

KAMCHATKA

REVISTA DE ANÁLISIS CULTURAL

Don Tomás Sempere Irlles, Alcalde de Elche,
Ayuntamiento de Id., Provincia de Alicante.

CERTIFICO: Que, previos los oportunos informes, resultan ser (*) los datos que constan en la anterior solicitud y «observaciones» formuladas por Don Angel Martínez Ortega como padre de los miembros que en la misma se expresan, los cuales todos viven en el domicilio del solicitante y son alimentados a su costa.

Y para que conste, expido la presente en Elche, a 13 de julio de 1954.



(*) Poner «ciertos» o «inciertos». En este último caso se acompañará un informe exponiendo las razones que tengan para estimar como inciertos los datos aducidos.

Don José Luis Gallardo Caballero, Juez Municipal
de Elche, Provincia de Alicante.

CERTIFICO: Que los (*) 10 miembros de familia cuyos nombres, fecha de nacimiento y demás circunstancias constan en la presente instancia suscrita por Don Angel Martínez Ortega según los informes recibidos, viven en el día de la fecha y se conservan en estado de solteros.

Y para que conste, expido la presente en Elche, a 13 de julio de 1954.

(Sello del Juzgado.)

(*) Poner el número de hijos.

Examinada la documentación a que se refiere esta solicitud y encontrando cumplidas todas las instrucciones dictadas sobre el particular, y completa y conforme la documentación aportada, se remite a la Dirección General de Previsión a los efectos oportunos. Se acompaña papel de pagos al Estado por valor de 10 pesetas, clase n.º

....., a de de 19.....

EL DELEGADO DE TRABAJO.

LA MEMORIA DE LAS COSAS

CULTURA MATERIAL Y VIDA COTIDIANA DURANTE EL FRANQUISMO

Renovado el 14 de 8 de 1954, categoría 1
Madrid, de de 19.....

EL DIRECTOR GENERAL.

N. 18 /2021 COORD. MARÍA ROSÓN VILLENA



K A M C H A T K A

REVISTA DE ANÁLISIS CULTURAL

LA MEMORIA DE LAS COSAS

CULTURA MATERIAL Y VIDA COTIDIANA DURANTE EL FRANQUISMO

Memory of things. Material Cultural and Everyday Life during the Franco's Dictatorship

La memoria de las cosas. Cultura material y vida cotidiana durante el franquismo 5-14
María Rosón Villena

Pensar lo material 15-31
Jo Labanyi

PRIMERA PARTE: LO PEQUEÑO

Cartas a Lola. Archivos familiares, memorias de guerra y una foto 33-54
Natalia Fortuny

Objetos del destiempo en el exilio republicano. Materialidad y recuerdo en el género memorístico contemporáneo 55-70
Gaetano Antonio Vigna

La vida posible de las cosas. Exilio, imaginación histórica y formas de posesión 71-99
Mónica Alonso Riveiro

**Imágenes de la experiencia y memoria de la represión en la Colección Ricardo Fuente Caa-
maño** 101-127
Óscar Chaves

**El censo de infraviviendas de Madrid: fichas, fotografías y control de la población chabolista
madrileña durante la etapa franquista** 129-150
María Adoración Martínez Aranda

SEGUNDA PARTE: LAS COSAS QUE PESAN

- El hogar desarrollista, un mito. Relato sobre la modernización económica franquista en la construcción de la privacidad y la domesticidad** 151-176
María del Carmen Romo Parra
- La esquizomemoria posfranquista: La Cruz de O Castro de Vigo** 177-198
David Casado Neira
- Transmisión transgeneracional de la memoria del franquismo: el vídeo doméstico como documento en *Haciendo memoria* (2005) de Sandra Ruesga** 199-219
Maribel Rams Albuisch
- La Segunda Conquista de Canarias Trabajo del duelo y fantasmas guanches en la cultura material de la España franquista** 221-246
Roberto Gil Hernández
- La cultura material gay del tardofranquismo y la Transición a través de la memoria oral de Serafín Fernández Rodríguez** 247-275
Javier Fernández Galeano

Portada: diseño a partir de expediente de familia numerosa de la familia de Ángel Martínez Ortega, 1954, Elche (Alicante). Archivo General de la Administración.

KAMCHATKA

REVISTA DE ANÁLISIS CULTURAL

EL HOGAR DESARROLLISTA, UN MITO. RELATO SOBRE LA MODERNIZACIÓN ECONÓMICA FRANQUISTA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA PRIVACIDAD Y LA DOMESTICIDAD

The developmentist home, a myth. Story of francoist economic modernization in the construction of privacy and domesticity

MARÍA DEL CARMEN ROMO PARRA
Universidad de Málaga (España)

cromo@uma.es

Recibido: 21 de septiembre de 2020

Aceptado: 8 de julio de 2021

<https://orcid.org/0000-0002-4296-0558>

<https://doi.org/10.7203/KAM.18.18293>

N. 18 (2021): 151-176. ISSN: 2340-1869

RESUMEN: El discurso del franquismo desarrollista intentó permear la esfera privada para conseguir la legitimación del régimen como sistema político. Bajo esta premisa, desbrozamos el relato de la modernización que intenta hacer consonante la vivienda y el hogar con la puesta en marcha del Primer Plan de Desarrollo Económico y Social (1964-1967). Para su abordaje, se realiza un análisis de contenido del discurso, en tanto que la estrategia de investigación atiende a los mensajes acerca de la reorganización de las categorías espaciotemporales y la introducción de mecanismos de desenclave en el entorno del hogar. La aplicación de esta óptica permite reconocer los elementos de la cultura desarrollista –en su faceta material e inmaterial– aplicados a la construcción de una privacidad moderna. Se revela la importancia adjudicada a nuevos instrumentos como los electrodomésticos –señales simbólicas de progreso– y a nuevas disciplinas, orientadas por los sistemas expertos. Ello reclama, de manera recíproca, vivencias del espacio y el tiempo acordes a los patrones occidentales, que refuerzan las asimetrías de género. La privacidad, definida como lugar y tiempo para el descanso, la comodidad y la diversión para los varones, permite que aflore con nitidez una idea de la domesticidad, vinculada a las mujeres, que aún se proyecta en el presente.

PALABRAS CLAVE: Franquismo, desarrollismo, género, privacidad, domesticidad.

ABSTRACT: The developmentalist Francoism speech attempted to permeate the private sphere in order to achieve the legitimisation of the Regime as a political system. Under this premise, we have cleared the story of modernization that tries to make housing and home consonant with the implementation of the First Plan for Economic and Social Development (1964-1967). To address this, a content analysis of the discourse is carried out, while the research strategy addresses messages about the reorganisation of spatial-temporal categories and the introduction of unlocking mechanisms in the home environment. The application of this perspective allows us to recognise the elements of developmentalist culture - in its material and immaterial facets - applied to the construction of modern privacy. It reveals the importance attached to new instruments such as household appliances - symbolic signs of progress - and to new disciplines, guided by expert systems. This requires, in a reciprocal way, experiences of space and time in line with Western patterns, which reinforce gender asymmetries. Privacy, defined as a place and time for rest, comfort and fun for men, allows an idea of domesticity, linked to women, to emerge clearly, which is still projected in the present days.

KEYWORDS: Francoism, developmentalism, gender, home, privacy, domesticity.

INTRODUCCIÓN. MARCOS Y ENFOQUES DE INTERPRETACIÓN DE LA RETÓRICA DE LA MODERNIZACIÓN FRANQUISTA

Más allá de la liberalización económica y de algunas reformas en la apariencia del estado, el discurso de la planificación franquista del desarrollo intentó permear todas las esferas de la vida cotidiana. El estudio de la narrativa que arroja la puesta en marcha del Primer Plan de Desarrollo Económico y Social (1964-1967) es especialmente fértil para observar la estrategia de paso de la ideología fascista, totalitaria, al autoritarismo pragmático. La “ingeniería social” (Fraga, 1975:80) de la (no)política de la tecnocracia española tendrá sobre todo “un valor de supervivencia” (Cafagna, 1992:224), equívoca y ambigua, facilitando muchas pistas sobre la construcción del franquismo como sistema político en sus últimas décadas.

En este escenario, el objetivo principal de este artículo consiste en analizar las rutas del discurso oficial alrededor de la conformación de la cultura desarrollista llevada al entorno del hogar. Para darle respuesta, desde una perspectiva de género nos fijaremos en una serie de elementos que, vinculados entre sí, revelan la voluntad del franquismo de engancharse a las políticas de modernización occidentales sin renunciar a sus principios ideológicos fundadores. De modo más concreto, estudiaremos la introducción de un nuevo relato acerca de las coordenadas espaciotemporales que rigen la vida cotidiana. En correlación con ello, también se examinará la aparición de nuevos objetos en el entorno del hogar en tanto que símbolos explicativos de la cultura material desarrollista. Además, subrayaremos la aparición de mensajes e informaciones especializadas procedentes de sistemas expertos que vienen a moldear la gestión del nuevo hogar desarrollista y las relaciones que se reproducen en él.

Estas rutas de indagación toman como referente el marco interpretativo desarrollado por Giddens (1995). Para explicar la potencia con que se enfrentan los procesos de modernización a los estilos tradicionales de ver el mundo, Giddens propone observar en la cotidianidad la *reorganización y separación del tiempo y el espacio* y la introducción de *mecanismos de desenclave*, en forma de señales simbólicas y sistemas expertos. El estudio del discurso acerca de la ampliación de las categorías espaciotemporales remarca la apertura de los espacios de operación cotidiana, situando en el futuro, y no en el pasado, las referencias a las que debe orientarse la vida humana. Sobre esta base operan los *mecanismos de desenclave*, que separan las relaciones sociales de las circunstancias locales, de la “inmediatez, de contextos cara a cara” (Míguez, 2000: 6); liberando las relaciones sociales de las prácticas preestablecidas, vaciando su contenido y facilitando “una poderosa globalización de la experiencia” (Roca Sierra, 2005: 342). Hemos apuntado que los mecanismos de desenclave dibujan dos vías de análisis. La aparición de modernas

señales simbólicas, definidas como “medios de intercambio de valor estándar” (Giddens, 1995:295), universales, generalizados, que pueden ser ejemplificados en el dinero, ayudan a decodificar los nuevos componentes de la cultura material desarrollista. Por su parte, reparar en la aparición de sistemas expertos en el discurso sobre la cotidianidad, implica rescatar las recomendaciones de profesionales de todo tipo que, aportando una información especializada y fiable (Andrade Carreño, 2015:95), establecen y regulan nuevas prácticas cotidianas.

