

**MARILYN MONROE Y LA REVISTA CROMOS
(1951-1962)**

DAVID QUINTERO GÓMEZ

Trabajo de grado presentado para optar el título de
HISTORIADOR

Asesor

EDUARDO DOMÍNGUEZ GÓMEZ
Historiador

**UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
DEPARTAMENTO DE HISTORIA
MEDELLÍN
2018**

DECLARACIÓN DE JURADOS

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
MARCO METODOLÓGICO	22
1. LA REVISTA CROMOS Y MARILYN MONROE:	
PROLONGACIÓN DE ROLES FEMENINOS	26
1.1 Producto de la hegemonía económica y cultural norteamericana	40
1.2 La modernidad en Colombia	49
2. DE LA ADOPCIÓN AL DOLOR FINAL	60
2.1 La Elisa Dolittle de Hollywood	62
2.2 La señora Miller	64
2.3 Llanto por Marilyn	68
3. CUERPO Y BELLEZA	70
3.1 Sueños de belleza	75
3.2 Marilyn, la culpable	78
3.3 Marilyn, la anatómica	80
4. ACTUACIÓN	83
4.1 Marilyn, la estrella	84
4.2 Marilyn, “rebelde sin motivo”	89
5. ESTEREOTIPOS: LA MUJER OBJETO	91
5.1 Marilyn, la rubia	93
5.2 Marilyn, la pin-up fatal	101
CONSIDERACIONES FINALES	107
BIBLIOGRAFÍA	111

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Fotografía de Marilyn Monroe con el presidente de Indonesia, Sukarno.	38
Ilustración 2. Fotografía de Marilyn Monroe con la Reina Isabel II de Inglaterra.	39
Ilustración 3. Publicidad de la General Electric dirigida a las amas de casa.	48
Ilustración 4. Marilyn Monroe en publicidad de la línea de maquillaje líquido <i>Truglo</i> .	50
Ilustración 5. Marilyn Monroe en portada de revista en <i>Vida doméstica</i> .	51
Ilustración 6. Marilyn Monroe en portada de revista en <i>Estampa</i> .	51
Ilustración 7. Marilyn Monroe en portada de revista en <i>Ecran</i> .	52
Ilustración 8. Marilyn Monroe en Consejos de maquillaje para las mujeres trabajadoras. Secretos de Hollywood Max Factor.	57
Ilustración 9. Marilyn Monroe en Consejos para pintarse los labios. Sección “Sea siempre bella. Consúlteme su caso”.	57
Ilustración 10 Marilyn Monroe en portadas de revista CROMOS entre 1951 y 1962.	59
Ilustración 11. Artículo. “Los cambios en el maravilloso rostro de Marilyn Monroe”.	82

Ilustración 12. Portada de revista con fotografía de Marilyn Monroe junto con Lauren Bacall y Betty Grable, en el set de grabación de la película <i>Cómo pescar un millonario</i> .	88
Ilustración 13. Marilyn Monroe y Jane Russel en “¿A Ud. cómo le gustan más, rubias o morenas?”.	98
Ilustración 14. Marilyn Monroe en portada de revista.	104
Ilustración 15. Fotografía de Marilyn Monroe.	106

INTRODUCCIÓN

El análisis TPI (Tratamiento Periodístico de la Información) es una técnica útil en la disciplina de la Historia, pues a través de ésta se identifica el comportamiento de un medio de comunicación al tratar un tema en especial. Las distintas estrategias de un medio de comunicación para presentar las noticias de actualidad, narrar los acontecimientos del momento y la descripción de las personalidades públicas, sólo logran despertar el interés de la comunidad a través de un buen y llamativo uso de los diversos géneros periodísticos como las columnas, crónicas, reportajes, artículos, entrevistas, entre otros, que son comunes en los medios de comunicación diferentes a la prensa diaria. Además del uso de fuentes oficiales y no oficiales y una correcta descripción contextual del momento, ésta es una técnica eficaz para el historiador que le permite entender cómo el periodismo ha pretendido transferir la información que ha deseado que se enteraran los lectores. Es así como la metodología académica de TPI, ha logrado ser usada por diferentes historiadores que se han interesado por estudiar la conducta de distintos medios de comunicación importantes que han operado en cualquier momento de la historia, con el fin de conocer sus discursos, su metodología periodística, sus evoluciones y sus líneas editoriales. Este método tiene una característica fundamental que hace de esta técnica un recurso bastante significativo en el trabajo en las ciencias humanas y es su versatilidad en el estudio de los distintos medios de comunicación, ya sea de prensa diaria, no diaria, revistas especializadas y otro tipo de publicaciones periódicas, (revistas ilustradas) pues a través de una metodología de análisis juiciosa se logra observar

el patrón de comportamiento que las distintas casas editoriales dan a un tema en específico, logrando crear estudios comparativos o individuales sobre el tratamiento de este. En el presente caso, el hecho histórico en particular gira en torno al tratamiento periodístico que la Revista CROMOS¹ hizo sobre un personaje destacado en la vida pública durante los años de su reconocimiento internacional y en los medios de comunicación: la diva del cine Marilyn Monroe.

