community.dur.ac.uk/m.p.thompson/civwar/ha-llegado.htm>

La lectura objetiva de este cartel, perteneciente al bando falangista, representa una escena de desfile y felicidad. En él, aparece la figura de tres personas, dos hombres y una mujer. Como fondo aparece la bandera nacional del ejército sublevado de Francisco Franco y en la parte superior de esta se pueden observar tres palomas blancas. En la parte inferior, se encuentra la escultura de un león en color amarillo. Cruzando dicho león en diagonal, aparece el título del cartel: “Ha llegado España”.

Los tres personajes aparecen con rostro sonriente, mostrando una escena de felicidad. El hombre que está más adelantado viste completamente de azul y tiene erguido el brazo derecho. El soldado que aparece tras él también viste de azul, pero porta consigo unas cartucheras y un casco en la cabeza, además de llevar en la zona del corazón las flechas con el yugo falangistas.

La mujer, que aparece a la derecha, mira sonriente a las figuras masculinas, llevando un cesto de comida sobre sus hombros. Ésta, con rostro joven y tierno, también va vestida de color azul y lleva el pelo recogido.

El texto, “Ha llegado España”, aparece en letras mayúsculas y en blanco. De esta forma, se facilita al receptor a la hora de leerlo y aumenta la comprensión del título.

En cuanto al nivel connotativo o subjetivo, se observa a un líder, un soldado y a una mujer ama de casa. Estos sujetos, están en una especie de desfile celebrando una victoria. El líder mira sonriente al espectador, con el brazo derecho levantado, gesto característico en este conflicto por el bando franquista.

Esta victoria se entiende también por la figura del león que aparece en la parte inferior del cartel, siendo éste la escultura que se encuentra en las Ramblas de la ciudad de Barcelona, en el homenaje a Colón. Por lo tanto, esto significa que la presente gráfica tiene como finalidad comunicar de la conquista de Barcelona por parte del bando nacional.

En cuanto a las palomas blancas, se encuentra una simbología de paz o, incluso de espíritu santo si se tiene en cuenta la iconografía cristiana que utilizaba este bando. Junto al texto, “Ha llegado España”, se compara al bando nacional con un mesías que ha llegado para poner paz en España y terminar con el conflicto bélico.

El cartel está lleno de simbología franquista y falangista. Se puede observar, como símbolo de la falange, el color del vestuario de los personajes, las flechas y el yugo que lleva el soldado en su ropa, el saludo del líder, etc.

En cuanto a la imagen de la mujer en la composición, ésta, aparece con un cesto de comida en los hombros, por lo que se la asocia a tareas domésticas. Con la mirada fija a las figuras masculinas, se transmite una imagen subordinada a ellos, como si se tratase de un mero apéndice: formando parte del hombre, pero sin aportar nada. No se la dibuja de forma estereotipada ni sexualizada, pero se distingue con claridad que pertenece al sexo femenino.

Por lo tanto, representa los valores tradicionales de la sociedad anterior a la II República, donde nacer mujer sólo podía significar dos cosas: ser madre y cuidar del hogar.

Como en la anterior figura, ésta también utiliza un lenguaje expresivo, ya que según Dolores Cabral Martín “cuando un mensaje nos informa del estado de ánimo del emisor o, en general, nos descubre rasgos de su personalidad, decimos que el mensaje cumple una función expresiva o emotiva.”³⁶.

³⁶ Cabral Martín, Dolores: “La guerra española en imágenes. Una lectura simbólica del lenguaje propagandístico de los carteles de la Guerra Civil española.” 2015. Pág. 66



Figura 9 CARLOS SAENZ DE TEJADA (s.f.) "Por la madre y el hijo. Por una España mejor". Recuperado de: <http://mdc.cbuc.cat/cdm/ref/collection/cartellsBC/id/184>

En la anterior imagen se observa, a nivel denotativo, cuatro individuos. Aparece, en un mayor tamaño, la figura de una mujer sujetando con los brazos erguidos a un bebé. En la parte inferior del cartel, por la zona de las rodillas de la figura femenina antes comentada, aparece un hombre y una mujer de edad avanzada observando la escena.

La madre, de rostro joven y tierno, viste un vestido blanco, con una media melena de color negro. El bebé lleva un body con el yugo y las flechas de la Falange. unos calcetines rojos y unos zapatos blancos.