Entendemos que la aportación y el interés del trabajo que presentamos reside justamente en la utilización de este marco de interpretación, novedoso y eficaz para explicar las líneas de fuerza del imaginario del desarrollismo franquista y los límites de su apuesta de cara a la construcción de una nueva percepción social de la realidad y a la revisión de las identidades de género. Además, este tipo de aproximación es susceptible de ser aplicado al análisis de las dictaduras que en la década de los sesenta del pasado siglo implementaron políticas de este corte.

Para dar cobertura a nuestros objetivos, examinamos los mensajes contenidos en monografías y obras colectivas de la época, de carácter político, sociológico y educativo, donde se vierte la perspectiva de las distintas familias del régimen. En el transcurso de la puesta en marcha del Primer Plan de Desarrollo (1964-1967), años seminales para entender la introducción de elementos modernizadores en el discurso político y sus contradicciones, realizamos un análisis de contenido del *Boletín Informativo de la Jefatura Provincial del Movimiento* y de la prensa periódica, fuente historiográfica ineludible (Hernández Ramos, 2017). Acudimos especialmente a la consulta de *Sur*, fundado en 1937, por su carácter de diario de referencia de la Prensa del Movimiento en Andalucía (Martínez Fábregas, 16:487). En él se rescatan editoriales, artículos de opinión, noticias, anuncios y humor gráfico reveladores de la didáctica desarrollista.

A partir de aquí, nuestro trabajo se articula en torno a tres apartados. En primer término, se presentan algunos elementos que explican y contextualizan la puesta en marcha del desarrollismo franquista, acompañados de una revisión del debate historiográfico, donde se destacan temáticas útiles para enmarcar nuestra propuesta. En el siguiente apartado hallamos el núcleo de la investigación que, en tres subepígrafes, indaga en el relato sobre la vivienda y el hogar desarrollista como marco de una nueva concepción de la privacidad de la que se desgaja el orden doméstico. Examinamos mensajes vinculados a la introducción de nuevas categorías espaciotemporales aplicadas a la construcción de la cotidianidad. Seguidamente nos centramos en las narrativas sobre el equipamiento de los hogares, donde afloran elementos de la cultura material e inmaterial decodificados como símbolos de la modernización y reforzados por las recomendaciones de sistemas expertos que conducen la organización y las relaciones sociales dentro del hogar. El

tercer subepígrafe focaliza en la aparición de una nueva cultura doméstica sustanciada por el poder simbólico de los electrodomésticos y, de nuevo, por las directrices de los sistemas expertos. Por último, dedicamos un espacio a unas breves conclusiones finales.

PRODUCCIÓN, SOCIALIZACIÓN Y CULTURA: UN HORIZONTE DESARROLLISTA POR RECREAR

El franquismo “es todo menos una ideología mineralizada; tiene un algo de adaptación biológica que lo hace particularmente escurridizo para ser observado” (De Miguel, 1975:242). Su construcción basculó entre un repertorio de principios iniciales, más o menos sólidos, que respondían a las consignas de Falange y del nacionalcatolicismo, y que se fueron difuminando con el predominio del discurso de las élites tecnócratas. En los sesenta se dio “una forma más suave y aparentemente aséptica” al sistema político (Ramírez, 1978:109-110), perfilándose una mentalidad en la que, con muchas fricciones, se emparenta el universo de valores y actitudes de posguerra con los de la cultura política del desarrollo, culminando en ella la obra de autodefinición del régimen.

Atendiendo a fórmulas de capitalismo periférico y dependiente, bajo los postulados de las teorías de la modernización y en concreto de los aportes de Rostow, Lewis y Myrdal (Cañellas Mas, 2006), el lanzamiento de la planificación económica persiguió objetivos de apertura exterior, liberalización económica y reforma de la estructura productiva, priorizando el crecimiento del sector industrial y de servicios frente a la política agraria. El I Plan de Desarrollo estableció como metas la *integración social* -que implicaba aumento de los niveles de renta y reducción de las diferencias entre los diversos sectores de población-, *pleno empleo*, *flexibilización de la economía* y *desarrollo regional* (Comisaría del Plan de Desarrollo Económico, 1963; López Rodó, 1971:231), que dio lugar, sin embargo, a la polarización entre zonas rurales e industriales (Cayetano Rosado, 2007). La llegada de capitales extranjeros constituyó un motor importante, junto a las divisas procedentes de la emigración y el turismo. Este último formó parte medular de la estrategia económica desde finales de los cincuenta, contribuyendo no sólo al equilibrio de la balanza de pagos sino también a la circulación de nuevas mentalidades. A grandes rasgos, en el período 1960-1973 se obtuvo “un ritmo de incremento medio del 7,9% del PIB y del 6,9% per cápita” (Cayuela Sánchez, 2013:164).

El desarrollismo franquista elabora un modelo, si no ciertamente original, sí definidor del devenir de las dictaduras a partir de la década de los sesenta del pasado siglo. Su esquema obedece a la consideración del desarrollo “como panacea”, erigido sobre “el consumo como conducta” y sobre el papel de “los expertos como conductores” (Ramírez, 1978:37-108); alineándose con lo que De Miguel denominó *vía japonesa hacia el desarrollo*: “industrialización con feudalismo, ciencia con jerarquías tradicionales, potencia económica con paternalismo social” (De Miguel, 1975:135).

Quizá uno de los aspectos que mejor colorea la identidad del desarrollismo franquista es la personalidad de sus “conductores”. La élite tecnócrata intentó sincretizar las tendencias del tradicionalismo, orillando sus elementos más totalitarios. El falangismo, a partir de su defensa de la “justicia social”, mantuvo algunas cuotas de poder (Hernández Burgos, 2019:168), con un escaso recorrido dentro de la formulación de la política económica, ejemplificado en la concesión del adjetivo *social* al Plan, que sólo se añadió al título sin una revisión del texto (Estudios del Instituto de Desarrollo Económico, 1970:23-24). En fin, la transición en la influencia política de las familias del régimen se saldó en favor de los *pensadores y científicos*, que para Fernández de la Mora consiguieron periclitar el discurso de los *sentidores y retóricos* (Fernández de la Mora, 1970:9).

La impronta de este período en la sociedad española explica la viveza del debate historiográfico en sus vertientes política, social y cultural (Sánchez Recio, 2018). Desde el punto de vista político, nos parecen especialmente interesantes las aportaciones que examinan el espacio secante, los puntos de fusión y de fricción entre los principios originarios y los elementos de renovación (Giménez Martínez, 2015; Hernández Burgos, 2019; Zaratiegui Labiano y García Velasco, 2019). También sigue siendo fértil la investigación sobre los cambios en política económica hilados a la política social del régimen (Ortiz Heras y González Madrid, 2018), donde subrayamos los trabajos sobre la política de vivienda y el uso propagandístico que en cada momento se hizo de ella (Fernández Carbajal, 2003; Candela Ochotorena, 2019; Fernández Rincón, Hellín y Trindade, 2020). De forma transversal, los aportes de la historia de las mujeres y el estudio de la vida cotidiana, ofrecen entornos de interpretación sin los cuales no es posible reconstruir la historia social de la época y el devenir del franquismo en su totalidad. El análisis de la política de género, desde la obra seminal de M. Teresa Gallego (1983), se viene centrando fundamentalmente en los discursos de la Sección Femenina (Barrera López, 2021) y la Acción Católica (Martín Gutiérrez y de Lima Grecco, 2018), organizaciones en las que se depositó eminentemente el adoctrinamiento de las mujeres y la fijación del ideal femenino. Radicándose especialmente en las primeras décadas del régimen, se indaga en la formulación de estereotipos de género; la transmisión de roles tradicionales (González Pérez, 2009; De Dios Fernández, 2014) y los trabajos de las mujeres (Roca i Girona, 2005); la evolución del discurso sobre el amor (Medina Doménech, 2013); la educación y los niveles de asimilación de los mensajes alrededor de la construcción de la feminidad (Peinado Rodríguez, 2016). Asimismo, son reseñables los trabajos que vinculan los nuevos relatos sobre la identidad femenina a la conformación de una cotidianidad moderna, ubicando en el espacio-tiempo del hogar el venero para desentrañar la reproducción de las relaciones de género bajo el sustrato de la iconografía doméstica norteamericana (Rodríguez Pedret, 2006; Gil Pérez, 2012). En este contexto se observan las transforma-

ciones en los estilos de vida y el equipamiento de las familias a partir de símbolos de la cultura material tan representativos como el seiscientos (Martín-Sánchez, 2019). El examen del imaginario y la pedagogía del desarrollo económico, entre la realidad social y la ficción, acude a distintas fuentes como la publicidad (Montero, 2012; Sebastián Morillas, 2017); las noticias en prensa; el humor gráfico (Rodríguez Ortiz, 2012); la televisión (Rueda Laffond, 2018) y el cine (García-Defez, 2018; Gual, Rodríguez-Granell y Ortega, 2021).

En suma, la narrativa desarrollista moldea el semblante del franquismo en sus últimas décadas. Al servicio de su evolución, viejos y nuevos símbolos se entremezclan, manteniendo su función integradora de cara a la conformación de un nuevo imaginario social, puesto que, como subrayaba López Aranguren (1973), el crecimiento económico supone la aparición de una nueva mentalidad no solo individual, sino también principalmente colectiva¹. Aquí la importancia del aparato simbólico en la conformación de la estructura del saber cotidiano es indudable (Heller, 1977). La mixtura designa la fórmula de *recuperación material más restauración espiritual* (Calvo Serer, 1963: 95-96) como clave del progreso.

“La política de desarrollo ha de apuntar a raíces más hondas que las puramente económicas, ha de modificar actitudes mentales” (López Rodó, 1971:75) y sobre esta premisa emerge una didáctica difusora de nuevos esquemas de pensamiento (Cayuela Sánchez, 2013) que redundan en “la eficiencia, la racionalidad, el progreso tecnológico, la acumulación, la dedicación al trabajo, el aplazamiento de las gratificaciones, la disciplina y la sobriedad: la cultura del capitalismo en suma” (Orizo, 1979:15). Así, términos como “moderno”, “cambio”, “nuevo”, “dinámico”, “futuro”..., serán mantras esenciales del lenguaje institucional (Moya, 1972:561), sin renunciar del todo al andamiaje de valores autárquicos.