En el artículo “Mujeres, imágenes y representaciones”, incluido en el libro *Historia de las mujeres en Occidente* de Georges Duby y Michelle Perrot, Anne Higonnet afirma que durante el siglo XX el cine fue agregado a la cultura visual, estableciendo notablemente la definición de los sexos propuesta por la cultura de masas, además de representar a las mujeres como objetos de placer para los hombres. Para la autora, la actriz Marilyn Monroe es de gran importancia cultural, porque representó el ícono de la sexualidad a través de imágenes estereotipadas que el cine fomentó con intensidad, a partir de los cuales se escribieron guiones e historias de felicidad.² Esta postura contrasta con la incursión de las mujeres en aspectos culturales de la sociedad al ser admitidas algunas de ellas en determinados círculos profesionales, valiéndose muchas veces de PROTOTIPOS para hacer sentir sus reivindicaciones y llamados de atención durante los primeros años del siglo XX. Aun así, a partir de la Segunda Guerra Mundial se reactivaron diversas representaciones de género encaminadas a rescatar los valores del hogar amenazados por la irrupción de nuevos modelos culturales en la arena

¹ Para el proceso de investigación, el material requerido se consultó en la colección Patrimonio Documental, ubicada en el cuarto piso de la biblioteca Carlos Gaviria Díaz, en la Universidad de Antioquia.

² Anne Higonnet, “Mujeres, imágenes y representaciones”, En Georges Duby & Michelle Perrot. *Historia de las mujeres en Occidente*. Tomo 5. (Madrid: Taurus Minor Ediciones, 1993). 420

política internacional, convirtiéndose el cine en el soporte más eficaz para transmitir estos mensajes ideológicos de una manera atractiva y llena de vida, junto con el acompañamiento de las *fan magazines*, revistas especializadas sobre las estrellas del espectáculo o de la vida política como las princesas reales, pero ante todo, gente adinerada que hizo parte del mundo del espectáculo y que representó los valores de la cultura occidental. De igual forma, las revistas femeninas que además de mantener al tanto a las lectoras sobre las tendencias de la moda y los artistas y divas del cine, transmitieron mensajes especializados para conservar el *statu quo* o roles históricos tradicionales.

Desde el siglo XIX en América Latina, la construcción de una nación estuvo influida por comportamientos y fórmulas preexistentes y absolutamente premodernas, como la tradicional lógica social de amo-siervo,³ implicando que a través de la prensa controlada por los sectores que detentaron la autoridad económica y social se definieran los parámetros políticos y culturales de los Estados en formación. Asimismo, se debe considerar que desde el siglo XVIII la prensa fue un arma moderna que logró superar la dicotomía entre lo abstracto y lo material, donde solo las ideas abstractas lograron materializarse con su producción, para luego ser interpretadas por los lectores a partir de sus puntos de vista ideológicos, creando un quiebre histórico en la difusión informativa. Explica María Carolina Cubillos que en el caso colombiano, la prensa hizo parte del producto de la modernidad, con el cual logró sobresalir un nuevo proyecto colectivo de configuración de un Estado a través de la formación y dotación de

³ Lylia Gallo, "Modernidad y arte en Colombia en la primera mitad del siglo XX", *Ensayos, historia y teoría del arte*. Vol: 4 No 4 (1997), 16

elementos necesarios para la acción política de sus ciudadanos al plasmar sus visiones de la vida social y la política.⁴

El surgimiento de las revistas para mujeres en Latinoamérica hizo parte de un proceso modernizante que influyó en la divulgación de la información periodística. La prensa logró diversificar la información y los nuevos destinatarios en medio de la consolidación de las identidades nacionales latinoamericanas, cuyas herramientas educativas más efectivas en la formación de las mentalidades colectivas fueron diversas (los manuales escolares, los catecismos y los sermones en los púlpitos eclesiásticos, los museos, las biografías de los grandes héroes de la independencia, las ceremonias cívicas y por supuesto los discursos políticos). Tales herramientas fueron la metodología más idónea para construir las distintas identidades con las respectivas características de los estados-nación en formación, contribuyendo a la organización de los relatos de identidad y sentido ciudadano en las sociedades nacionales.⁵ Sin embargo, el capitalismo europeo y norteamericano y la marcha imparable de la Revolución Industrial modernizaron la tecnología utilizadas por imprentas nacionales y privadas. Asimismo, la hegemonía estadounidense que cada vez tomaba más fuerza en la región americana, dio la estocada final en la primer mitad del siglo XX en la formación de las diferentes identidades nacionales americanas modernas, que a diferencia del siglo anterior, esa misma función de construcción de ideales nacionales a través de la historia y los actos protocolarios patrióticos, fue desplazada por el cine, la

