

# Poner el cuerpo: Mujer, publicidad y salud en Guayaquil

## Natalia Tamayo

TamayoN@gmail.com

Docente de la Universidad de las Artes, Guayaquil-Ecuador. Doctora y Máster en Historia por la Universidad Pablo de Olavide, España. Especialista en Historia por la Universidad Andina Simón Bolívar.

## Carolina Pepper

Docente Universidad de las Artes. Cursa la Maestría de Estudios en Danza por la Universidad de la Rioja, España y la Especialidad en Tendencias Contemporáneas de la Danza por la UNA de Argentina.

## Rubén Riera

Rubenrie@gmail.com

Profesor Titular de la Universidad de las Artes. Guayaquil (Ecuador), guitarrista, tiorbista y compositor. Ph.D (Universidad Central de Venezuela)

## Resumen

Este trabajo aborda la representación femenina en la publicidad impresa en Guayaquil (Ecuador) en las primeras décadas del siglo XX. Las preguntas que guían este ensayo son las siguientes: ¿cómo se representó a la mujer en la prensa en la etapa comprendida entre 1918-1923? ¿cuáles podrían ser los elementos que justifican el uso de imágenes femeninas en la publicidad de principios de siglo? Para ello se analizaron las ilustraciones publicadas en el Diario El Telégrafo y se ensayaron como respuestas posibles, que el desarrollo del mercado de la salud utilizó el cuerpo de la mujer para promocionar medicamentos, representándola en condiciones de debilidad, fragilidad y enfermedad.

El ensayo concluye con que la publicidad impresa objetualizó a la mujer y puso su cuerpo a disposición del mercado, a la vez que reforzó el imaginario de subordinación e inferioridad que sirvió para perpetuar las condiciones de dominación sobre ella.

**PALABRAS CLAVE:** Historia, mujer, prensa, publicidad, salud

## Abstract

This paper addresses the representation of women in printed advertising in Guayaquil (Ecuador) during the early decades of the 20th century. The guiding questions for this essay are: How were women represented in the press during the period from 1918-1923? What elements might justify the use of female images in early 20th-century advertising? To explore these questions, the illustrations published in the newspaper El Telégrafo were analyzed, with potential responses suggesting that the development of the health market used women's bodies to promote medicines, portraying them in conditions of weakness, fragility, and illness.

The essay concludes that printed advertising objectified women and made their bodies available to the market while reinforcing the imagery of subordination and inferiority, which served to perpetuate the conditions of domination over them.

**KEYWORDS:** History, women, press, advertising, health

## Introducción

Este texto es un avance del Proyecto de Investigación “*Poner el cuerpo. Arte, activismo y lucha social en Guayaquil, 1918-1923*” desarrollado en la Universidad de las Artes, con la participación de Carolina Pepper, Rubén Riera y Natalia Tamayo; tiene como objetivo visibilizar la historia de la mujer en Guayaquil y resignificar su memoria a través de la creación de productos artísticos.

Este primer ensayo indaga en el Diario El Telégrafo<sup>1</sup>, el periódico con mayor historia en Ecuador, como un dispositivo que permite reconstruir hechos y acontecimientos pasados, así como indagar en las mentalidades de la época; busca respuestas a la forma en que la mujer fue representada en la publicidad, para lo cual analiza las ilustraciones publicitarias de ese matutino en el quinquenio 1918-1923.

Como hipótesis se plantea que el desarrollo del mercado de la salud utilizó el cuerpo de la mujer para representarlo en condiciones de debilidad y enfermedad y así comercializar medicamentos, al mismo tiempo que se reforzaba el imaginario de subordinación e inferioridad que ha servido para mantener las condiciones de dominación que pesan sobre las mujeres.

La existencia de publicaciones realizadas por mujeres organizadas evidencia que mientras el cuerpo de las mujeres fue colocado sin facultad de elegir, otras decidieron situarse para hacerse escuchar.

*Poner el cuerpo*, implica habitar un lugar donde la razón y el intelecto se convierten en protesta ante lo tradicionalmente establecido para las mujeres y donde la práctica requiere el enfrentamiento de poderes; el desafío es humanizar las respuestas. *Poner el cuerpo* implica descubrirnos en el límite que nos obliga a resolver físicamente, incluso desde nuestra vulnerabilidad, lo que de manera hegemónicamente teórica no nos respalda, pues acentúa el imaginario impuesto para las mujeres, aquel que representa la sumisión de unos seres enfermos, objetualizados e incapaces de conducir su destino.