Los dos personajes mayores, aparecen dibujados sin color, sólo en negro. La mujer lleva un pañuelo en la cabeza y mira la escena con cara de sufrimiento, mientras que al hombre apenas se le ve el rostro, solamente los ojos y la frente.

En la parte inferior de la composición aparece el logotipo de Auxilio Social³⁷, que tiene forma de círculo, en la parte izquierda aparece una bestia en color negro sobre fondo blanco, y en la derecha, con fondo rojo, una mano con una flecha atacando dicha bestia. Debajo de la figura circular, aparece el nombre de la institución en color rojo y con una tipografía manuscrita.

En la parte superior aparece el título del cartel, “Por la madre y el hijo. Por una España mejor.”. El lema está escrito en una tipografía sin serifa, en color rojo y en mayúsculas, además de estar ubicada entre la cabeza de la madre y la del hijo para llamar más la atención del lector.

A nivel connotativo, la escena representa el orgullo de una madre por el bando nacional, inculcándole a su hijo, aunque sea un bebé, esa clase de ideología y pensamientos. Esto se ve reflejado en la simbología falangista de la vestimenta que lleva el niño, con las flechas y el yugo.

³⁷ ÁNGELA CENARRO LAGUNAS: “El Auxilio Social fue la institución asistencial más emblemática del régimen de Franco. Había nacido durante la Guerra Civil, con el fin de paliar las ingentes necesidades de la retaguardia insurgente, y tras algunos ajustes en su organización interna impuestos desde el gobierno franquista en 1940, se convirtió en una de las principales señas de identidad de la dictadura franquista.”

Recuperado de: <http://www.pliegosdevuste.eu/n1112pliegos/pdfs/71-74.pdf>

Siendo un cartel de Auxilio Social, una organización asistencial para mitigar las necesidades que pudieran surgir del conflicto, se puede interpretar el mensaje como que es necesario cuidar a la familia, ayudar a la madre para que las familias no pasen hambre.

Se utiliza un fondo plano, para conseguir fijar la mirada en la madre y el hijo, siendo ellos el centro del cartel y de la escena.

Los dos personajes ancianos, con apariencia de estar agonizando y al color con el que se les dibuja., representan el ocaso de la antigua España, la que quedaría atrás con la victoria del franquismo, surgiendo así una nueva España.

La figura de la mujer está dibujada de forma estilizada y sexualizada, marcándose en ella algunos de sus rasgos fisiológicos. Junto a la imagen y el texto, se percibe una imagen asociada a labores secundarias y a la maternidad. Se reconoce, así, a la mujer como madre y esposa, como ser doméstico, llevando a cabo la única misión que se cumplir el sexo femenino vinculada a ideologías de derechas, tradicionalistas y católicas.

Utiliza un lenguaje apelativo, ya que según Dolores Cabral Martín “el elemento destacado es el receptor de quien el hablante quiere conseguir algo: influirlo, aconsejarlo, moverlo a actuar en un sentido determinado... [...] centrada en llamar la atención del receptor, es la predominante en el lenguaje de la publicidad y la propaganda.”³⁸.

³⁸ Cabral Martín, Dolores: “La guerra española en imágenes. Una lectura simbólica del lenguaje propagandístico de los carteles de la Guerra Civil española.” 2015. Pág. 66

5. Conclusiones.

Tras realizar el análisis de la representación de la mujer durante la Guerra Civil y la forma en la que se la percibía en los carteles propagandísticos durante dicho enfrentamiento, se ponen en evidencia grandes diferencias entre ambos bandos.

La diferencia más evidente se encuentra en la labor que la mujer debe llevar a cabo, viéndose retratada en los carteles. Así, se va a utilizar esta propaganda para transmitir los valores y las ideologías de cada bando y estereotipar, de esta forma, a la mujer dependiendo de esas creencias.

Como se ha podido observar durante el análisis de los carteles propagandísticos de cada uno de los bandos, la imagen de la mujer cumple diferentes funciones. En el bando republicano se perciben tres tipos de representación:

- Una mujer libre y revolucionaria, igual al hombre y capaz de luchar con él en el frente.
- Una vez en la retaguardia, aparece una mujer trabajadora en el lugar que ocupaban los soldados con anterioridad, pero, aun así, supervisada por un hombre.
- Por último, y también en la retaguardia, se percibe a una mujer doméstica, una mujer a la cual se le atribuye esa condición de maternidad, de cuidado del hogar y de la familia.