⁴ María Carolina Cubillos Vergara, "El difícil tránsito hacia la modernidad: la prensa en Colombia". *Folios* No. 27 (2012), 49

⁵ Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización* (México; Grijalbo, 1995), 107

radio y por supuesto las publicaciones periódicas de revistas, narrando aquellos relatos necesarios para crear un sentido ciudadano en una nueva sociedad nacional.⁶

Desde los últimos años del siglo XIX y las primeras décadas del XX, en medio del crecimiento comercial en todo el mundo, las revistas para mujeres estuvieron al día con temas de moda y glamour, logrando atraer nuevas consumidoras que adquirieran productos de belleza y telas para prendas de vestir, incitándolas a través de fotografías de actrices de Hollywood que representaban los mejores modelos de belleza y glamour. Sin embargo las imágenes no eran los únicos mecanismos de atracción publicitaria. Las revistas y las secciones femeninas adquirieron la particularidad de dirigirse a sus lectoras de una forma muy íntima y personal, tal como si estuvieran teniendo un diálogo secreto entre ambas, revista y lectora. El filósofo francés Gilles Lipovetsky afirma que la prensa femenina, junto con la publicidad y el cine, difundieron a gran escala diversos ideales femeninos con el empleo de imágenes de estrellas, modelos y chicas *pin-up*⁷, logrando que las modelos dejaran de ser excepcionales y pasaran a ser parte de la vida cotidiana. Esto se reflejó en la imitación de las mujeres que adoptaron todas y

⁶ Clara María González Jaramillo, *Mujeres de revista. Representaciones femeninas en la publicidad. Cromos 1916-1946*. (Tesis de maestría en Historia del Arte, Universidad de Antioquia) 23

⁷ Los Pin-up eran fotografías e ilustraciones, por lo general de mujeres sonrientes y sensuales que solían aparecer en portadas de revistas especializadas para mujeres o en calendarios, cuyas imágenes se multiplicaron por toda Norteamérica. Fueron representaciones de bellezas voluptuosas, que enseñaron sus piernas y siempre con sonrisas incitantes, que lograron entrar al mercado como símbolo de nueva belleza. Si se desea tener una mayor información sobre las chicas pin-up, consultar el libro *The Art of Pin-up*, de la historiadora y editora de revistas para adultos, Dian Hanson.

cada una de la características estéticas y comportamientos que compartieron las revistas, exaltando a su vez el uso y comercialización de productos cosméticos.⁸

Incluso en revistas gráficas estadounidenses no dirigidas para públicos femeninos estrictamente, se ha evidenciado la intención comercial de diversas empresas de maquillaje y belleza, a través de columnas, artículos y publicidad que incluyeron fotografías de actrices como Marilyn Monroe, como objeto de atracción inmediata. Tal es el caso de *Life*, la revista neoyorquina fundada en 1883 que se convirtió en un estandarte del fotoperiodismo en Norteamérica. En consecuencia es correcto afirmar que la imagen de Marilyn Monroe en la Revista CROMOS formó parte de la dinámica comercial y de la adulación y adorno del *bello sexo*, en medio del consumo de masas que indujo a las lectoras por medio de ideales estéticos y de belleza para adquirir ciertos productos cosméticos.

La Revista CROMOS, el semanario colombiano fundado por Abelardo Arboleda y Santiago Valencia en el año de 1916, se ha caracterizado por un contenido que se ha asemejado muchísimo a las *fan magazines* estadounidenses y las revistas femeninas. Desde sus primeras entregas, publicó información de actualidad con perspectivas menos comprometidas con el mundo de la política, pues se encargó de considerar asuntos más culturales, literarios y de actualidad, en forma simultánea con artículos relacionados con las personalidades más notables de la época en el mundo de occidente. Por esto, CROMOS ha sido objeto de estudio por parte de distintas ramas de las humanidades en Colombia, tanto en la Historia

⁸ Gilles Lipovetsky, *La tercera mujer: permanencia y revolución de lo femenino*, (Barcelona: Anagrama, 1999), 119

como en las Artes, contando con numerosas investigaciones que tienen como objetivo el análisis de sus contenidos y el tratamiento de parte de su información que ha estado presente en los medios visuales del país desde hace un siglo. A pesar de incluir elementos sobre las mentalidades colectivas de una sociedad en crecimiento y modernización, un acercamiento a la evidente influencia de Marilyn Monroe en los estereotipos de género en Colombia, ha sido objeto de poco estudio o interés histórico y académico, considerando el cine y los medios de comunicación como los transmisores de su imagen en el país.