## Guayaquil, 1918-1923, el contexto de la época

Entre 1890 y 1920 ocurrió el segundo boom cacaotero del país (Paz y Miño, 2011; Manguashca, 2012; Chiriboga, 2013; Abad, 2020) que consolidó la conformación de sectores oligárquicos, comerciales y financieros.

---

1 *El Telégrafo*, diario digital propiedad del estado ecuatoriano. Fundado en 1884 en la ciudad de Guayaquil, circuló como periódico impreso hasta 2020; es el diario activo más antiguo del Ecuador.

La Revolución Liberal consideró a la mujer objeto de preocupación estatal (Goetschel, 2009). La separación del Estado con la Iglesia, la educación laica y la instauración de relaciones laborales asalariadas permitió la emergencia de nuevos actores sociales y políticos, así como la incorporación de la mujer en la esfera pública.

Las revistas femeninas que se publicaron desde finales del siglo XIX<sup>2</sup> permitieron la creación de espacios alternos para la circulación de las ideas de las mujeres y la demanda de sus derechos (Goetschel, 2011). Ese ejercicio periodístico contribuyó a formar el nuevo sujeto feminista (Campana, 1996), a través de diversas “otras” representaciones de sí mismas, que exigían ser reconocidas como poseedoras de conocimiento y sujetos de derechos.

Los datos estadísticos señalan que las mujeres eran el 54.09%<sup>3</sup> de la población (Miño, 2019) y a quienes se les reconocía como principal actividad, las tareas domésticas, tal como da cuenta la sección semanal de *El Telégrafo*, *La Mujer* y *el Hogar* espacio en el que también se hablaba de poesía y moda, temas considerados como femeninos.

El incendio de 1896 obligó a reconstruir la ciudad. Las élites porteñas tomaron como modelo las ciudades europeas. Guayaquil, como principal puerto de exportación y centro comercial y bancario, se articuló al sistema mundial. Fue puerta de entrada al capital transnacional y vínculo de la oligarquía al mercado internacional (Coronel, 2022). La demanda de trabajadores agrícolas hizo que se convirtiera en polo de atracción para la migración interna, al mismo tiempo que expandió la frontera agrícola y contribuyó al vertiginoso crecimiento de la urbe<sup>4</sup>.

Ron Pineo (1994) afirma que el puerto principal de Guayaquil mantuvo la reputación de convertir la ciudad en una de las más insalubres del mundo, tanto por la fiebre amarilla que apareció en 1842 (Miranda, 1955) y se mantuvo durante décadas, así como por la peste bubónica y otras enfermedades tropicales. Esas condiciones

---

2 La Revista Literaria (1889), La palabra de Guayaquil (1890), Sociedad de Fígaro (1986), La Mujer (1905) La Ondina del Guayas (1907).

3 Manuel Miño Grijalva (2019) analizando el Censo de 1899, advierte la composición demográfica de la ciudad: de 60.483 habitantes, el 45.91% eran hombres y el 54.09% eran mujeres, de las cuales, el 28.86% estaba dedicada a actividades productivas, aunque suponemos que no todas eran remuneradas como los quehaceres domésticos. Consideramos que la tendencia demográfica, así como la distribución laboral se mantuvo en los años siguientes en medio del vertiginoso crecimiento que experimentó la ciudad.

4 Según Ron Pineo (1994) la población de Guayaquil pasó de 20.000 habitantes en 1849 a 120.000 en 1925. La de la provincia del Guayas pasó de 94.411 habitantes en 1877 a 483.508 en 1925.

sanitarias deficientes fueron preocupantes para Estados Unidos, país que a partir de la Primera Guerra Mundial se convirtió en principal comprador del cacao ecuatoriano y requería que las exportaciones de materia prima se realizaran en condiciones sanitarias e higiénicas.

César Hermida (2017) relata que, en 1918, año de la fiebre española, entraron en disputa dos modelos de gestión sanitaria: el soviético, implementado tras la revolución bolchevique que planteaba una medicina preventiva, y, el occidental que basaba su eficacia en la clínica, la cirugía, las medicinas y la higienización de la ciudad. La muerte de la esposa del cónsul estadounidense habría acelerado la firma de un Convenio con la Fundación Rockefeller que permitió el arribo del doctor Hideyo Noguchi para luchar en contra de la fiebre amarilla y para instaurar casas de Beneficencia que atendieran el servicio de salud público.