La penetración de la imagería de la planificación económica requirió de entornos en los que posarse. La difusión de actitudes, valores y hábitos característicos de la sociedad occidental necesitó de un modelo de privacidad cuyo epítome será la vivienda y la escenificación en ella del hogar desarrollista. Desde sus inicios, la política de vivienda se instituyó en elemento definidor de la política social franquista. En ella se refleja la hegemonía cambiante de las diversas familias del régimen, aglutinando una cuota importante de la demagogia social. El estado como principal impulsor y promotor se encargó de la reconstrucción y construcción de viviendas a instancias de la creación del Instituto Nacional de la Vivienda (1939) y la Obra Sindical del Hogar (1941), organismos que, a

¹ En este sentido rescatamos el título de un capítulo del libro de A. de Miguel (1976) *40 millones de españoles 40 años después*: “De la reforma de las costumbres, o sea, de cómo un pueblo que quiso pasar por ser la reserva espiritual de Occidente aceptó el culto al trabajo, la adoración del plástico y demás modernas deidades de la sociedad de consumo”.

partir de 1957, difuminaron su influjo bajo la coordinación del Ministerio de la Vivienda (Gual, Rodríguez-Granell y Ortega, 2021:14). El incremento del parque inmobiliario en la década de los sesenta no consiguió sin embargo mitigar los problemas de acceso tanto al alquiler como a la compra (Fernández Rincón, Hellín y Trindade, 2020:541). Antes bien, el despegue económico incluso produjo una ampliación de la demanda como producto del crecimiento demográfico, el aumento del nivel de las rentas familiares, el *boom* del turismo y el éxodo del ámbito rural al urbano (Fernández Carbajal, 2003:646). Con todo y obviando las dificultades de la mayoría de la población para acceder a ella, el discurso político abundó en la disponibilidad de viviendas como derecho y “mandamiento inexorable del mundo moderno”, al que se ata la concepción del hogar como núcleo difusor de valores tradicionales: el reto frente a la sociedad de masas se dirime ante la construcción de *viviendas-cobertizo* y la edificación de verídicos *hogares-familiares* (Robles Piquer, 1964: 624).

Si bien los mitos para Sauvy (1969:10) están constituidos por aquellas “ideas comúnmente admitidas que desaparecen ante el examen de la cuestión, o que, cuando menos, se modifican entonces profundamente”, adaptando los títulos del libro de Celso Furtado (1975) *-El desarrollo económico. Un mito-* y de Soledad Murillo (1996) *-El mito de la vida privada-*, cuestionamos a partir de aquí ¿no será el hogar desarrollista un mito?

EL MITO DEL HOGAR DESARROLLISTA: PRIVACIDAD Y ORDEN DOMÉSTICO

El análisis de la vivienda y el hogar aporta elementos clave para entender la sociedad y la cultura en que se inscriben (Hayden, 1981; Miller, 2001), definen su sustancia. En nuestro caso, la propaganda alrededor de la apertura del hogar al mundo, la difuminación de sus límites tradicionales y la introducción de elementos de la cultura material y del tipo de relaciones que deben desplegarse en él, informa como ningún otro espacio de la evolución del discurso del régimen. En tanto que en él se construye la intimidad y el fomento de una sociabilidad de puertas adentro, vendrá a configurar el caldo de cultivo específico para explicar los valores occidentales a una nueva y exigua clase media que, sin embargo, se pretende la norma. El imaginario norteamericano induce el desanclaje del espacio doméstico, y en concreto de la casa, convirtiéndola en un símbolo universal de progreso, “fuera del tiempo histórico -timeless modern- y la desplaza de diferentes estadios de realidad, como las condiciones políticas, económicas y sociales”, su idealización codifica el mensaje de la modernidad (Rodríguez Pedret, 2006: 206-207). La importancia adjudicada a las relaciones interpersonales, la reivindicación del descanso, la soledad y la diversión (Preciado, 2020) para los varones; la renovación de las condiciones del trabajo doméstico y familiar, para las mujeres, seguirán siendo piezas cardinales que tendrán unos especiales efectos en la biografía individual y colectiva (Morcillo Gómez,

2015).

EL HOGAR SE ABRE AL MUNDO Y AL FUTURO. AMPLIACIÓN DE LOS LÍMITES ESPACIOTEMPORALES COTIDIANOS

La demagogia desarrollista anuncia la expansión del mundo al *alcance efectivo*, ensanchando las *zonas de operación* (Schutz y Luckmann, 1977:59) con la apertura del hogar al mundo y viceversa en una línea en la que se mezcla crecimiento económico, maravillas de la técnica y magia del progreso. El viaje desde los modos de vida a los modernos estilos de vida introduce nuevas claves de organización del trabajo y el ocio, en las actividades desarrolladas en lo público y en lo privado.

El nuevo relato acerca de la organización espaciotemporal se filtra en el hogar a través de los *modernos medios de telecomunicación*. Señera es la llegada de la televisión, con su “magia luminosa” (*Sur* 1965, 28 de abril) y apariencia de “espejo mágico o bola de cristal” que, sin embargo, “es una realidad”². Obviando su reciente y muy limitada incorporación a los hogares a finales de los sesenta, se afirma que “a los que hemos nacido y vivido rodeados de ellos nos resulta casi imposible imaginar un mundo en el que todos estos aparatos no existiesen” (Salas, 1969:8). En cualquier caso, el inicio oficial de las retransmisiones de televisión necesita de la consabida misa, ante la imagen de Santa Clara, su patrona (Díaz, 1999:243).

Las noticias sobre avistamientos de platillos volantes, exacerbaban la promesa de viajar fuera de la atmósfera para el año 2000 (*Sur* 1965, 9 de septiembre); se lanzan cohetes que conectan al franquismo con las maravillas de la era espacial. Así, una noticia que evoca el esperpento relatado en la película *El astronauta* (Javier Aguirre, 1970), subraya una peculiar conquista del espacio a la española.

Ha sido lanzado hoy en el campo de Arenosillo un cohete inglés ‘skua’. Alcanzó una altura de 62 Km. Asistieron al acto el obispo de la diócesis, doctor García Lahiguera, y el diseñador del cohete, señor Fisher. Estos lanzamientos de cohetes se harán en adelante los miércoles y viernes de cada semana (*Sur* 1966, 17 de noviembre).

En la propaganda política la posibilidad de movilidad espacial se democratiza a través de una simulada popularización del automóvil, es la prueba de los logros del desarrollo:

Los españoles viven mucho mejor que hace años. (...) la promoción social

² “Aunque aparentemente se asemeja mucho al espejo mágico o a la bola de cristal de los viejos cuentos infantiles, la televisión es una realidad, todo lo contrario a ellos (Salas, 1969:5)

es un hecho. La expansión industrial no necesita de estadísticas para darse a conocer, basta mirar alrededor en cualquier rincón de España (...) Las carreteras se han poblado, como por encanto, de multicolores estaciones de servicio, utilizadas por cientos de miles de automóviles, que no parece probable pertenezcan todos a las cien familias que, según dicen, controlan las finanzas (*Boletín Informativo de la Jefatura Provincial del Movimiento*, 1966:6).

Consecuentemente, el *encierro de la casa* pierde fuerza³, las mujeres del entorno urbano comienzan a enfrentarse en la década de los sesenta a la expansión de sus jornadas domésticas con tareas que se trasladan a escenarios administrativos y de consumo, perfilados por el establecimiento de patrones segregados de movilidad-frecuencia. Se inaugura una *mayor movilidad espacial en la vida de la mujer* (Beck y Beck-Gernsheim, 2003:136) a partir de la migración de muchas tareas reproductivas hacia el mercado (Federichi, 2013:38). Así, la didáctica del discurso económico insta la ampliación del ámbito de operación doméstico que permite generar nuevas experiencias significantes (Somolinos, 2019⁴).

Sin embargo, la casa, como punto fijo, sigue ejerciendo de centro neurálgico de la vida. Como sentencia el humor gráfico, la chica recuerda a su novio antes de iniciar el viaje en cohete, “sólo hasta Venus y regresamo enseguida a casa Pepe”, porque “a mamá no le gusta que me aleje mucho de casa” (*Sur* 1964, 29 de febrero). Un concurso de una conocida marca de alimentación complementa esta idea permitiendo un *emocionante viaje*, cifrado en *gran acontecimiento doméstico*:

Entrarán como las primeras en la historia del vuelo gracias al helicóptero de Gallina Blanca. (...) el concurso supone dar la vuelta al mundo, pero como muchas amas de casa no están dispuestas a un recorrido tan largo pero sí a uno a su propia ciudad, nos servimos del helicóptero para este menester (...) imagínese el lector lo que supone ver la propia casa, la propia ciudad, a quince metros de los tejados, como la han visto, hasta ahora, una veintena de amas de casa españolas, como si de un palco a 40 ó 50 metros de altura se tratase (*Sur* 1964, 16 de febrero).

EL ALMA DEL HOGAR. UN EQUIPAMIENTO PARA UNA PRIVACIDAD DE ADORNO

Dentro de la casa el relato desarrollista normativiza unas condiciones de vida que dan

3 A pesar de que su misión esencial seguía “residiendo en el hogar (...) ello no implica de ningún modo que la mujer tenga que quedar encerrada en la casa”. Entrevista a Pilar Primo de Rivera en *Sur* 1966, 10 de noviembre.

4 Somolinos, Cristina. “Las mujeres hacemos la fuerza, aunque los hombres quieran negarlo”. Culturas domésticas e identidades disidentes en la narrativa social de Dolores Medio”. *Kamchatka. Revista de análisis cultural* 14 (2019): 223-244.

a entender la aparición de una clase media ideal. De la compra de la vivienda, símbolo capitalista de éxito social, se espera que emane un cambio de mentalidad (Abella, 1985:195), su adquisición produce felicidad, independientemente de su calidad, condiciones de habitabilidad y equipamiento. El humor gráfico describe la situación: “Enhorabuena, por fin, conseguiste el piso”, pero este es tan pequeño que todos los miembros de la familia tienen que sacar piernas y brazos por las ventanas para permanecer dentro de él (*Sur* 1964, 19 de febrero). En otro caso, una pareja invita a visitar su nueva vivienda, “tenemos toda clase de comodidades: enchufe para el televisor, enchufe para el frigorífico, enchufe para la lavadora” (*Sur* 1964, 12 de enero). Ello refleja que vivir “conforme a las pautas económico-morales de la sociedad de consumo” implicaba en España el “extraño fenómeno” de compatibilizar este discurso con un desarrollo sobre el papel, o un *pseudo-desarrollo* (López Aranguren, 1973:69).