Asimismo, en América existe un gran número de estudios históricos como extensas biografías, obras literarias y artísticas y video-documentales, sobre la influencia de Marilyn Monroe en el cine y en la cultura y, en una menor medida, en el ámbito colombiano. Sin embargo, una justificación importante para llevar a cabo esta investigación se fijó en la necesidad de explorar la presencia de esta mujer-ícono tan representativo en una revista de alta recepción por las mujeres colombianas, para analizar los distintos elementos que caracterizaron su imagen periodística en la revista, y cómo contribuyó de la revista en promover los diversos estereotipos de género.

Dos conceptos clave

Para entender la importancia de un estudio cercano a la relación entre la Revista CROMOS y una figura popular como Marilyn Monroe, fue necesario recurrir a dos conceptos transversales que orientaron el análisis del tema y

establecer una relación entre CROMOS y Marilyn Monroe: Representaciones sociales y Estereotipos.

Las representaciones sociales han sido objeto de constante renovación y debate desde áreas humanísticas como la sociología, la psicología, la filosofía y, por supuesto la Historia. Es justo esa multidisciplinariedad la que hace controvertible este término. Sin embargo, y sin pretender caer en reduccionismos teóricos, a grandes rasgos se puede definir las representaciones como aquellos instrumentos utilizados para conocer la sociedad, producidos a partir de las interrelaciones entre los individuos y los objetos, como la existencia de un pensamiento colectivo encargado de dirigir parte del comportamiento humano, estudiado a partir de sus condiciones históricas, culturales y macro sociales. Así, las representaciones sociales relacionan el sujeto con el objeto mediante diversos mecanismos, para luego ser sustituido el objeto por un símbolo.⁹

A pesar que ha sido un concepto de reiterada evaluación hasta el tiempo presente, es importante indagar en las primeras teorías de las representaciones, específicamente en las propuestas por el sociólogo y antropólogo francés Émile Durkheim (1858-1917), cuyas proposiciones aún siguen influyendo el campo de estudio de las representaciones sociales contemporáneas. Se debe aclarar que nunca ahondó en las representaciones sociales, sino en las representaciones colectivas, concebidas como maneras de conciencia que la sociedad construye con los individuos. Aunque intentó definir las, no precisó con profundidad el

⁹ Angie Materán, "Las representaciones sociales: un referentes teórico para la investigación educativa", *Geoenseñanza*. Vol. 13 No.2 (2008). 243.

término, pues sus análisis sobre las representaciones colectivas se enfocaron en diseñar argumentos para aceptar la existencia de clases de representaciones colectivas distintas a las individuales.¹⁰ En su primera obra *La división del trabajo social* (1893) afirma que una representación no es una simple imagen de la realidad, sino una fuerza que suscita en su alrededor un torbellino de fenómenos orgánicos y físicos¹¹ y, por lo tanto, imponen a los individuos normas de pensamiento, de conducta y por supuesto regulan sus más grandes anhelos y aspiraciones.

Así, bajo el sentido de sustitución mencionado anteriormente y la fuerza que suscita modos de comportamiento, las representaciones sociales implican a su vez transformaciones específicas, porque en el proceso de representación los sujetos interpretan la realidad, y tal interpretación está mediada por valores, ideas religiosas, ideologías, roles sociales, entre otros, traspasando la subjetividad individual y adaptándose en la cultura de la mente colectiva de las sociedades. Siguiendo esta misma línea, el distinguido psicólogo social rumano-francés Serge Moscovici (1925-2014), define las representaciones sociales como:

[...] un conjunto de proposiciones, de reacciones y de evaluaciones referentes a puntos particulares, emitidos en una u otra parte, durante una encuesta o una conversación, por el "corazón" colectivo, del cual, cada uno, quiéralo o no, forma parte. Este corazón es, simplemente, la opinión pública, nombre que se le daba antes, y en la cual muchos veían la reina del mundo y el tribunal de la historia. Pero estas proposiciones, reacciones o evaluaciones están organizadas de maneras sumamente diversas según las clases, las culturas o los grupos y constituyen tantos universos de opiniones como clases, culturas o grupos existen. Cada universo, según

¹⁰ Jorge Ramírez Plascencia, "Durkheim y las representaciones colectivas", en *Representaciones sociales. Teoría e investigación*, eds. Tania Rodríguez Salazar y María de Lourdes García Curiel. (Guadalajara: Editorial CUCSH-UDG, 2007). 20

¹¹ Émile Durkheim, *De la división del trabajo social*, (Barcelona: Planeta, 1994), 124

nuestra hipótesis, tiene tres dimensiones: la actitud, la información y el campo de representación o la imagen.¹²

Según Denise Jodelet, las representaciones designan una forma de pensamiento social, que constituyen a su vez modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, comprensión y dominio del entorno social.¹³ Es así como se puede plantear que las representaciones, a su vez corresponden al conocimiento elaborado socialmente que intenta explicar las abstracciones por medio de significaciones más inteligibles, para que los individuos de un colectivo logren captarlas de manera más sencilla y fácil de comprender.