La crisis cacaotera, que arrancó con la Primera Guerra Mundial (1914-1918), se profundizó con las plagas que afectaron la producción agrícola aunada a que la sobreoferta internacional redujo el precio de la fruta (Maignashca: 2012)<sup>5</sup>. El peso de la crisis económica recayó en los sectores populares a través del incremento del precio de los alimentos de subsistencia. Sindicatos y asociaciones de artesanos, operarios, trabajadores de servicios y centros feministas fueron los protagonistas de las demandas sociales<sup>6</sup>. La matanza del 15 de noviembre de 1922 marcó un hito en la historia del movimiento obrero ecuatoriano.

En los aspectos socioculturales, la ciudad vivía la primera modernidad ecuatoriana (Hidalgo, 2014) cuyo ideal civilizatorio fue el progreso planteado por las élites latinoamericanas en el marco del desarrollo capitalista que posibilitó el boom del cacao. El puerto era un hervidero de ideas, tal como lo señala Granda:

Vientos libertarios de Chicago que pugnan por la jornada de ocho horas de trabajo; la revolución mexicana, con Zapata y Pancho Villa; proletarios de Moscú; conferencias anarco-sindicalistas con periódicos impresos en el Cono Sur; hojas volantes de anarquistas y masones nacionales; revistas y periódicos impresos para un proletariado casi inexistente; la disímil expresión de artistas comprometidos que, igual componen un pasillo, optan por temas de indios en el cine nacional; declaman poemas cursis o emprenden campañas de civilidad dirigidas a

---

5 Según Abad, Acuña & Naranjo (2020) tomando como referencia los datos de Juan Maignashca (2012) la reducción de quintales de cacao exportados fue evidente desde 1921 en que se redujo un 11.64% de quintales exportados versus lo exportado en 1920.

6 Sólo en 1920 se contabilizaron 19 huelgas laborales (Pazmiño, 2011).

policías y chauffers –choferes– que maltratan al pueblo; vislumbran hasta la caída del imperialismo yanqui cuando se levante la denominada revolución marxista-indoamericana (sic). (Granda, 2006)

La actividad cultural estaba volcada al teatro. Visto como un espacio de articulación colectiva y festiva fue el lugar propicio dónde se expresaban las relaciones simbólicas de poder. Con una arquitectura propia de las urbes europeas, se constituían en entornos de lucimiento y pavoneo para la economía, la política y el tiempo libre. Si bien la prensa no registra compañías o grupos teatrales o coreográficos estables, da cuenta de la buena salud de sus teatros, así como de la visita constante de artistas.

El *Teatro Olmedo*, fundado en 1857, tenía una capacidad para 1.500 personas. Tras el incendio que sufrió en 1899 se reinauguró en 1903 y se convirtió en el principal centro de espectáculo por el que transitaban compañías de teatro europeas, de ballet y ópera. El Teatro Edén, inaugurado en 1907, con 4.000 butacas, fue un proyecto de la empresa cinematográfica Ambos Mundos, pionera en contar con una sala de cine. Esta empresa junto a Ocaña Films, Olmedo Films y Guayaquil Films Co. escribieron las primeras páginas de la historia del cine nacional. Otros teatros como El Parisiana con 1.600 sillas, el Ideal con 1.700 asientos, fueron parte de los escenarios que mantenían una activa agenda cultural en el puerto.

| 87

## Construcciones impresas sobre el imaginario femenino

Benedic Anderson (1993) al analizar el papel de la prensa en la construcción de imaginarios sociales sobre nación, nacionalismo e identidad acuñó los conceptos de comunidad imaginada y de capitalismo impreso para referirse al aporte de los periódicos en el desarrollo del sistema.

Sobre esta base Craig Calhoun (2016) pone de relieve que el capitalismo impreso contribuyó a crear unidades nacionales que han sido fundamentales históricamente para la organización y protección del negocio capitalista y afirma que “las novelas y los periódicos fueron los primeros ejemplares de una “infraestructura” de imaginarios nacionales.” (Calhoun, 2016: p.).

Paula Alonso (2004), sostiene que al analizar diarios, panfletos y periódicos es posible evidenciar las construcciones impresas que se dieron en América Latina en medio del complejo proceso de conformación de los estados nacionales de finales del siglo XIX e inicios del XX.

Por su parte, Anderson (1993) puntualiza que la prensa busca no sólo ser rentable, sino también contralar el poder y los imaginarios sociales. De este modo, al construir

realidades, proyecta imágenes del mundo que configuran el pensamiento colectivo y genera discursos que son socialmente aceptados y dan sentido a sus relatos.

El historiador Peter Burkler (2004), señala que releer las imágenes a través del tiempo permite develar las estructuras de pensamiento de diferentes épocas, y añadimos, también acercarnos a los imaginarios generados, en este caso, por la prensa.