El piso arropa el consumo familiar, es el continente necesario para desplegar una cultura de adorno que muestra un quimérico incremento del poder adquisitivo de las familias. El desarrollismo instituye el consumo “como sustitutivo de la política y como meta” (Giménez Martínez, 2015:37), con el objetivo de producir “consumidores satisfechos antes que ciudadanos” (Chamouleau, 2020⁵: 459). Elitismo y sofisticación serán los ingredientes del hogar y como establece Beatriz Colomina, “lo privado” se erige en “producto de consumo” (2012: 22). Obtener satisfacción individual y familiar a través de la compra -en muchos casos a plazo- de ciertos bienes y servicios otorga a la publicidad comercial un papel inaudito como soporte del relato político.⁶ Como sistema comunicativo que transforma deseos -vagos e imprecisos- en necesidades concretas dentro de la esfera cotidiana (Baudrillard, 1974), la publicidad sirve de vehículo a las señales simbólicas del régimen. En su entorno, un electrodoméstico trasciende su función para materializarse en divisa fedataria del éxito de la planificación económica. También es sintomática la pregunta incluida en una investigación de mercado rescatada por S. del Campo (1972), que pretende construir una *escala de modernismo* en función del consumo, entre otros productos, de sopas en sobre o en pastillas y puré instantáneo.

El grado de equipamiento de los hogares dará contenido a la privacidad, y su evolución preocupa al Instituto Nacional de Estadística que pondrá en marcha la *Encuesta de equipamiento y nivel cultural de la familia* y la *Encuesta sobre bienes de consumo duradero*

5 Chamouleau, Brice. “Derechos humanos para el posfranquismo: lo político y la ciudadanía civil”. *Kamchatka. Revista de análisis cultural* 15 (2020): 445-469.

6 A este respecto, McLuhan (1951) dictamina en el prefacio de su obra *The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man*: “Today the tyrant rules not by club or fist, but, disguised as a market researcher, he shepherds his flocks in the ways of utility and comfort”.

en las familias a finales de los sesenta. Navarro (1972:821) nos resume algunos datos para 1968: el 39% de las familias poseían lavadora, un porcentaje muy similar a las que tenían televisor y frigorífico - un 38% y un 35% respectivamente. Definitivamente, la compra de electrodomésticos que potencialmente reducían el trabajo doméstico se equipara a aquellos que básicamente nos remiten al esparcimiento familiar. El ocio, comienza a relacionarse con la compra del tocadiscos o el televisor⁷. Este último revoluciona el hogar, “desplazó a la radio de cretona que presidía junto al Sagrado Corazón nuestras casas de los sesenta” y “todo se dispuso en función de este tótem electrónico”, subrayando la jerarquía del padre, que pasa ahora de ocupar la cabecera de la mesa al “puesto principal frente al televisor” (Díaz, 1999:242). En síntesis, como propone el VI Concurso Nacional de Redacción, “la televisión, alma de unión en el hogar” (*Sur* 1964, 19 de enero).

El relato político derriba las barreras de clase en la aplicación de sus principios al ámbito privado. Se amplía como lugar no sólo para el descanso, sino también para la comodidad y el ocio. La intimidad se construye con la provisión de medios de entretenimiento y diversión. El disfrute del tiempo libre dentro de la casa constituye una marca moralizante, frente a la socialización popular de puertas afuera. En este entorno afloran con fuerza las recomendaciones de los *sistemas expertos*. La exclusividad de ciertos elementos, la decoración y el diseño, emblema de clase media norteamericana, se instauran en símbolo de alto nivel de vida. Para la sociedad burguesa, el hogar era bandera del estatus y se estimulaba a las mujeres a mantenerlo en las mejores condiciones (McDowell, 2000: 118). Ahora se les exige a todas formarse para su buena gestión y adorno y, por ejemplo, conocer los distintos materiales de decoración⁸, como el papel pintado dibujará una novedosa función interclasista del ama de casa.

La penetración de estas y otras normas estéticas y éticas de la sociedad occidental colorean la intimidad del hogar como lugar propicio para aislarse de la esfera pública, para encontrarse con uno mismo, con la familia, para desarrollar la convivencia con las amistades. Las reuniones se imponen como signo de progreso y se demanda a las mujeres un especial saber estar dentro los muros de la casa. Con respecto a la moda, “ni siquiera en lo recóndito de nuestro domicilio podemos esquivar su jurisdicción”:

7 “¡Enchufa el Askar –tocadiscos y televisores-! La frase repetida en el hogar” (*Sur* 1966, 4 de enero). El televisor Westinghouse es “Un miembro más de la familia (...) Y nos recrea, nos enseña, nos informa; con un televisor como el nuestro la reunión en el hogar es el lugar perfecto. Adquiera uno hoy mismo...”. *Sur* 1964, 30 de enero.

8 “Nuevo material de decoración. El papel pintado. Aun cuando el papel pintado es conocido desde hace ya muchos años, se debe su auge actual a calidades técnicas totalmente imposibles de conseguir en su época anterior, lo cual permite decir que en su concepción actual constituye un material nuevo... un material útil y decorativo por excelencia de fácil y rápida aplicación, por lo que es altamente apreciado por decoradores y amas de casa”. *Sur* 1964, 23 de febrero.

Pasaron aquellos tiempos en que algunas de nuestras abuelas opinaban que para estar en casa bastaba cualquier cosa. Se puede y se debe estar elegante en casa y esto ya nadie lo discute... Las estadísticas confirman que cada invierno que pasa, las gentes salen menos en París y se reúnen más en una casa amiga; unas veces –las menos- para conversar y cambiar ideas, y otras –las más- para jugar a cualquier juego de cartas en candelero, o también en torno a la pantalla de la televisión, que es una manera de reunirse para permanecer ausentes unos de otros y atento cada cual al ‘espectáculo’ (...) Muchos de los modelos están concebidos sobre la base del pantalón de odalisca, lo cual da a ciertas reuniones la apariencia de un serrallo, en contradicción evidente con una época que se caracteriza por la libertad de la mujer, su afición a los deportes y su tendencia a un dinamismo capaz de competir con el de los varones. (...) Veán ustedes, pues, amables lectores, como se complican los tiempos (...) Ahora la ‘elegancia 1964’ impone ya sus normas hasta dentro de nuestro propio domicilio (...) ¿Es ello un bien? ¿Es ello un mal? Opino que está bien ser elegante en casa a condición de que esa elegancia sea compatible con la comodidad y con la holgura -y no digo con el ‘relajamiento’ que es la palabra en boga, porque me parece muy fea y equívoca- que deben ser las características del ‘quedarse en casa’ (*Sur* 1964, 19 de enero).

De la mano de lo anterior, el hogar se fortifica como claro refugio del varón:

... de él nos alejamos y a él volvemos. Es, muchas veces, lo único que se salva del naufragio que es la vida... En este perímetro es donde se decide nuestro destino (...) donde sufrimos y donde amamos. Es nuestra tierra y nuestro cielo... Por ello, el mueble, la decoración y la luz son todos elementos vitales decisivos. Integran nuestra circunstancia; conforman el hogar y modelan nuestra vida. Son nuestro techo de ayer, de hoy y de mañana, nuestra costumbre el peso de las raíces... El mítico Ulises se renueva cada día y cada día se actualiza en la historia de cada hombre. Los elementos concretos de este mito se llaman ventana, puerta, armario (...) enriquecerá su personalidad en su casa y con sus muebles (...) componen ese universo a medida humana y escala familiar que llamamos casa. (...) Cristo se pasó toda la vida en la conformidad del hogar, simplemente trabajando y creciendo, sujeto a los suyos (*Sur* 1964, 19 de enero).

Pero la responsabilidad de conseguir el confort de la *habitación propia* del cabeza de familia recae en la esposa, debe cuidarse al detalle, mimarse, puesto que “allá se aísla, reflexiona, lee, sueña” y, por tanto, “hay que tener cuidado al instalar este ‘universo’ para que el trabajo no se confunda con el reposo”:

Actualmente en las casas que se construyen falta el sitio dedicado a papá. Los pequeños apartamentos no dan mucho de sí (...) se ha visto la forma en que sea respetado ese rincón del cabeza de familia y generalmente los diseñadores y decoradores han sido muy acertados en la elección de las pequeñas cosas que sin duda contribuirán a dar paz y tranquilidad a su morador. Basta algunas veces con ponerle el cómodo sillón y en el muro de la pared unas cuantas pipas (...) Allá se aísla, reflexiona, lee, sueña. Por eso hay que tener cuidado al instalar este ‘universo’ para que el trabajo no se confunda con el reposo (...) se ponen cosas útiles al hombre en este momento, un copón lleno de lápices, un cofre que puede guardar muy bien el tabaco de pipa y un cenicero. Una pequeña mesa de ruedas frente al sillón, la cual se puede inclinar para sujetar el libro que se lee (...) y una lámpara de pie articulado. Después alrededor, cuadros que a él le guste, adornos a los que tenga cariño y estamos seguras que se alegrará de tener un rincón así. (*Sur*, 1965, 3 de octubre).

A partir de este diseño de la vida privada de los hombres, dentro del hogar aflora con potencia renovada un ámbito hasta ahora oculto, por oposición a aquel, escindido de la concepción clásica y que a la vez la complementa: la esfera doméstica.

EL NUEVO ORDEN DE LA CULTURA (ELECTRO)DOMÉSTICA, LA AUTÉNTICA REVOLUCIÓN DEL HOGAR

El examen del espacio doméstico trasluce nuevas claves de la mixtura ideológica desarrollista a través de un rediseño de la asimetría en la organización espacial-temporal de la privacidad en función del género y una subsecuente redefinición de la identidad femenina (Pérez Martínez, 2019). La domesticidad se dibuja desde la jerarquía, gobernada por las relaciones de dependencia, con sus propias actividades, intereses y obligaciones, que viene a cuestionar radicalmente el binomio tradicional privado-público en función de los sujetos que los transitan. A partir de ahora, ambos serán desvelados como claros reinos de los varones.