En cambio, en el bando nacional sólo se encuentra un modelo de mujer, la cual queda relegada a un plano secundario, convirtiéndola en un ser doméstico y materno, donde se le otorga esta condición inherente de la maternidad. Siempre se la representa junto a un hombre o un grupo de ellos y nunca siendo la protagonista de ningún cartel propagandístico.

De esta manera, la imagen de la mujer en el bando republicano es una imagen más cercana a la que se le atribuyó en la II República, una mujer independiente y libre, mientras que, en el caso del bando franquista, siguen presentes unos valores tradicionales hacia la mujer, siendo ésta la cuidadora del hogar, buena esposa y madre, sin capacidad para entrar en el mundo laboral.

De esta forma, se cumple la hipótesis general planteada al inicio del presente trabajo en la que se exponía que la figura de la mujer en la propaganda de la Guerra Civil Española tendría un papel menos doméstico en los carteles del bando republicano que en las del bando nacional y, por lo tanto, tendrá un significado diferente en ambos bandos: en el republicano uno más reivindicativo, mientras que en el nacional uno más doméstico y secundario.

También, a raíz del análisis realizado, se pone en evidencia la falta de representación de la mujer en los carteles del bando franquista, apareciendo en muy pocos carteles. Por esta razón, se ha puesto una muestra más reducida que la del bando republicano, donde también es pequeña, pero se completará con más carteles en anexos para corroborar el análisis.

La segunda hipótesis planteada, en la que se proponía que la imagen de la mujer aparecería más frecuentemente en la cartelística del bando republicano que en el bando nacional.

Como reflexión personal, hay que destacar las representaciones sexualizadas y estereotipadas que se hacían de la mujer, reduciéndola a eso. Es cierto que tenían un mensaje que lanzar, pero estereotipándola de esa forma, se busca llamar la atención y ese mensaje queda en un segundo lugar. De esta forma, las desigualdades de género estaban presentes en la propaganda de ambos bandos, quedando mucho camino por recorrer para llegar a la igualdad real entre los dos sexos. Una igualdad real que, por desgracia, a día de hoy todavía no se ha conseguido.

6. Bibliografía.

Aguado, A. (2011). *Memoria de la Guerra Civil e identidades femeninas antifranquistas*. [online] Journals.openedition.org. Recuperado de: <https://journals.openedition.org/amnis/1508> [Fecha de acceso: 17/04/2018].

Bernays, E. (1936). *Propaganda*. Liveright Publishing Corporation.

Blanco Rodríguez, J. (2007). La historiografía de la Guerra Civil Española. *Hispania Nova*, [online] (7). Recuperado de: <http://hispanianova.rediris.es/7/dossier/07d014.pdf> [Fecha de acceso: 17/04/2018].

Bne.es. (s.f.). *Exposición Virtual. Biblioteca Nacional de España*. [online] Recuperado de: <http://www.bne.es/es/Micrositios/Exposiciones/BNE300/Exposicion/Seccion3/sub3/Obra54.html?origen=galeria> [Fecha de acceso: 28/03/2018].

Cabral Martín, D. (2015). *La guerra española en imágenes. Una lectura simbólica del lenguaje propagandístico de los carteles de la Guerra Civil española*. Doctorado. Universidad de Sevilla.

Carteles de la guerra. (2008). Madrid: Fundación Pablo Iglesias.

Cantos Casenave, M., Durán López, F. and Romero Ferrer, A. (2009). *La guerra de pluma*. Cádiz, España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cadiz (UCA).

Cenarro Lagunas, Á. (2010). Historia y memoria del Auxilio Social de Falange. *Pliegos de Yuste*. (11-12). Recuperado de: <http://www.pliegosdeyuste.eu/n1112pliegos/pdfs/71-74.pdf> [Fecha de acceso: 19/05/2018].

Chomsky, N. (2005). La propaganda. *Chasqui*, [online] (90). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791204> [Fecha de acceso: 15/04/2018].

Congreso. (s.f.). *Constitución de la República española de 1931*. [online] Recuperado de: http://www.congreso.es/docu/constituciones/1931/1931_cd.pdf [Fecha de acceso: 29/04/2018].

Dale, J. (2013). *El voto femenino en España cumple 80 años*. [online] La Vanguardia. Recuperado de: <http://www.lavanguardia.com/vida/20131119/54393615758/voto-femenino-espana-cumple-80-anos.html> [Fecha de acceso: 10/04/2018].

de las Heras, B. (2009). La representación de la mujer en carteles, fotografías y cine documental. Madrid, 1936-1939. *O Olho da História*, [online] (13). Recuperado de: <http://docplayer.es/15225801-La-representacion-de-la-mujer-en-carteles-fotografias-y-cine-documental-madrid-1936-1939.html> [Fecha de acceso: 15/05/2018].