Revisar la forma en que han sido representados los cuerpos femeninos es importante para comprender la forma desde donde la prensa construyó un imaginario sobre la mujer o apuntaló discursos que sustentaron relaciones de dominación y subordinación.

Para ver cómo fue esa construcción impresa analizamos la publicidad que contiene imágenes o textos que refieren al cuerpo de la mujer. Entendemos, como señala Hans Belting (2007), que cada vez que aparecen personas en una imagen, se están representando cuerpos

“Por lo tanto, también las imágenes de esta naturaleza poseen un sentido metafórico: muestran cuerpos, pero significan personas” (...) La historia de la representación humana ha sido la de la representación del cuerpo, y al cuerpo se le ha asignado un juego de roles, en tanto portador de un ser social. Aquí radica también la contradicción entre esencia y apariencia, que no sólo se puede encontrar nuevamente entre cuerpo y rol, sino también en el mismo cuerpo (Belting, 2007: 111).

88 |

Dado que estas representaciones de cuerpos llevaban en sí mismas un discurso, y que este discurso contaba con el respaldo de la circunspección y halo hegemónico que le otorgaba el ser publicado en un diario, cualquier aseveración frente al o los cuerpos publicada aquí, sería tomada siempre como verdadera.

El principio del cuerpo-escultura promovido por el neoclasicismo francés del siglo XVIII, había ya delineado un único enfoque para todas las representaciones corporales hasta mediados del siglo XX. Por tanto, las representaciones gráficas y fotográficas mantenían esta significación idealizada como una forma de mantener la coherencia con el discurso eurocéntrico generalizado.

Para el análisis hemos tomado como referencia las páginas del diario El Telégrafo<sup>7</sup>. Fundado en 1884, fue la más próspera empresa editorial de la época, en los años 20

---

7 Además de El Telégrafo, en la época circulaban La Nación, El Guante y varias publicaciones periódicas. Sin embargo, tomamos como referencia el medio de mayor inserción en la sociedad guayaquileña.

impulsó la construcción de los edificios El Telégrafo y La Previsora e incursionó en el sector financiero. (Tamayo, 2023).

## Publicidad con rostro de mujer

Según Berger (1975), la publicidad es una poderosa herramienta de comunicación que impacta en la sociedad porque modela nuestras expectativas, anhelos y principios. El discurso que genera la publicidad no sólo construye realidades, trabaja directamente en nuestras emociones, fabrica fascinación, no promete placer, sino felicidad. Y la felicidad está en el consumo, la máxima del sistema capitalista.

La publicidad impresa precisamente contribuyó a impulsar el mercado y el consumo. Los primeros productos que se promocionaron en la prensa fueron cerveza e indumentaria femenina. Si bien con esos consumos no se alcanzaba la felicidad, se conseguía el estatus que la élite dominante promovía: el estilo de vida de las ciudades europeas (El Telégrafo, 1899).



Imagen 1. La Ópera. Diario El Telégrafo, 15 de octubre de 1885, Pág. 1 Imagen 2. Sombreros, El Telégrafo, 1 de abril de 1899, Pág. 3. Imagen 3. La Ópera. El Telégrafo, 10 de febrero de 1899, Pág. 3.

La incorporación de textos en las ilustraciones publicitarias de inicios del siglo XX evidencia el valor simbólico de la palabra como fuente de credibilidad, así como la orientación de la publicidad hacia los sectores alfabetizados.

La debilidad, como objetivo a ser derrotado por las píldoras rosadas del Dr. William y las pastillas del Dr. Richard (1903) responderían al debate que se instauró en la década. Si “los seres débiles son la causa de la decadencia de las naciones” (Sánchez, 1923, citado por Klark) había que lograr personas fuertes y capaces para incorporarse al sistema productivo y lograr el progreso nacional.

Así mismo, Klark señala que la alta tasa de mortalidad infantil motivó extensas discusiones sobre el rol de la mujer como madre y educadora familiar. El consenso de diversos sectores habría llegado en torno a que la identidad primaria de la mujer sea la maternidad y su papel en el hogar.



Imagen 4. Píldoras rosadas. El Telégrafo, 14 de julio de 1903, pág. 4

Imagen 5. Pastillas Richards. El Telégrafo, 20 de julio de 1903. Pág. 4.

90 |

En la misma línea, las píldoras de Foster (1906) y el jarabe Ner-vita (1907) prometían eliminar el sufrimiento de la mujer, curar su debilidad, la anemia y el nerviosismo. El discurso publicitario aportaba con las necesidades nacionales de contar con mujeres fuertes, al mismo tiempo que las colocaba en el ámbito doméstico.