Si bien el hogar se mantiene como espacio vivo donde se producen las relaciones afectivas en el contexto de la familia, como órgano de reproducción de sentimientos y lazos, el orden doméstico se desnuda no solo como “territorio” o “calendario de tareas”, se convierte en “función” (Murillo, 1995:134-135). “Hacer de la casa la extensión de su persona” (Ruíz Franco, 2007:28) había sido una premisa medular de la política de feminización de las primeras décadas del franquismo (Blanco Fajardo, 2017). Enlazando la vivienda y la identidad con un sentido diferente para mujeres y hombres, ahora se desgaja claramente la domesticidad de la privacidad como fuentes diferenciadas de

identidad individual y social.

Desde el punto de vista del consumo, la liberalización económica dispone del hogar como un disfraz refinado para el papel de las mujeres. Lo considera como núcleo vivo, comparable en grado de autonomía a la que teóricamente puede disfrutar el individuo. Esto es, “las elecciones individuales y de la casa son, en la práctica, intercambiables” (Galbraith, 1973:46). El desarrollismo reivindica en esta línea el pragmatismo femenino aplicado al control del presupuesto familiar y la jerga económica les atribuye nuevos conocimientos y habilidades. Si bien palabras como “intereses, dividendos, acciones” eran patrimonio sólo del vocabulario masculino, toda vez que sólo ellos iban al banco, ahora “el ama de casa tiene su cuenta corriente, y el director la entretiene dándole consejos”. A la postre, el dinero, como señal simbólica, se asocia a la domesticidad apelando al cambio de mentalidad de las mujeres, puesto que cuando “lo ganaba, administraba y empleaba sólo el hombre, la mujer tenía de él una idea mágica. Hoy tiene una idea completamente distinta. Conoce su origen, medios, curso y función” (Radius, 1970:395)

Palabras como rentabilidad, inversión, porcentaje, convocan la participación femenina para lograr la asunción del ideario desarrollista dentro del hogar. A. de Miguel incluso apunta, como una de las claves para entender la evolución del discurso político en estos años, el cambio de sus receptoras. Ejemplo de ello son las íntimas charlas de Ullastres delante de la televisión, dirigiéndose a las amas de casa, sobre temas cotidianos (De Miguel, 1975:69) o la plática del propio Franco, agradeciéndoles en 1969, como *heroínas del hogar*, los servicios prestados entre profesionales de todo tipo:

Imploro las bendiciones del Altísimo para todos los españoles; para los que trabajan en el campo y en el mar, en las fábricas y en las minas; para los estudiantes y los profesionales; para las heroínas del hogar, los funcionarios públicos y los que empuñan las armas en defensa de nuestra paz. Mi pensamiento va especialmente a todos lo que han colaborado conmigo durante tantos años en el servicio de la nación (En Martínez Cuadrado, 1970:220)

El recuerdo del ama de casa eternamente presente en el hogar, unido a la progresiva incorporación de las mujeres al trabajo remunerado, porque “el mundo de ahora está así establecido y tenemos que andar con el mundo”⁹, funda la doble jornada. Como único sujeto responsable de la realización y la organización de las tareas reproductivas, una vi-

⁹ Entrevista concedida por Pilar Primo de Rivera con motivo de la concesión de la Medalla de Oro del Trabajo: “¿Cómo ves la incorporación gradual y sucesiva de la mujer española en la vida laboral? En este sentido ¿crees que faltan algunas aspiraciones por conseguir? - La veo como un fenómeno gradual y hasta conveniente, siempre que no se pierdan los principios porque el mundo de ahora esta así establecido y tenemos que andar con el mundo”. *Sur* 1965, 20 de julio.

sión autárquica de la gestión doméstica convive con la liberalización de los espacios y los tiempos cotidianos (Romo Parra, 2007). La primera, seguirá acompañando a las mujeres contradictoriamente, como una sombra de gran peso específico, en el espacio público donde comienzan a desarrollarse sus otras facetas sociales.

La incorporación de los varones al orden doméstico, siguiendo la escala de la sociedad occidental, solo se halla en el imaginario hegemónico en clave de humor. Los “ajustes que los hombres deben llevar a cabo en sus hábitos y en su forma de pensar” y la importancia de una formación desde pequeños para “inculcarles que las responsabilidades del hogar incumben a partes iguales al marido y a la esposa” (Myrdal y Klein, 1973:216-217), claves para entender el nivel de desarrollo alcanzado, se perciben como intentos de trastocar el orden genérico en detrimento de los varones. El discurso alrededor del reparto de tareas supone un peligro para el sostenimiento de la autoridad masculina, no sólo dentro sino también fuera del hogar, y el trasvase entre los distintos trabajos cotidianos refleja una amenaza no desdeñable para la pervivencia de los valores tradicionales. Lo que está en juego no es sólo la división sexual del trabajo y el mantenimiento de la identidad individual y social en función del género, también lo está la propia personalidad del franquismo. La incursión del marido en la esfera doméstica describe una pugna por el poder que aparentemente había resuelto el régimen. La insistencia en la utilización de verbos como mandar o dominar con un sujeto femenino insisten en el miedo a la subversión de estereotipos, funciones y usos del tiempo¹⁰, filtrado constantemente a través del humor en la prensa. Fregar los platos¹¹ quizá constituye el símbolo de la pérdida de la batalla final. Sumergir a los varones en el antiguo reino de lo femenino los hace deficitarios simbólicamente a la hora de enfrentarse al mercado laboral a través de la aparición de un perfil de marido que “limpia mejor los cacharros”¹², reivindica la elección de los productos de consumo del hogar¹³, se beneficia de la introducción de la

10 En la sección “Tiempo ameno”, una señora lee el periódico y oye la radio mientras su marido limpia con cara de enfado. Se oye un anuncio en la radio: “Señora si no tiene muchacha, no se preocupe, la Empresa Ese le hace el fregado” (Sur 1965, 7 de octubre). El marido dice: “Hoy te voy a hacer yo la compra” y la esposa responde: “Entonces tú a la plaza y yo al fútbol”. Sur 1966, 13 de mayo.

11 El humor gráfico de Elgar nos ofrece un paisaje en el que el marido entra en una cocina llena de cacharros sucios con un cartel: “Mantenga limpia la vajilla” (Sur 1965, 5 de octubre). En la misma sección se le pregunta a la señora: “¿Profesión? -Mis labores”, mientras se ve a su marido fregando los platos. Sur 1966, 16 de febrero.

12 “Cada vez creo más en la superioridad masculina papá. ¡Tú limpias mejor los cacharros!”. Sur 1965, 25 de marzo.

13 De nuevo, Elgar nos ofrece el siguiente chiste en el que el marido vuelve a fregar los platos: “¿Desde cuando eres tú la que manda aquí?. ¡He dicho que la marca de detergente la elijo yo!”. Sur 1964, 7 de marzo.

tecnología doméstica¹⁴ y que ya se rinde, en fin, a nuevos e irreversibles estilos de vida¹⁵ y, por consiguiente, al nuevo estatus de la esposa.

Con o sin los varones, el despliegue de un nuevo relato alrededor de la función doméstica también requiere de la introducción de nuevos elementos e instrumentos: nace una cultura (electro)doméstica.

Como ya hemos adelantado, la penetración de una moderna concepción del gobierno del tiempo está en el epicentro del discurso sobre la domesticidad. La racionalización de las tareas reproductivas introduce el modo de producción capitalista en el trabajo para la familia. Dentro de esta esfera, la rentabilidad, la eficiencia, la sincronización, marcan su asimilación a las normas del mundo laboral¹⁶. En fin, como advertían Myrdal y Klein (1973:236) para la cultura norteamericana,

(...) esta valoración de la eficiencia, privativa hasta hace poco de fábricas y talleres, empieza a extenderse a los hogares. El ama de casa ideal ya no es aquella que se pasa limpiando y cocinando la mayor parte del día, sino la que alcanza los resultados apetecidos con un mínimo de esfuerzo aparente.

La publicidad de electrodomésticos define este camino y en su forma gráfica utilizará incluso el cronómetro¹⁷, símbolo de una nueva era de la organización, de movimiento continuo, fuera y dentro del hogar.

Los prodigios de la producción en masa prometían, con costes asequibles, la realización del trabajo doméstico en una fracción de tiempo menor. Fluyen en la publicidad comercial los detergentes, las fibras sintéticas -fáciles de lavar y planchar-, los materiales plásticos, los nuevos procedimientos para la conservación de los alimentos..., con ello se fabrica la ilusión de que la empresa hace todo el trabajo. Y, sin embargo, entre anuncios de modernos detergentes y lavadoras, también encontramos la glosa del lavado tradicional, que subraya la relación entre limpieza y naturaleza en un canto al trabajo doméstico

14 Un hombre pasa el aspirador y su esposa le espeta... "Quéjate encima. Hay muchos maridos que no pueden disponer de todo este material moderno". *Sur* 1965, 1 de mayo.

15 Mientras el marido cocina, ella, sentada delante del televisor, dice: "Tenías razón, querido. Desde que compraste el televisor no vivimos como antes". *Sur* 1965, 9 de noviembre.

16 En un anuncio leemos el siguiente argumento: "Un trabajo racionalmente realizado... necesita espacios racionalmente distribuidos. El trabajo, ante todo debe ser rentable. Para conseguirlo, la técnica moderna ha estudiado los movimientos que deben efectuarse, el orden de los mismos y el tiempo en que cada uno de ellos debe ser realizado". *Sur* 1965, 18 de febrero.

17 Un anuncio de Edesa se ilustra con una mano que pone en funcionamiento un cronómetro: "Sin un alto en el trabajo ... cuatro mil manos atentas garantizan a Ud. La máxima eficacia en la simplificación de sus tareas domésticas". *Sur* 1964, 20 de marzo.

clásico¹⁸:

Y cuando se quiere ser limpio, cualquier lugar es bueno para blanquear la ropa sin necesidad, por supuesto, de detergentes. El río bajaba plácidamente y la buena señora se fue a la orilla. La forma es rudimentaria pero siempre eficaz. El agua, limpia; el sol, blanquea y, luego, en el prado, se seca la ropa. Y huele bien. Al sol y a la brisa de los campos. Es decir, a Andalucía y, más concretamente, a esa cara que por suerte aún perdura de nuestra Costa del Sol (*Sur* 1964, 26 de febrero).

