

LAS MUJERES COMO PÚBLICO OBJETIVO DE LA PRENSA FALANGISTA Y CATÓLICA

1939. Construcción de la Dictadura

1951. Consolidación de la Dictadura y apertura económica

1969. Crisis y ocaso



INTRODUCCIÓN

Durante la dictadura franquista, los medios de comunicación fueron usados como instrumento político para fundar un nuevo orden social. La prensa femenina transmitió unos valores de esposa-madre-ama de casa. Católicas y falangistas se unieron para crear mujeres sumisas. Las encargadas de su difusión fueron mayoritariamente mujeres.

OBJETIVOS



Conocer los ideales femeninos transmitidos en el franquismo y las instituciones que los difundían. Analizar una revista católica y otra falangista para saber los temas tratados y el sexo de la persona que los redactaba.



HIPÓTESIS

- Los medios funcionaron como instrumentos del Estado. **VERDADERO**
- El sexo femenino solo desempeñó el rol de esposas y amas de casa. **FALSO**
- No existieron mensajes que alteraran el orden social. **FALSO**

CONCLUSIONES

- La prensa franquista idealizó la figura de madre-esposa-ama de casa con escritos triviales.
- La revista Y se centró en las grandezas del pasado.
- Las revistas femeninas actuales dejan de informar para entretener.
- Los consultorios se han mantenido en la actualidad.
- Existen temáticas de difícil acceso para la mujer.

METODOLOGÍA



- TEORÍA para conocer el contexto.
- PRÁCTICA para conocer las revistas Y y FAMILIA ESPAÑOLA.

RESULTADOS

- Las publicaciones destinadas al público femenino transmitían información poco trascendental.
- Las revistas falangistas estaban escritas mayoritariamente por mujeres.
- Las revistas destinadas a toda la familia tenían secciones específicas para las mujeres.
- En los años 60 existieron periodistas que en la prensa católica abogaban por la igualdad laboral.
- Las revistas femeninas también fueron leídas por hombres.
- Los consultorios y relatos fueron usados como herramientas de entretenimiento y de adoctrinamiento.
- Las periodistas se alejaron de la información taurina.