Desde la disciplina de la Historia, Roger Chartier (1945-), las catalogó como matrices de prácticas constructivas del mundo social que permiten comprender los imaginarios y símbolos constitutivos de la identidad de una sociedad¹⁴ Por lo tanto, son el producto de la armazón social donde convergen tanto ideas, como desarrollos técnicos en una sociedad. En su obra, insiste en los efectos inmediatos de las imágenes del mundo que crean los individuos de los distintos grupos humanos, siendo estas ejemplificadas a través de objetos e instrumentos que logran canalizarse como entes reales. Así, las representaciones siempre tienen

¹² Serge Moscovici, *El psicoanálisis, su imagen y su público*, (Buenos Aires: Huemul, 1979), 45

¹³ Denise Jodelet, "La representación social: fenómenos, concepto y teoría". En *Psicología social II. Pensamiento y vida social: Psicología social y problemas sociales*. Ed. Serge Moscovici. (Barcelona: Paidós, 1986), 474

¹⁴ Roger Chartier, *El mundo como representación*, (Barcelona, Gedisa, 2002) 56. Citado por María Carolina Cubillos Vergara. *Mujeres en el papel: Representaciones de la mujer en la prensa, 1960-1970*. (Medellín: IDEA Vol: 10, Medellín, 2015), 14

significados que son inherentes y son producto de una construcción entre el objeto, los individuos y las condiciones del grupo social al que pertenecen.

Este concepto, ha sido bastante útil en la investigación, pues al analizar los estudios académicos y relacionados con la mujer y cercanos al concepto de representación en los medios de comunicación en la historia del siglo XX, es casi una norma encontrar alguna referencia del cine, y en la mayoría de las veces una alusión directa a Marilyn Monroe, sea por medios visuales o argumentativos, donde se evidencia cómo ha sido representada la belleza femenina ideal a través de sus imágenes y fotografías. La Revista CROMOS durante toda la década de 1950 fue el enlace entre las lectoras colombianas y los imaginarios sociales, utilizando su imagen como un símbolo de feminidad idealizada.

Retomando las palabras de Anne Higonnet con respecto a las representaciones de la mujer que hizo el cine clásico de Hollywood: “Hubo actrices, como Marilyn Monroe, que se convirtieron en íconos de la sexualidad en imágenes estereotipadas, fascinantes por los fantasmas que inspiraban”¹⁵. La palabra “estereotipadas” utilizada por la autora demuestra el importante concepto que se debe tener en cuenta para estudiar la imagen de Marilyn Monroe en los medios de comunicación, puesto que estos han sido transmisores de toda clase de estereotipos de género con respecto a la mujer. Este fenómeno ha suscitado, especialmente desde el campo del periodismo y las comunicaciones, una serie de estudios académicos que analizan lo que este concepto ha significado, la contribución de los medios para construir modelos femeninos y lo problemático

¹⁵ Anne Higonnet. “Mujeres, imágenes y representaciones”... 378. Las cursivas son mías

que ha sido en las reivindicaciones de la mujer a través de la historia del último siglo.

El concepto estereotipo es atribuido al intelectual estadounidense Walter Lippmann (1889-1974), quien utilizó por primera vez el concepto de “ideas estereotipadas” de las personas en su libro *La opinión pública* (1922) para hacer referencia a la homogeneidad a la hora de percibir el mundo y en las opiniones sobre los grupos sociales. Por lo tanto consideraba que la realidad era sumamente compleja para entenderla en su totalidad y por eso recurre a los llamados estereotipos.¹⁶ Según él, los estereotipos constituyen un modo de defensa y “una imagen ordenada y más o menos coherente del mundo, a la que nuestros hábitos, gustos, capacidades, consuelos y esperanzas se han adaptado por sí mismos”¹⁷. Asegurando que ningún estereotipo es neutral y son la fortaleza de nuestras tradiciones, desde los cuales podemos sentirnos a salvo en la posición que ocupemos en la sociedad.

El historiador británico Peter Burke parte de la idea que los estereotipos son creados desde la otredad entre las culturas y, es por esto que los especialistas en historia cultural se han interesado por *l'Autre*, cuyo interés coincide con la aparición de la preocupación por la identidad cultural y los encuentros culturales,

¹⁶ Esperanza Bosch y otros, *Historia de la misoginia*, (Palma de Mallorca: Anthropos Ediciones, 1999.) Citado en Pilar López Díez. “Representación, estereotipos y roles de género y roles de género en la programación infantil”. En *Infancia, televisión y género. Guía para la elaboración de contenidos no sexistas en programas infantiles de televisión*. eds. Mercedes Bengoechea, María José Díaz Aguado, Laia Falcón, Pilar López Díez y Ángeles Pérez, (Madrid: Iortve e Instituto de la mujer, 2005), 12.