En cualquier caso, la importación del estado del bienestar se simbolizó en gran medida a través de la promoción de una *revolución doméstica* posible a partir de la adquisición de todo tipo de aparatos, sublimados como fuente de comodidad, esta vez referida al trabajo, situando en el epicentro del mercado a las mujeres como su principal sujeto consumidor, como hemos mencionado más arriba. Ello apela a la incorporación de las mujeres al mercado laboral en una doble vía: la mecanización de las tareas resultaba más necesaria en el caso de la doble jornada y, obviamente, disponer de otro salario en el hogar facilitaba la compra.

La posesión del electrodoméstico garantiza la apertura a estándares de vida inauditos, insertos en un *ambiente de progreso*¹⁹. Sobre él se edifica una “vida más amena, más agradable, más digna de ser vivida”²⁰, “más fácil”²¹, exhibiendo una también nueva encrucijada existencial: “¡Oye, querida, sin Philips nada es la vida!” (*Sur* 1965, 2 de abril). La consigna “el futuro está a la puerta” nos introduce en las aplicaciones de la televisión para evaporar las antiguas coordenadas espaciotemporales a la hora de realizar las tareas:

Dentro de muy poco tiempo las amas de casa podrán vigilar la comida mientras visten a los niños en el otro extremo de la casa o ver quién llama a la puerta sin tener que desplazarse hasta la entrada. También podrán comprar toda clase de géneros sin salir de su domicilio. Bastará para ello que se pongan en comunicación con el supermercado, con la zapatería o

18 “Indiscutiblemente, cuando los valores se hallan incrustados en una situación nueva y confusa y, como sucede en los sistemas sociales en transición hacia la industrialización plena, están desfasados de la realidad, se produce sin remedio una romantización del pasado que atribuye a éste cualidades que jamás tuvo” (Del Campo, 1966:55-56).

19 Un anuncio que recrea una reunión de negocios expone: “Ambientado en el progreso. Recíbalos como se merecen en un ambiente Westinghouse. *Sur* 1965, 19 de abril.

20 “¡Me gusta la vida! Es tan agradable vivirla cuando está llena de comodidades, de satisfacciones... Kelvinator está a su servicio para rodearla de ese pequeño mundo de alegrías y comodidades que hacen la vida más amena, más agradable, más digna de ser vivida...”. *Sur* 1966, 10 mayo.

21 “Si es Cointra estoy tranquila. Cointra por una vida más fácil”. *Sur* 1966, 5 enero.

con la tienda que prefieran para que reciban en sus pantallas información visual sobre los artículos que les interesen. Y si hay alguno que les agrada no tendrán más que encargarlo y esperar a que se lo envíen a casa (Salas, 1969: 94).

Desde esta perspectiva se muestran los quehaceres del ama de casa del porvenir, aquella que Ray Bradbury retrataba en *Crónicas marcianas*²², transmutando a través del progreso la forma de llevar a cabo el trabajo, pero no su contenido ni el sujeto que lo realiza.

Recordemos de nuevo aquí la trascendencia de los *sistemas expertos* para la nueva configuración de la cotidianidad. La publicidad dirigida a las mujeres “permitía hacerse la ilusión de que se había convertido en una profesional, una experta en la elección de los productos de limpieza más convenientes para determinados trabajos” (Friedan, 1974:284). Toda vez que *el hogar moderno*, como ámbito donde puede desarrollarse la “iniciativa creadora”, es equiparable al estudio del artista o al laboratorio del científico (Friedan, 1974:299). Así, la *profesionalización* del ama de casa se retroalimenta de la presentación del trabajo doméstico como “un conjunto racional y sistemático de tareas, que requerían instrumentos y objetos especializados”, contribuyendo de forma directa al propio sostenimiento del sistema económico, encaminado al incremento del consumo (McDowell, 2000:123). En suma, la introducción de electrodomésticos reivindica la importante función del ama de casa, experta exigente, vigorizando su estatus de *reina*²³ del espacio doméstico, aunque el ahorro sustancial de tiempo y trabajo previsto no resultó tan decisivo (Romo Parra, 2001) y desde luego no liberaba de la organización diaria de las tareas.

Obviando la realidad, devengar tiempo al trabajo anuncia la ganancia de descanso y de tiempo libre, temas recurrentes asociados a electrodomésticos como la lavadora

El mayor descanso lo proporciona la lavadora Laundromat totalmente automática. Toda ayuda representa un descanso... pero el ideal es hallar una solución total (...) Mientras usted vive su distracción o quehacer favorito (Sur 1964, 22 de enero).

¡No se impaciente! Ud. Tiene tiempo para todo mientras...Edesa lava su

22 “Tenían en el planeta Marte, a orillas de un mar seco, una casa de columnas de cristal, y todas las mañanas se podía ver a la señora K mientras comía la fruta dorada que brotaba de las paredes de cristal, o mientras limpiaba la casa con puñados de un polvo magnético que recogía la suciedad y en seguida se dispersaba en el viento cálido. A la tarde (...) se podía ver al señor K en su cuarto mientras leía un libro de metal con jeroglíficos en relieve sobre los que pasaba levemente la mano como quien toca el arpa”. Bradbury, 2000: 17.

23 “Sólo una reina puede suceder a otra reina. Sólo una Bru puede suceder a otra Bru... Adquirir una Bru significa disfrutar de algo insuperable”. Sur 1966, 12 de enero.

ropa sin estropearla (*Sur* 1964, 25 de junio).

o el frigorífico. Una marca presenta a una mujer leyendo al pie de este electrodoméstico, sin separarse de él, y el eslogan lo dice todo: “No necesita descanso” (*Sur* 1966, 23 de marzo), pero ¿a quién se refiere? Era otro asunto que en función del sistema de valores vigente se considerara que un aumento de las horas de asueto femenino pudiese ser un fin en sí mismo. Todo lo contrario, “por regla general cualquier esposa considerará que es su deber ahorrar dinero y no tiempo” (Myrdal y Klein, 1973:33).

Aún más allá, la publicidad osadamente promete libertad y felicidad. Si ganar tiempo conduce a la adquisición de libertad, esta, a primera vista, supondrá la obtención de autonomía; puesto que “las tareas caseras encadenan al ama de casa”, “BRU le ofrece la libertad”, “tiempo para disfrutar de la vida”, “tiempo para vivir”, en definitiva. Y, sin embargo, la *libertad* “para ocuparme en otros quehaceres, paseos, visitas, diversiones”²⁴, no parece ceder terreno a la consecución de un ocio auténtico. Pasear o divertirse, en términos muy generales, y las visitas junto a la ocupación en otros *quehaceres*, siguen sujetando el tiempo libre de las mujeres a la heteronomía del ocio familiar y al trabajo reproductivo.

La *felicidad*, el otro gran referente de la publicidad, como resultado de la liberación de una parte de las faenas diarias y como fuente de satisfacción personal por el trabajo bien hecho, enlaza las ideas de profesionalización y autorrealización a través del desempeño del trabajo doméstico. La felicidad, sin más rodeos y como siempre, se cifra aquí:

Sin resolver de una forma perfecta y definitiva el problema de la colada, no puede ser totalmente feliz una flamante ama de casa (...) Lucirá su ropa blanca y siempre nueva, como la señora más experimentada; tendrá más tiempo para atender a sus futuros ‘bebés’ y dominará alegremente la vida del hogar. Es algo que la hará feliz para siempre... (*Sur* 1966, 6 de marzo).

A MODO DE REFLEXIÓN FINAL. RELATOS, IMAGINARIOS, REALIDADES

El desarrollismo franquista atiende a los grandes motores de la industrialización, el capitalismo, el auge de la organización..., a instancias de “una imagen idealizada de las sociedades occidentales” (Entrena Durán, 2001:203-204). Su filosofía de cambio induce

24 Centrado en este tema recogemos el texto de un anuncio de cocinas y lavadoras: “Las tareas caseras encadenan al ama de casa. BRU le ofrece la libertad. Tendrá tiempo para disfrutar de la vida” (*Sur* 1965, 3 abril). A través de una foto de la Estatua de la Libertad se nos dice: “Una ‘libertad’ todavía mayor... la que me proporciona una lavadora automática Bru... Libre para ocuparme en otros quehaceres, paseos, visitas, diversiones, etc...” (*Sur* 1966, 3 de marzo). Esta marca insiste en ello: “BRU le regala tiempo para vivir” (*Sur* 1965, 24 de abril).

la ruptura con las formas de vida tradicionales, debe oponerse al cuadro axiológico fundador del régimen. Este conflicto se solventará con la puesta en marcha de una *política de integración* (Sanabria, 1965) que sustituye el encuadre social fascista por un autoritarismo tolerable dentro del escenario internacional. La personalidad del franquismo se publicita aquí como sistema óptimo para la generación de bienestar a través de la apropiación de las tesis de las teorías de la modernización y el desarrollo contemporáneas, articuladas bajo el prisma del viejo sentido social falangista: un “peculiar modo de armonizar, de conjugar los recíprocos intereses individuales y el interés colectivo subordinando ambos al bien común”, con el objeto de “superar el antagonismo de las clases sociales, mediante un acceso a la riqueza de los desposeídos” (“Un cuarto de siglo del Movimiento Nacional”, 1961:LI-LII).

La correlación entre planificación económica y búsqueda de nuevas fuentes de legitimación es clara. La primera, reformula la intervención del estado, promueve la eficiencia del sistema productivo, la puesta al día de las infraestructuras y del mercado de trabajo, e introduce el consumo como pieza económica clave; sirviendo al fin último de la reactivación política. La socialización para el desarrollo forma parte medular de este programa, apelando a nuevas formas de desmovilización ciudadana.