Se hace difícil el atender a los quehaceres domésticos con un perenne dolor en las regiones dorsales. No es de extrañarse la desanimación que aflige a millares de mujeres. (El Telégrafo, 4 de agosto de 1906).



Imagen 6. Las mujeres sufren. El Telégrafo, 4 de agosto de 1906, pág. 7

Imagen 7 Jarabe Ner-vita. El Telégrafo, 13 de diciembre de 1907. Pág. 2.



Estos son ejemplos de cómo, desde la prensa, se construyó la identidad femenina como madre, en condiciones de debilidad e inferioridad, y relegada a la esfera privada. Eso contrasta con la política liberal de principios de siglo que impulsaba su inserción en el aparato productivo, contrario al discurso de médicos como Carlos Andrade Marín (1929) que promovían la necesidad de fortalecer los derechos legales de las mujeres.

En el mundo, la participación de la mujer en la Primera Guerra Mundial la colocó en otra situación. La prensa evidenció su presencia en el frente de batalla, en el campo como agricultoras, o en las fábricas de armas. Las conquistas se trasladaron a lo político: el movimiento sufragista conquistó el derecho al voto en 1918.

Las mujeres empezaron a poblar las páginas de los diarios. El Telégrafo las visibilizó como protagonistas singulares: el viaje aéreo de la guayaquileña Martha Coello de Salinas en la ruta Buenos Aires a Montevideo (El Telégrafo, 16 de julio de 1920); o, el grado de doctora en medicina de la lojana Matilde Hidalgo (El Telégrafo, 24 de julio de 1921). Es notoria la creación de la página semanal "La Mujer y el Hogar" que vinculaba la literatura y la moda, al considerarlos temas femeninos.

Afín al discurso hegemónico del desarrollo del capitalismo, la publicidad recurrió al cuerpo femenino para legitimar el mercado de la salud, pero también para hacer pedagogía sobre la diferenciación social de clase. Mujeres estilizadas sirvieron para promocionar productos de belleza que garantizaba la blanquitud, el canon de belleza de la época. Valores como lealtad, fidelidad y simpatía se utilizaban para graficar la promoción de la aspirina, el producto de Bayer que iniciaba sus operaciones en el país.

| 91



Imagen. 8. Fidelidad. El Telégrafo, 1918. Imagen. 9. Ozomulsion. El Telégrafo, 1918. Imagen 10. Blanca Nieves. Telégrafo, 1919.



Imagen 15: Archivo Diario El Telégrafo, 1920, Publicidad Sal Hepática. Imagen 16: Archivo Diario El Telégrafo, 1920, Publicidad Píldoras Rosadas del Dr. Williams. Imagen 17: Archivo Diario El Telégrafo, 1920, Publicidad LAVOL. Imagen 18: Archivo Diario El Telégrafo, 1920, Publicidad Emulsión de Scott.

¡QUÉ PÁLIDA! ¡Pobrecita! Se mira al espejo y se ve pálida que da miedo; las mejillas como cera. Los labios sin sangre, no tiene ánimos de nada, no tiene ganas de comer ni de andar, todo le molesta, sus brazos son flacos y todo su cuerpo languidece (...) Píldoras Rosadas del Dr. Williams

SALUD, VIVACIDAD, BUENOS COLORES forman el atractivo que encierra la felicidad de la mujer. Consígalos tomando la legítima Emulsión de Scott.

El cuerpo erguido es de la mujer burguesa, el referente de aspiración social, que debe eliminar las imperfecciones sobre su cuerpo y piel para convertirse en atractiva. Es el ideal aspiracional de la élite que mira el feminismo y su indumentaria como modelo. Vestimenta suelta que no remarque la cintura, brazos y espalda al descubierto, falda que permite mirar la parte baja de las piernas, con pies y calzado para movilizarse y a la que le falta como atributo adicional la belleza de la blanquitud.

En cambio, mujeres desgarradas, adoloridas y sufrientes, aparecen en el contexto doméstico, “sin ambición para emprender las rutinas del día”, o “con la manía que no han de curarse nunca”. (El Telégrafo, publicidad píldoras Foster, 1920), con lo cual se establece una sospecha sobre sus reales condiciones de salud.