¹⁷ Walter Lippmann, *La opinión pública*. (Cuadernos de Langre, 2003). 51. Disponible en internet: https://es.scribd.com/doc/245533060/La-Opinion-Publica-Walter-Lippmann#fullscreen&from_embed. Consultado el día septiembre 24 de 2017.

por ejemplo el multiculturalismo.¹⁸ Peter Burke denomina a los estereotipos y juicios de una cultura sobre otra como imágenes mentales, y para reconstruir tales imágenes, es realmente necesario el testimonio de las imágenes visuales, a pesar de los problemas de interpretación que puedan resultar; por eso en el momento de encuentro y contacto entre dos culturas distintas, las imágenes que hacen una de la otra son estereotipadas. Según Burke, el término “estereotipo” constituye un recordatorio eficaz de los vínculos existentes entre las imágenes visuales y las mentales, y aunque no puedan ser del todo falsos, a menudo exageran la realidad u omiten otros elementos.

Desde un estudio enfocado en las comunicaciones, el periodista y profesor español Juan Carlos Suárez Villegas afirma que los medios de comunicación reflejan sólo aquellas partes que les parece oportuno resaltar, siguiendo sus intereses sociales, económicos, y difundiendo a la vez una cultura que los hace sentir parte de su sociedad y no caer en un vacío existencial que los separaría del resto de los individuos de su sociedad.¹⁹ Define los estereotipos como el conjunto de ideas que una sociedad obtiene a partir de normas y patrones culturales que se establecen previamente; la acción de estereotipar es fijar de manera permanente un modelo preestablecido y que pertenece al imaginario colectivo, presentándose como una realidad objetiva e incuestionable.²⁰

¹⁸ Peter Burke, *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, (Barcelona: Crítica, 2005), 155.

¹⁹ Juan Carlos Suárez Villegas, “Estereotipos de la mujer en la comunicación”, *Mujeres en red. El periódico feminista*. (2007) 3. Disponible en internet: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1211>. Consultado el día 22 de septiembre de 2017.

²⁰ Juan Carlos Suárez Villegas, “Estereotipos de la mujer en la comunicación”... 6

Para Suárez, hay una serie de estereotipos muy comunes entre las mujeres que los medios masivos —incluyendo el cine—, han difundido con eficacia. Sin embargo, teniendo en cuenta las características representativas de la imagen de Marilyn Monroe y los guiones de la mayoría de películas que se le asignaban en sus primeros años como actriz, el estereotipo “mujer objeto” es uno de los más influyentes y que más la comprometen. Este estereotipo, es un modelo de mujer carente de personalidad e identidad, cuya característica más notable es la de un cuerpo al servicio de la satisfacción masculina²¹ El autor se basa en los estudios que surgieron a partir de los años setenta, década donde se marcó un hito por la observación de la presencia femenina en los medios de comunicación, cuya característica dominante fue la gran abundancia de imágenes estereotipadas y una excesiva exhibición del cuerpo femenino en los avisos publicitarios, pero siempre reflejando una representación de una mujer delicada y con escasa iniciativa. Es por eso que afirma que los medios de comunicación son instrumentos de *socialización*, pues cada medio obedece a una ideología propia y pretende crear y enseñar al público una realidad moldeada.

La teoría de la existencia de una función de socialización por parte de los medios de comunicación en la cultura actual, también ha sido estudiada por las psicólogas Ana Guil Bozal y Juana María Gila, quienes han trabajado el concepto de estereotipos a través de los medios de comunicación y el cine. Sobre este último, afirma que ha tenido una posición histórica privilegiada entre las masas, pues ha difundido y reflejado con suma facilidad una manera de entender las

²¹ Juan Carlos Suárez Villegas, “Estereotipos de la mujer en la comunicación”... 8.

relaciones existentes entre los hombres y las mujeres, contribuyendo a una socialización especial del género, y perpetuando a su vez la formación y mantenimiento de estereotipos especiales, a través de la creación de modelos que influyen en la identidad social femenina.²² Ana Guil Bozal y Juana Gila explican que la socialización en los medios de comunicación son todas aquellas formas que utiliza la sociedad para transmitir a los individuos las expectativas que tiene con respecto a su conducta, por eso este proceso hace una distinción diferencial entre mujeres y varones que provoca en ellas un sentimiento de culpa en momentos de cambio de roles o nuevas responsabilidades.²³ Según las autoras, los medios de comunicación masivos, entre ellos el cine, son conductores de información que se despliegan como un boomerang, la información que se publica, refleja lo que la comunidad espera de los distintos profesionales. Es en este punto donde las autoras cuestionan sobre el papel desempeñado por las mujeres en el cine, como reproductoras de estereotipos sociales o como sujetos que han afrontado su difícil situación histórica.²⁴