En este contexto, la discontinuidad y el desequilibrio, resultados definidores del capitalismo periférico, se proyectan en los mensajes del relato desarrollista. El discurso alrededor de la privacidad sigue la lógica *moderna*, se plantea como objetivo instrumental para alcanzar los fines productivos. En el diseño del imaginario hegemónico, el lenguaje político relega los términos más reaccionarios en favor de alusiones al progreso científico y a la innovación, promotores del éxito personal y el logro social. Así, las recetas en política económica intentan objetivarse a través de la construcción de subjetividades, solo posible con la implementación de normas y prácticas de una cultura desarrollista.

Para devanar las estrategias de introducción de sus valores en la privacidad y su discurso subsecuente, hemos analizado los mensajes acerca de la renovación de las categorías espaciotemporales, retroalimentada por la introducción en el hogar de señales simbólicas y sistemas expertos. Estas variables han permitido realzar elementos de la cultura, material e inmaterial, que definen el nuevo encuadre de la privacidad.

La sociedad industrial avanzada ultima la definición del binomio público-privado, dando forma a una moderna distribución y vivencia de los espacios y los tiempos cotidianos. A partir de la reglamentación dentro del entorno productivo, se requiere el ajuste de su faceta opuesta y a la vez complementaria: la vida privada, ámbito de las relaciones familiares y del rearme físico y psicológico individual. El discurso sobre el hogar desarrollista atiende a estas necesidades mirándose en el espejo de la clase media norteamericana, imagen didáctica, universal y programada, de la división de esferas. Las

situaciones que explican su estilo de vida sirven para elaborar los mensajes sobre los logros del franquismo, obviando la exigua presencia de las clases medias en la sociedad española de estas décadas.

El despegue del desarrollo económico occidental, capitalista, había requerido de una “legítima aspiración a un ‘lujo democratizado’” (López Aranguren, 1973:67) que sitúa las necesidades secundarias y las terciarias –la televisión, el automóvil, el viaje de vacaciones, etc.- en primer plano, “desenmascarando lo que se oculta detrás del concepto de consumo: la antropología de las necesidades y del valor de uso” (Baudrillard, 1980: 32-33; Mishan, 1974). Con la apertura de estas posibilidades el discurso desarrollista delinea el tránsito de una *psicología de la escasez* a una *psicología de la abundancia*, auxiliado por las ventas a plazos y el protagonismo imparable de la publicidad (Galbraith, 1984 citado en Schor, 1994:162-164). La introducción de elementos decorativos y electrodomésticos de todo tipo –señales simbólicas de progreso-, reclaman vivencias del espacio y el tiempo consonantes con los patrones occidentales. El adorno del hogar, el descanso, la comodidad y la diversión en la intimidad de la casa, dirigidos por los sistemas expertos que mencionaba Giddens, dentro de un tiempo liberado al trabajo, constituyen las metas a perseguir. Es precisamente la nueva distribución del ocio y el trabajo dentro de las paredes del hogar lo que posibilita analizar la domesticidad como reino moderno de las mujeres, desgajada para siempre de la concepción tradicional de la privacidad. Un lugar y un calendario de trabajos se escinde de ella, con funciones e instrumentos volcados en un nuevo imaginario social. Además, de forma recíproca, los mensajes que refuerzan el entorno reproductivo sirven para afianzar la cultura desarrollista, establecen el inicio de un orden doméstico que aún se proyecta en el presente.

Así, la domesticidad aflora diáfana a partir de la reconstrucción de los espacios y los tiempos cotidianos, de las señales simbólicas que introducen los electrodomésticos y de las directrices que marcan los sistemas expertos para la gestión del trabajo para la familia. Consecuentemente, el arquetipo que funciona como referente es el ama de casa norteamericana, tan colorido y ufano como distante de las vivencias de las españolas. Con él se pone en crisis el modelo autárquico, suavizando el encierro del hogar y abriendo el programa de tareas. El relato desarrollista viene a cerrar a través de la imagen simbólica del ama de casa lo que podríamos llamar con W.E. Moore (1979:82-84) el *ciclo del pecado y la penitencia* de las primeras décadas del franquismo. La revolución doméstica permite modular el sufrimiento y el sacrificio de la madre del discurso fascista, cuestionando las prácticas fijas heredadas. Las amas de casa también pueden alcanzar el éxito, liberándose de las faenas más duras, profesionalizándose. Su autorrealización es posible gracias a los consejos y el apoyo de todo tipo de especialistas; estar más cómoda, disfrutar de más tiempo para sí mismas y con ello ser, en conclusión, más independientes,

libres y, por último, más felices. Aparecen, en fin, nuevas justificaciones existenciales, dirigidas a la persecución de objetivos modernos, familiares e individuales, que se pretenden más prácticos y razonables y que se volcarán en otro relato, el de la transición a la democracia.

BIBLIOGRAFÍA

- Abella, Rafael (1985). *La vida cotidiana en España bajo el régimen de Franco*. Barcelona: Argos Vergara.
- Andrade Carreño, Alfredo. “Los postulados fundamentales de la teoría de la modernidad reflexiva de Anthony Giddens”. *Acta Sociológica* 67 (2015): 87-110. DOI: [10.1016/j.acso.2015.04.004](https://doi.org/10.1016/j.acso.2015.04.004)
- Barrera López, Begoña. “Las religiones del falangismo femenino: el culto a lo político y la afirmación de lo católico en la Sección Femenina de FET JONS (1937-1945)”. *Bulletin of Spanish Studies* 98, 1 (2021): 101-125. DOI: [10.1080/14753820.2020.1846305](https://doi.org/10.1080/14753820.2020.1846305)
- Baudrillard, Jean (1974). *La sociedad de consumo*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Baudrillard, Jean (1980). *El espejo de la producción o la ilusión crítica del materialismo histórico*. Barcelona: Gedisa
- Beck, Ulrich y Beck-Gernsheim, Elisabeth (2003). *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona: Paidós.
- Blanco Fajardo, Sergio (2017). “Moldeando a “Sofía”. Instrumentos de socialización, cultura y feminidad durante el primer franquismo”. Ferrer González, Cristian y Sans Molas, Joel (coords.) *Fronteras contemporáneas. Identidades, pueblos, mujeres y poder*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Bradbury, Ray (2000). *Crónicas marcianas*. Barcelona: Minotauro.
- Cafagna, Luciano (1992). “Modernización activa y modernización pasiva”. Carnero, Teresa (ed.). *Modernización, desarrollo político y cambio social*. Madrid: Alianza.
- Calvo Serer, Rafael (1963). *La configuración del futuro*. Madrid: Rialp.
- Candela Ochotorena, José (2019). *Del Pisito A La burbuja inmobiliaria: La herencia cultural falangista de la vivienda en propiedad, 1939-1959*. Publicacions de la Universitat de Valencia.
- Cañellas Mas, Antonio. “La tecnocracia franquista: El sentido ideológico del desarrollo económico”. *Studia Historica. Historia Contemporánea* 24 (2006): 257-288.
- Cayuela Sánchez, Salvador. “la biopolítica del franquismo desarrollista: hacia una nueva forma de gobernar (1959-1975)”. *Revista de Filosofía* 38, 1 (2013): 159-179. DOI: [10.5209/rev_RESF.2013.v38.n1.41968](https://doi.org/10.5209/rev_RESF.2013.v38.n1.41968)
- Colomina, Beatriz (2010). *Privacidad y publicidad. La arquitectura moderna como medio de comunicación de masas*. Murcia: CENDEAC.
- Comisaría del Plan de Desarrollo Económico (1963). *Plan de Desarrollo Económico y Social, años 1964 a 1967*. Madrid: Imprenta Nacional del BOE.

- De Dios Fernández, Eider. “Domesticidad y familia: ambigüedad y contradicción en los modelos de feminidad en el franquismo”. *Feminismo/s* 23 (2014): 23-46. DOI: 10.14198/fem.2014.23.02
- De Miguel, Amando (1975). *Sociología del franquismo. Análisis ideológico de los Ministros del Régimen*. Barcelona: Editorial Euros.
- De Miguel, Amando (1976). *40 millones de españoles 40 años después*. Barcelona: Grijalbo.
- Del Campo, Salustiano. “La televisión como medio para la inversión del ocio”. *Revista Española de la Opinión Pública* 5 (1966).
- Del Campo, Salustiano (1972). “Epílogo: El reto del cambio social en España”. Del Campo, Salustiano (dir.). *La España de los años 70, vol. I. La sociedad*. Madrid: Editorial Moneda y Crédito.
- Díaz, Lorenzo (1999). *La España alegre. Ocio y diversión en el siglo XX*. Madrid: Espasa.
- Entrena Durán, Francisco (2001). *Modernidad y cambio social*. Madrid: Trotta.
- Estudios del Instituto de Desarrollo Económico (1970). *Estudio Socioeconómico de Andalucía, vol. I Estructura Social*. Madrid: Escuela Nacional de Administración Pública.
- Federichi, Silvia (2013). *Revolución en punto cero. Trabajo doméstico, reproducción y luchas feministas*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Fernández Carbajal, Alfonso. “La política de vivienda en España durante el franquismo”. *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales XXXV*, 138 (2003): 639-654.
- Fernández de la Mora, Gonzalo (1970). *El crepúsculo de las ideologías*. Buenos Aires: Andina.
- Fernández Rincón, Antonio Raúl; Hellín, Pedro y Trinidad, Eneus (2020). “Una casa para todos. Uso propagandístico de la vivienda en NO-DO durante la dictadura de Franco (1939-1975)”. *Historia y comunicación social* 25, 2 (2020): 539-550. DOI: 10.5209/hics.62320
- Fraga, Manuel (1975). *El desarrollo político*. Barcelona: Bruguera.
- Friedan, Betty (1974). *La mística de la feminidad*. Madrid: Júcar.
- Furtado, Celso (1975). *El desarrollo económico: Un mito*. México: Siglo XXI.
- Galbraith, John K. (1973). *La economía y el objetivo público*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Gallego Méndez, María Teresa (1983). *Mujer, falange y franquismo*. Madrid: Taurus.
- García-Defez, Olga. “Modernidad y figuras femeninas en “La ciudad no es para mí” (Pedro Laza-ga, 1966)”. *L’Atalante: revista de estudios cinematográficos*, 25 (2018): 205-220.
- Giddens, Anthony (1995). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.
- Gil Pérez, Ignacio (2012). “La España del Desarrollismo vista desde el interior de su vivienda. Los habitantes de la cocina: Roles cambiantes en un espacio en transformación”. Ibarra Aguirregabiria, Alejandra (coord.). *No es país para jóvenes*. Vitoria: Universidad del País Vasco.
- Giménez Martínez, Miguel Ángel. “El corpus ideológico del franquismo: principios originarios y elementos de renovación”. *Estudios Internacionales* 180(2015): 11-45. DOI: 10.5354/0719-