La composición de las ilustraciones muestra imágenes femeninas en ángulos de picada, en plano de inferioridad. Se evitan los pies, la parte del cuerpo que sirve para avanzar o moverse. El cuerpo continúa “puesto” a disposición del mercado en actitud doliente, ceño fruncido, cuerpo incansable, con una mano en la espalda para reafirmar dolor, pero sin soltar los objetos entendidos como pertenecientes a las labores

domésticas. Se habla de sus cuerpos enfermos, y, en ocasiones las “revictimiza” acusándolas de culpables de necesidad y descuido; en otros, se caracteriza la enfermedad como algo propio del sexo femenino, tal como lo plantea la promoción del compuesto Vegetal de Lydia E. Pinkham.



Imagen 11. Las faenas domésticas. Diario El Telégrafo, 1920. Imagen 12. “Yo sufrí durante siete años” El Telégrafo, 1920. Imagen 13. No pierda la esperanza. El Telégrafo, 1920.

Para señalar las diferencias de género, los hombres no son graficados de la misma forma, por lo cual es de suponer que son seres fuertes, que no se enferman, que son superiores. Cuando aparecen, sus cuerpos están erguidos, en condiciones de superioridad y, nótese, de buena salud.

En este caso, y en evidente antagonismo con las imágenes femeninas, el gráfico realizado para publicitar Sales Kruschen contiene un hombre cuyo rostro sonríe, sus pasos son decididos, veloces, en ascenso y amplios. Se moviliza por el espacio público y a él sí se le ven los pies calzados. Su traje es elegante. El título habla de felicidad y utiliza un vocativo amigable y respetuoso para referirse a él. Por su parte, el cuerpo de la mujer no sólo está enfermo sino que la enfermedad lo afea y produce miedo, pero para los hombres éste no es el caso. Es entonces cuando el mercado sale en auxilio de las mujeres y les promete: sonrisas (pues no las tienen), color para las mejillas

(carecen de), les permitirán mostrarse (no pueden), les otorgará felicidad (les falta).

Imagen 14. Sales Kruschen.  
Archivo El Telégrafo. 9 de mayo de 1923.

Como señala Pontón (2014), la mirada sobre la anatomía y la fisiología femenina oculta las dimensiones relacionales, culturales, ambientales y sociales. La representación del cuerpo de la mujer en la publicidad tiene un impacto significativo en la sociedad porque es utilizado como herramienta de promoción para el consumo de productos o servicios sin guardar relación con sus cuerpos verdaderos y sus vidas reales.

La forma de representar mujeres, en contraste con los hombres, revela la forma social en que se

entendía el rol de cada uno, de cada una, y cómo la prensa los reproduce y a su vez los instituye bajo la credibilidad que adquirió la palabra. A decir de Guido (2014), se instituyó una normativa moral, económica y jurídica sobre la base de un cuerpo objetivado y sujeto a los valores de la sociedad con fines de orden político y económico, compatible con las clases dominantes y en función del sistema hegemónico imperante.

## Conclusiones

Esta investigación es un aporte a los estudios que se han realizado sobre la representación de la mujer en la prensa, cuyos análisis arrancan desde los años 50 del siglo XX. Este ensayo hace un alcance revisando los años en los que el engranaje social y político del país se volvió campo fértil para el descontento y despertar de la lucha obrera y la lucha femenina a inicios de los años 20.

Tras la cerveza, primer producto es ser promocionado, la publicidad impresa tomó



como punto de atención la corporalidad femenina. La utilización del cuerpo de la mujer evolucionó de la promoción de indumentaria -propia para otras latitudes- a ponerlo a disposición del mercado de la salud representándolo como un cuerpo débil y enfermo que encontraba vitalidad y felicidad gracias a la ingesta de medicinas.

En paralelo al debate nacional sobre las causas de la alta tasa de mortalidad en el país, la idea de debilidad permeó en la sociedad como el objetivo a ser derrotado, de forma tal que la mujer no sólo sea madre sino logre criar los hijos que el país necesitaba para conseguir progreso. Así se incorporó el discurso socialmente aceptado de que el primer rol de la mujer sea ser madre y que su actividad se constriña a lo doméstico.

La inserción del país en el mercado internacional y las solicitudes por parte de Estados Unidos para que se garantice la exportación cacaotera en condiciones sanitarias impulsó la aplicación del modelo de salud basado en la clínica y las medicinas. El cuerpo de la mujer sirvió como dispositivo comercial para legitimar el mercado de la salud y como instrumento pedagógico para señalar diferencias sociales y de género.

El cuerpo sufriente es el de la mujer subordinada en lo social y en lo económico, confinada al hogar, a las tareas domésticas y a quien las medicinas le devuelven vitalidad para que cumpla con el rol de madre y reproductora de fuerza de trabajo; en consecuencia, para que continúe en el rol que la estructura comercial, social y política requería.