Dictionary.com. (s.f.). *the definition of agitprop*. [online] Recuperado de: <http://www.dictionary.com/browse/agitprop?s=t> [Fecha de acceso: 10/05/2018].

Edwards, V. (1938). *Group leader's guide to propaganda analysis*. New York: Institute for Propaganda Analysis.

Gobierno de España (s.f.). *MINISTERIO DE EDUCACION, CULTURA Y DEPORTES. SECRETARIA DE ESTADO DE CULTURA - Portal de Archivos Españoles*. [online] Recuperado de: <http://pares.mcu.es/cartelesGC/servlets/visorServlet?cartel=15&page=1&from=catalogo> [Fecha de acceso: 15/05/2018].

Gómez Escarda, M. (2008). La mujer en la propaganda política republicana de la Guerra Civil española. *Barataria*, [online] (9). Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.20932/barataria.v0i9.181> [Fecha de acceso: 06/03/2018].

González Naranjo, R. (2017). *Usar y tirar: las mujeres republicanas en la propaganda de guerra*. [online] Los ojos de Hipatia. Recuperado de: <https://losojosdehipatia.com.es/cultura/historia/usar-y-tirar-las-mujeres-republicanas-en-la-propaganda-de-guerra/> [Fecha de acceso: 15/04/2018].

Guerracivil1936 (s.f.). *LAS MUJERES Y LA GUERRA CIVIL*. [online] Recuperado de: <http://www.guerracivil1936.galeon.com/mujeres.htm> [Fecha de acceso: 18/05/2018].

Historiaespana.es. (s.f.). *Guerra Civil Española*. [online] Recuperado de: <https://historiaespana.es/edad-contemporanea/guerra-civil-espanola> [Fecha de acceso: 17/04/2018].

Iglesias Rodríguez, Gema. (2002). *La propaganda política durante la Guerra Civil Española*. Doctorado. Universidad Complutense de Madrid.

Legalinfo-panama.com. (s.f.). *La perspectiva de género desde el Derecho [Legal Info-Panama]*. [online] Recuperado de: http://www.legalinfo-panama.com/articulos/articulos_21c.htm [Fecha de acceso: 08/03/2018].

Les Affiches des combattants de la liberté - Espagne 1936. (s.f.). *Affiche, 1936, Obiols, Pour les milices*. [online] Recuperado de: <http://affiches-combattants-liberte.org/es/accueil/494-affiche-1936-obiols-pour-les-milices.html> [Fecha de acceso: 01/05/2018].

López Vallecillo, M. (2016). Relevancia de la mujer en el bando nacional de la Guerra Civil española: las enfermeras. *Memoria y Civilización*. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.15581/001.19.419-439>

Marqués Pascual, J. and Uribe Salazar, A. (2016). *Política y propaganda*. Barcelona: Universidad Abierta de Cataluña.

MARTINEZ PELÁEZ, A. ROMERO TORRES, J. (2001) La mujer en la estética cartelística durante la Guerra Civil Española". *Dos décadas de cultura artística en el Franquismo (1936-1956) Actas del Congreso*.

MELÚS, E. (2014). *Milicianas, la doble lucha del 36*. [online] elperiodico. Available at: <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20140113/milicianas-la-doble-lucha-del-36-3004989> [Fecha de acceso: 29/04/2018].

MONTERDE GARCÍA, J. (2010) Algunos aspectos sobre el voto femenino en la II República Española: debates parlamentarios. *Anuario de la Facultad de Derecho*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3434377>

Morelli, A. (2002). *Principios elementales de la propaganda de guerra*. Hondarrabia: Argitaletxe Hiru.

Moreno, J. (s.f.). *Guerra civil española: bandos enfrentados*. [online] Recuperado de: <https://www.unprofesor.com/ciencias-sociales/guerra-civil-espanola-bandos-enfrentados-1903.html> [Fecha de acceso: 18/05/2018].

Oaknin, M. (2010). *La reinscripción del rol de la mujer en la Guerra Civil española: La voz dormida*. [online] Webs.ucm.es. Recuperado de: <http://webs.ucm.es/info/especulo/numero43/vozdorm.html> [Fecha de acceso: 17/03/2018].