3769.2015.36430

- González Pérez, Teresa. "Los programas escolares y la transmisión de roles en el franquismo: la educación para la maternidad". *Bordón. Revista de Pedagogía* 61, 3 (2009): 93-105.
- Gual, Joan; Rodríguez-Granell, Ana y Ortega, Miquel. "Por no perder la vivienda. Narrativas de desposesión en el cine durante el franquismo (1957-1969)". *Arte, Individuo y Sociedad* 33, 1 (2021): 11-27. DOI: 10.5209/aris.65898
- Hayden, Dolores (1981). *The Grand Domestic Revolution: A History of Feminist Designs for American Homes, Neighborhoods, and Cities*. Cambridge: MIT Press.
- Heller, Agnes (1977). *Sociología de la vida cotidiana*. Barcelona: Península.
- Hernández Burgos, Claudio. "La difícil adaptación a los cambios: la Iglesia, Falange y la sociedad española durante el "segundo franquismo" (1960-1975)". *Hispania Nova* 17 (2019): 155-191. DOI: <https://doi.org/10.20318/hn.2019.4519>
- Hernández Ramos, Pablo. "Consideración teórica sobre la prensa como fuente historiográfica". *Historia y comunicación social* 22, 2 (2017): 465-477. DOI: 10.5209/HICS.57855
- López Aranguren, José Luis (1973). *Moralidades de hoy y de mañana*. Madrid: Taurus.
- López Rodó, Laureano (1971). *Política y Desarrollo*. Madrid: Aguilar.
- Málaga. *Boletín Informativo de la Jefatura Provincial del Movimiento*, 11, 1966.
- Málaga. *Diario Sur* (1964-1967). Archivo Histórico Municipal de Málaga.
- Martín Gutiérrez, Sara y de Lima Grecco, Gabriela (2018). "Salvando las ánimas: Discursos de género y religión en las revistas de la Acción Católica Española". *Ex æquo*, 37 (2018): 63-80. DOI: 10.22355/exaequo.2018.37.05
- Martín-Sánchez, Isabel. "El Seiscientos, un símbolo social de la España del desarrollismo". *Historia Contemporánea* 61(2019): 935-969. DOI: 10.1387/hc.19535
- Martínez Cuadrado, Miguel (ed.) (1970). *Cambio social y modernización política. Anuario político español 1969*. Madrid: Cuadernos para el Diálogo.
- Martínez Fábregas, Jezabel. "De pro Franquista a anti Gobierno. La evolución de Sur con respecto a la política nacional durante la transición española". *Política y Sociedad* 53, 2 (2016): 485-507. DOI: 10.5209/rev_POSO.2016.v53.n2.48513
- Mcdowell, Linda (2000). *Género, identidad y lugar. Un estudio de las geografías feministas*. Madrid: Cátedra.
- McLuhan, Marshall (1951). *The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man* (Preface to the original edition). New York: The Vanguard Press.
- Medina Doménech, Rosa María (2013). *Ciencia y sabiduría del amor. Una historia cultural del franquismo (1940-1960)*. Madrid: Vervuert.
- Míguez, Daniel. "Modernidad, postmodernidad y la transformación de la religiosidad de los sectores medios y bajos en América Latina". *Revista de Ciencias Sociales (CI)* 10 (2000): 56-68.

- Miller, Daniel (ed.) (2001). *Home Possessions. Material culture behind closed doors*. New York: Berg.
- Mishan, Ezra J. (1974). *Falacias económicas populares*. Barcelona: Ariel.
- Montero, Mercedes. “La publicidad española durante el franquismo (1939-1975). De la autarquía al consumo”. *Hispania* 72, 240 (2012): 205–232. DOI: 10.3989/hispania.2012.v72.i240.369
- Moore, Wilbert E. (1979). “Organización y cambio”. Nisbet, Robert, Kuhn, Thomas S., White, Lynn (et al.). *Cambio social*. Madrid: Alianza Universidad.
- Morcillo Gómez, Aurora (2015). *En cuerpo y alma. Ser mujer en tiempos de Franco*. Madrid: Siglo XXI.
- Moya, Carlos (1972). “Las élites económicas y el desarrollo español”. Del Campo, Salustiano (dir.). *La España de los años 70, vol. I. La sociedad*. Madrid: Editorial Moneda y Crédito.
- Murillo, Soledad (1995). “Espacio doméstico: El uso del tiempo”. Tobío, Constanza y Denche, Concha (eds.). *El espacio según el género. ¿Un uso diferencial?*. Madrid: Dirección General de la Mujer-Comunidad de Madrid.
- Murillo, Soledad (1996). *El mito de la vida privada*. Madrid: Siglo XXI.
- Myrdal, Alva y Klein, Viola (1973). *La mujer y la sociedad contemporánea*. Barcelona: Península.
- Navarro, Manuel (1972). “Pautas de consumo en España y diferencias regionales”. Del Campo, Salustiano (dir.). *La España de los años 70, vol. I. La sociedad*. Madrid: Editorial Moneda y Crédito.
- Orizo, Francisco A. (1979). *Cambio socio-cultural y comportamiento económico*. Madrid: CIS.
- Ortiz Heras, Manuel y González Madrid, Damián A. (2018). “El mito de la política social franquista: vivienda, educación y seguridad social”. Ortiz Heras, Manuel (coord.) *¿Qué sabemos del franquismo?: estudios para comprender la dictadura de Franco*. Granada: Comares.
- Peinado Rodríguez, Matilde (2016). “Las mujercitas” del franquismo”: cómo enseñar y aprender un modelo de feminidad (1936-1960)”. *Revista Estudios Feministas* 24, 1 (2016): 281-293 DOI: 10.1590/1805-9584-2016v24n1p281
- Pérez Martínez, José Emilio (2019). “En los estudios, en las ondas y en el hogar: la relación entre las mujeres y Radio Nacional de España durante el franquismo desarrollista (1960-1975)”. *Cahiers de civilisation espagnole contemporaine* 23 (2019). DOI: 10.4000/ccec.8714. Recuperado de: <https://journals.openedition.org/ccec/8714>
- Preciado, Paul B. (2020). *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en “Playboy” durante la guerra fría*. Barcelona: Anagrama.
- Radius, Emilio (1970). *La revolución de la mujer*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Ramírez, Manuel (1978). *España 1939-1975 (Régimen político e ideología)*. Barcelona: Labor.
- Robles Piquer, Carlos (dir.) (1964). *25 años de paz española. El gobierno informa. Tomo II, Sociedad española*. Madrid: Editora Nacional.
- Roca i Girona, Jordi. “Los (no) lugares de las mujeres durante el franquismo: el trabajo femenino en el ámbito público y privado”. *Gerónimo de Uztariz* 21 (2005): 81-99.

- Roca Sierra, Marcos (2005). “La subjetividad narrativa posmoderna: procesos determinantes”. *Revista de Literatura* 67, 134 (2005): 333-348.
- Rodríguez Ortiz, Esther (2012). “Interiores y mobiliario de la década de los 60 en el humor gráfico de Tomás Niembro”. *Res Mobilis. Revista internacional de investigación en mobiliario y objetos decorativos* 1, 1 (2012): 125-133. DOI:10.17811/rm.1.2012.125-133
- Rodríguez Pedret, Carmen (2006). “Mister Marshall viene a casa. La escenografía de la modernidad americana en el tiempo del desarrollismo español”. Actas V Congreso Internacional Historia de la arquitectura moderna española *La arquitectura norteamericana, motor y espejo de la arquitectura española en el arranque de la modernidad (1940-1965)*. Pamplona: Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universidad de Navarra.
- Romo Parra, Carmen. “Tiempo de trabajos. Los límites difusos de las horas excedentes para las mujeres en España (1964-1975)”. *Arenal. Revista de Historia de las Mujeres* 8 (2001): 55-81.
- Romo Parra, Carmen. “Reinas de una sociedad dentro de otra sociedad. Apuntes sobre las percepciones y sentimientos de las amas de casa en las últimas décadas del franquismo”. *Baética. Estudios de Arte, Geografía e Historia* 29 (2007): 499-517. DOI: 10.24310/BAETICA.2007.voi29.248
- Rueda Laffond, José Carlos. “La televisión, símbolo del desarrollismo franquista: algunas claves de interpretación”. *Cercles. Revista d’Història Cultural* 21 (2018): 101-129. DOI: 10.1344/cercles2018.21.1004
- Ruíz Franco, Rosario (2007). *¿Eternas menores? Las mujeres en el franquismo*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Salas, Roberto (1969). *Televisión en negro y en color*. Madrid: Santillana.
- Sanabria, Francisco. “La educación popular: panorámica de un fenómeno socio-cultural moderno”. *Revista de Estudios Políticos* 141-142 (1965): 166-178.
- Sánchez Recio, Glicerio. “Dictadura franquista e historiografía del franquismo”. *Bulletin d’Histoire Contemporaine de l’Espagne* 52 (2018): 71-82. DOI: 10.4000/bhce.308
- Sauvy, Alfred (1969). *Los mitos de nuestro tiempo*. Barcelona: Labor.
- Schor, Juliet B. (1994). *La excesiva jornada laboral en Estados Unidos. La inesperada disminución del tiempo de ocio*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Schutz, Alfred y Luckmann, Thomas (1977). *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Sebastián-Morillas, Ana. “El papel de la publicidad en España en la prensa y la radio durante el franquismo: El nacimiento de la sociedad de consumo”. *Cuadernos.info* 41 (2017): 209-226. DOI: 10.7764/cdi.41.1128
- “Un cuarto de siglo del Movimiento Nacional (1936-1961)”. *Revista de Estudios Políticos* 119 (1961).
- Zaratiegui Labiano, Jesús M. y García Velasco, Alberto (2019). “¿Los mismos perros con distintos collares? Solución de continuidad entre la “Tercera fuerza” y la tecnocracia española”. *Brocar: Cuadernos de investigación histórica* 43 (2019): 229-256. DOI: 10.18172/brocar.3968