El cuerpo estilizado, con vestimenta acorde a la tendencia de los años 20, retrataba a la mujer burguesa. Ahí, la promoción de medicinas y cosméticos instauraba un discurso donde la belleza era sinónimo de valores como fidelidad y simpatía, y los estándares a conseguir era blanquitud y mejillas rosadas, sinónimo de felicidad. La publicidad no estaba destinada para la mujer sino para que la mujer fuera vista y admirada por otros.

Por otra parte, concluimos también que la ausencia de hombres en este tipo de ilustraciones evidencia la búsqueda de la publicidad por hablar a hombres, alfabetizados, productores y proveedores, que requerían de un padre Estado con mujeres reproductoras que, encerradas en el hogar, se encargaran exclusivamente de los cuidados y salud de los hijos, de la casa y de los mayores.

Queremos evidenciar que, al contrario de la representación de la mujer en las ilustraciones publicitarias, en este período 1918-1923 fue una etapa de cambios en el que tanto el feminismo como el movimiento obrero se gestaba, en el cual las mujeres optaron por posicionarse como sujetos sociales, por auto representarse a través de sus publicaciones y ejercieron ese "*Poner el cuerpo*" que no refiere al sometimiento y la utilización de su corporalidad para servicio del mercado, sino al entendimiento de

sus necesidades y sus demandas políticas, económicas y sociales.

Este ensayo es apenas un primer avance de la investigación planteada por el grupo de docentes de la Universidad de las Artes. Nuestro afán es visibilizar a las mujeres que pusieron su cuerpo de manera radical en los procesos sociales que se gestaron -de los 10 a los 20 del siglo XX- en las trincheras femeninas guayaquileñas y mundiales, a pesar de la representación que se hizo de ellas desde un imaginario impuesto de debilidad e incapacidad, pero en búsqueda de la eterna belleza.

Creemos en la necesidad de entender al propio cuerpo como protagonista de esta experiencia, ojalá libertadora y contrastante, sobre cuyo proceso de indagación trabajamos como sustento artístico para una propuesta final.

Propuesta artística que, desde este cuerpo cuestionador, reflexiona y advierte la reinención y el redescubrimiento de sus propios gestos y expresiones, pues es aquí donde se materializa la experiencia del movimiento. Un cuerpo en acción que se observa además en evolución, y reclama un refinamiento que resulte a la vez versátil en la aceptación de nuevas formas para adaptar a la escena.

Para el caso de la comunicación y puesta en escena, como uno de los fines a los que conducirá esta investigación, y colocándonos sobre la danza contemporánea como línea central del trabajo corporal, esperamos edificar discursos cinéticos más actuales y situados, esto es, en exploración constante del propio lenguaje, de la comunicación con el espectador, y de la poética crítica y creadora.

96 |

## Bibliografía

Abad, Andrés, Acuña, Cristina, & Naranjo, Efraín. (2020). El cacao en la Costa ecuatoriana: estudio de su dimensión cultural y económica. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, (7), p.p.59-83. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10644/7494>

Anderson, Benedict (1993) *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica, p. 59.

Belting, Hans (2012). *Antropología de la imagen* (Vol. 3032). Katz Editores. Traducción de Gonzalo María Vélez.

Berger, John, Sven Bloomberg, Chris Fox, Michael Dibb y Richard Hollis (2000-1974). *Modos de ver*. Versión castellana de Justo G. Baramandi. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A

Bock, Marie S. (1992) 2. Estudio macro-espacial de la arquitectura y de la sociedad