Pacheco Morato, J. (2017). *Los carteles propagandísticos durante la Guerra Civil Española*. Trabajo de fin de grado. Universidad de Extremadura. Recuperado de: http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/6866/TFGUEX_2017_Pacheco_Morato.pdf?sequence=1

Pizarroso Quintero, A. (2005). La Guerra Civil española, un hito en la historia de la propaganda. *El Argonauta Español*, [online] (2). Recuperado de: <https://journals.openedition.org/argonauta/1195> [Fecha de acceso: 15/02/ 2018].

Por la madre y el hijo: por una España mejor. Cartells (Biblioteca de Catalunya). (2009). Recuperado de: <http://mdc.cbuc.cat/cdm/ref/collection/cartellsBC/id/184> [Fecha de acceso: 19/05/2018].

Pulpillo Leiva, C. (2014). La configuración de la propaganda en la España nacional (1936-1941). *La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura*, [online] (1). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5133942> [Fecha de acceso: 17/02/2018].

Revista de Historia. (2017). *La mujer en la segunda república: la cuestión del voto femenino - Revista de Historia*. [online] Recuperado de: <https://revistadehistoria.es/la-mujer-en-la-segunda-republica-la-cuestion-del-voto-femenino/> [Fecha de acceso: 15/04/2018].

Revista de Historia. (2017). *La perspectiva de género como categoría histórica*. [online] Recuperado de: <https://revistadehistoria.es/la-perspectiva-de-genero-como-categoria-historica/> [Fecha de acceso: 15/02/2018].

S.B.H.A.C. (s.f.). *Cartelistas republicanos de la Guerra Civil española*. [online] Recuperado de: <http://www.arte.sbhac.net/Carteles/Cartelistas/Parrilla/Parrilla.htm> [Fecha de acceso: 10/05/2018].

Thompson, M. (2002). Nationalist posters: Ha llegado España. Recuperado de: <https://community.dur.ac.uk/m.p.thompson/civwar/ha-llegado.htm>

Tomas Ferré, F. (2006). Guerra Civil española y carteles de propaganda: El arte y las masas. *Olivar*, [online] (8). Recuperado de: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.3544/pr.3544.pdf [Fecha de acceso: 09/03/2018].

ANEXOS.

En este apartado de anexos se va a completar con una muestra mayor de carteles republicanos expuestos en el trabajo para así corroborar la hipótesis donde se exponía que la mujer tendría un papel más reivindicativo y menos doméstico y familiar en el bando republicano que en el bando nacional.



Imagen 1 "Trebàll és el teu diari".

Recuperado de:

<https://br.pinterest.com/pin/476677941789873468/>



Imagen 2 "Votad al Frente Popular".

Recuperado de:

http://www.elastrodemadrid.com/index.php?id_category=107&controller=category&id_lang=3



Imagen 3 "Mujeres trabajad por los compañeros que luchan". Recuperado de:

<http://bir.brandeis.edu/handle/10192/25922?show=full>

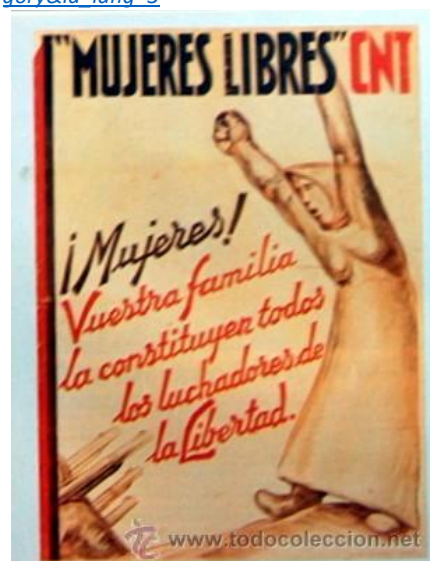


Imagen 4 "¡Mujeres!". Recuperado de: <https://www.todocoleccion.net/carteles-guerra-civil/cartel-guerra-civil-mujeres-libres-cnt~x16662510>



Imagen 5 "¡No pasarán!". Recuperado de: <http://affiches-combattants-liberte.org/es/accueil/385-affiche-1936-inconu-no-pasaran-cnt-ugt.html>



Imagen 6 "¡Madres!". Recuperado de: <http://www.geheugenvannederland.nl/geheugen/view?coll=nqvn&identifieer=NIOD01%3A50662>