Partiendo de la base teórica relacionada con los conceptos de representaciones sociales y los estereotipos de género en los medios de comunicación, se hizo un acercamiento a la imagen de Marilyn Monroe en la revista CROMOS desde 1951, año en que se halló el primer registro sobre ella hasta 1962, año en que falleció, a través de un análisis cuantitativo y cualitativo, basado en el *Software para el Análisis del Tratamiento Periodístico de la*

²² Juana Gila; Ana Guil Bozal, "La mujer actual en los medios: estereotipos cinematográficos" *Comunicar*. No. 12, (1999), 89

²³ Juana Gila; Ana Guil Bozal, "La mujer actual en los medios... 90.

²⁴ Juana Gila; Ana Guil Bozal, "La mujer actual en los medios... 92.

Información, (SATPI)²⁵ con el ánimo de sistematizar y preservar la información con respecto a Marilyn Monroe desde su más temprana aparición, hasta el año en que falleció.

²⁵ Es un proyecto que nació en el año 2003, del grupo Comunicación, Periodismo y Sociedad, de la Universidad de Antioquia, cuyo investigador principal es el historiador Eduardo Domínguez Gómez.

MARCO METODOLÓGICO

Con base en las fuentes documentales usadas en las investigaciones de carácter social, la información que reposa en la prensa y revistas nacionales es de gran importancia para las investigaciones sobre los aspectos de vida y cultura de un país. Por lo tanto, el SATPI surgió como una iniciativa del grupo *Comunicación, Periodismo y Sociedad*, de la Universidad de Antioquia, cuyo objetivo primordial es el de apoyar trabajos investigativos que propicien la sistematización y aseguramiento de la información,²⁶ basándose en el método de análisis que estableció el francés Jacques Kayser (1900-1963), cuyo trabajo alcanzó gran notoriedad en Europa y América al plantear una metodología de análisis de la identidad de los diarios impresos enfocada en sus tipologías, sus estructuras de noticias y el peso de elementos gráficos, la distinción de los diferentes géneros periodísticos y sus funciones.²⁷

Esta metodología contiene distintos elementos de estudios posteriores que se encargaron de afinar la propuesta de Jacques Kayser, como los planteamientos del periodista español José Casasús (1944-), quien ha señalado que partiendo de las investigaciones sobre la prensa —los semanarios de información general, revistas de opinión y publicaciones especializadas (revistas ilustradas, de modas y fotonovelas)—, estas tienen la característica fundamental de ser exclusivas y no

²⁶ Eduardo Domínguez y otros, *Proyecto Software para Analizar el Tratamiento Periodístico de la Información SATPI*. (Medellín, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia, 2005,) 91.

²⁷ “Jacques Kayser”. Perfil biográfico y académico. InfoAmérica Observatorio de la libertad de prensa en América. Disponible en internet: <https://www.infoamerica.org/teoria/kayser1.htm>. Consultado el día 2 de octubre de 2017.

universales.²⁸ Esta característica la cumple a cabalidad la revista CROMOS, pues fue especializada en asuntos de actualidad miscelánea del acontecer nacional y de contenido exclusivo para mujeres tales como publicidad de temas de interés femenino, además de contener elementos institucionales de manera ocasional.