- guayaquileñas (1900-1940). En Guayaquil: Arquitectura, espacio y sociedad, 1900-1940. Institut français d'études andines. Travaux de L'ifea. doi:10.4000/books.ifea.2013
- Burke, Peter (2001). Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico. Barcelona: Ed. Crítica, 2001. También en: Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Centro de Investigaciones sobre América del Norte. Link: <https://ru.micisan.unam.mx/handle/123456789/2133>
- Campana Altuna, Florencia (1996). Las revistas escritas por mujeres: espacio donde se procesó el sujeto feminista 1905-1937 (Master's thesis, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador). Link: <http://hdl.handle.net/10644/2771>
- Clark, Kim (2001). Género, raza y nación: La protección a la infancia en el Ecuador (1910-1945). Antología género, 183. Link: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/54966.pdf>
- Craig J. Calhoun (2016) , La importancia de Comunidades imaginadas y de Benedict Anderson , en Debats 130, 2016, 14.Link: <https://museoetnografico.com/pdf/puntodefuga/171011calhoum.pdf>
- Chiriboga Vega, Manuel (2013). Jornaleros, grandes propietarios y exportación cacao-tera, 1790-1925. Corporación Editora Nacional. Biblioteca de Ciencias Sociales
- De Miranda, Francisco Mariano (1844-1955). Memoria sobre la epidemia de fiebre amarilla en Guayaquil. Revista de la Facultad de Ciencias Médicas (Quito), 6(1-2), 88-121. Disponible en: [https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CIENCIAS\\_MEDICAS/article/view/328](https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CIENCIAS_MEDICAS/article/view/328)
- Granda Noboa, Wilma (2006). La cinematografía de Augusto San Miguel: lo popular y lo masivo en los primeros argumentales del cine ecuatoriano. Guayaquil 1924-1925 (Master's thesis, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador) Maestría en Estudios de la Cultura. Disponible en: <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/906>
- Goetschel, Ana María & Moscoso, Martha (1996). Educación e imágenes de mujer. Antología. Género, editado por Gioconda Herrera, 9. Disponible en: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/44914.pdf>
- Goetschel, Ana María (2006). Orígenes del feminismo en el Ecuador. Consejo Nacional de las Mujeres, 2006. Disponible en: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/102853-opac>

Guido, Raquel (2014). Teorías de la corporeidad: distintas representaciones del cuerpo en occidente. Cuaderno de Cátedra N.1 Colección Cuaderno de Cátedra. Buenos Aires: Instituto Universitario Nacional del Arte. Departamento de Artes en movimiento. Disponible en: [https://assets.una.edu.ar/files/publicaciones/1639091944\\_2021-una-am-publicaciones-cuadernocatn1web.p](https://assets.una.edu.ar/files/publicaciones/1639091944_2021-una-am-publicaciones-cuadernocatn1web.p)

Hermida, César (1987). Salud - Enfermedad en Guayaquil (1918 - 1930) y la Presencia de Noguchi. Revista Ecuatoriana De Medicina Y Ciencias Biológicas, 23(1). <https://doi.org/10.26807/remcb.v23i1.402>

Hidalgo, Ángel Emilio (2010). El apareamiento del saber histórico en Guayaquil: el Centro de Investigaciones Históricas (1930-1962). Procesos. Revista Ecuatoriana de historia, 31, I Semestre, 2010. 45-77. Disponible en: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ElApareamientoDelSaberHistoricoEnGuayaquil-8758933.pdf>

Hidalgo Ortiz, Ángel Emilio (2014). Sociabilidad letrada y modernidad en Guayaquil (1895-1920). Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Corporación Editora Nacional. Serie Magister, N. 162. Disponible en: <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/4036>

98 |

Maguashca, Juan (2012) "La incorporación del cacao ecuatoriano al mercado mundial entre 1840 y 1925, según los informes consulares (Estudios)." Universidad Andina Simón Bolívar . Corporación Editora Nacional. Taller de Estudios Históricos. Procesos: revista ecuatoriana de historia N. 35 (2012): 67-97. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10644/3152>

Miño Grijalva, Manuel (2019). Guayaquil: Crecimiento de la población y estructura demográfica 1780-1920. Boletín Academia Nacional de Historia, 96(201), 13-52. Disponible en: <https://academiahistoria.org.ec/index.php/boletinesANHE/article/view/59/121>

Rivas, Fernando (2009), "La prensa escrita como documento histórico: cuidado, prevenciones y consideraciones." Analizando los medios y la comunicación: teoría y métodos (2009), 51-65. Disponible en: [https://issuu.com/observatorio\\_de\\_comunicacion/docs/120801213147-d20d0b56f875436e8bb8af7a30dcc](https://issuu.com/observatorio_de_comunicacion/docs/120801213147-d20d0b56f875436e8bb8af7a30dcc)

Paz y Miño, Juan José (2011). La época cacaotera en el Ecuador. Historia economía, 3, 5-15. "Guayaquil: crecimiento de la población y estructura demográfica, 1780-1920", Boletín de la Academia Nacional de Historia, vol. XCVIII, N°. 201, enero - junio 2019, Academia Nacional de Historia, Quito, 2019, pp.13-52. Disponible en: [https://www.academia.edu/34423562/HISTORIA\\_Y\\_ECONOMIA\\_LA\\_POCA\\_CACAOTERA\\_EN\\_ECUDOR\\_1](https://www.academia.edu/34423562/HISTORIA_Y_ECONOMIA_LA_POCA_CACAOTERA_EN_ECUDOR_1)