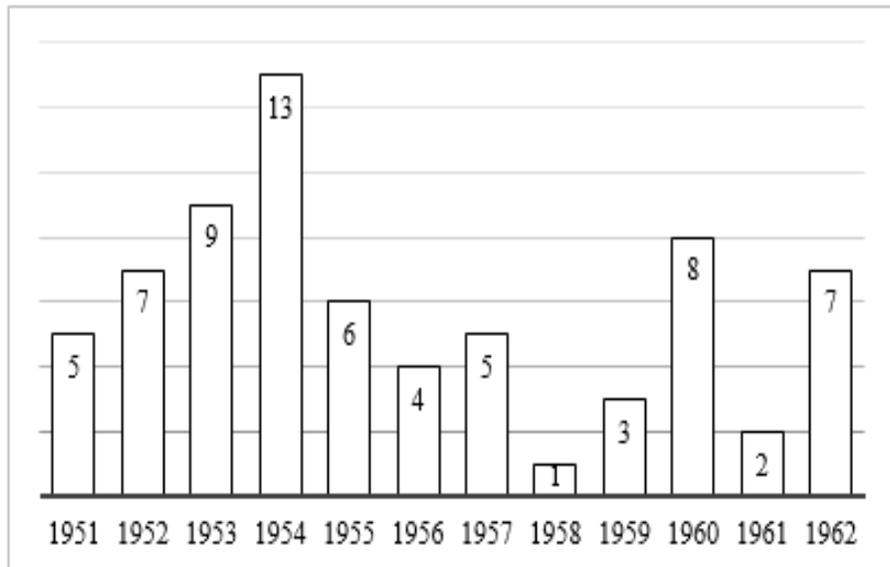
El SATPI está compuesto por cuatro unidades analíticas: 1. Información General: Identificación y Procedencia de la Fuente, 2. Puesta en Página: Morfograma y Diagramación, 3. Lectura de la Imagen y 4. Estudio del Texto Escrito. A partir de estas unidades, se procedió a seleccionar los elementos y categorías más apropiados para procesar la información de las Piezas Informativas (PI)²⁹ y lograr comparaciones, hallando a su vez las diferentes líneas temáticas que rodearon las publicaciones de Marilyn Monroe para el desarrollo de la investigación se eligieron tres unidades: la unidad uno, que se encarga de reconocer los datos en general de la Revista CROMOS, como la tendencia política, su periodicidad y su director. La unidad dos, enfocada en la presentación física y visual del periódico, y la unidad cuatro, tiene diversas categorías que permiten revelar aspectos de las PI que la simple observación no revela, tales como la distinción entre los diversos géneros periodísticos y literarios que conforman las distintas PI sobre la actriz, así como distintas figuras de pensamiento y tropos. Por último se procedió a realizar una base de datos en Microsoft Excel que muestra la importancia de las categorías, donde se clasificó la

²⁸ Josep María Casasús, *Ideología y análisis de medios de comunicación*, (Barcelona; Mitre, 1985), 87

²⁹ Las PI son aquellas unidades de análisis seleccionadas en la página de un periódico o revista en específico. Generalmente están compuestas por dos o más elementos: título y textos; título e ilustración; título, texto e ilustración, texto e ilustración. Debido a las múltiples unidades discursivas (artículos, publicidad, imágenes, avisos), el nombre genérico que recibirán serán Piezas informativas (PI).

información cuidadosamente, logrando detallar las características inherentes de la información.

La finalidad de este trabajo de investigación se concentró en estudiar y analizar la imagen histórico-periodística de Marilyn Monroe en la revista CROMOS, identificando los distintos tipos de información (imágenes y textos) en el período seleccionado, analizando el tratamiento de la imagen teniendo en cuenta los elementos propuestos por el SATPI, partiendo de un trabajo cuantitativo y cualitativo que implica el análisis de contenidos de los textos para estudiar los mensajes transmitidos, los estereotipos usados y la contribución de CROMOS en hacer de Marilyn Monroe una mujer-ícono en Colombia. Luego se procesó la información encontrada y se logró estudiar los elementos discursivos y visuales que componían cada una de las PI referentes a Marilyn Monroe en la revista. De esta manera la investigación estuvo orientada hacia un análisis del tratamiento de la información de las noticias que correspondían a la actriz, sus películas y los discursos que sobre ella tenía la revista. Por eso, bajo un cuidadoso rastreo de fuentes y partiendo de información bibliográfica sobre la filmografía de Marilyn Monroe, se hallaron 70 PI contenidas en la Revista CROMOS cuyos contenidos aludieron a ella directa o indirectamente desde su más temprana aparición en el semanario (1951), hasta 1962 cuando falleció.



Gráfica 1 Número de PI donde aparece Marilyn Monroe en CROMOS entre 1951 y 1962. Fuente: Elaboración propia

Inicialmente se procedió a la labor de búsqueda de las diferentes PI, a las cuales se les asignó un código especial determinado por el número de orden y la fecha de publicación. A partir de la lectura de estas PI y con base en los objetivos propuestos en el proyecto, se hizo una clasificación temática a partir de cuatro líneas de interés que la Revista CROMOS trató sobre Marilyn Monroe, los cuales se dividen en: 1. Cuerpo y belleza, 2. Vida íntima, 3. Actuación y 4. Estereotipos (mujer objeto), y son estas líneas temáticas las que se expondrán en los capítulos posteriores.

CAPÍTULO 1. LA REVISTA CROMOS Y MARILYN MONROE: PROLONGACIÓN DE ROLES FEMENINOS

Existe un tipo de mujer que sobresalió a través de distintos medios de comunicación y estuvo presente en la cultura de consumo de las primeras décadas del siglo XX, una mujer que no se destacó por sus logros académicos ni científicos, ni mucho menos laborales, sino por su reconocimiento en los medios sociales, esa fue la mujer-ícono. Una mujer que se determinó como una figura que representaba la belleza, el glamour y el prototipo de mujer ideal en muchas partes del mundo, exhibiendo juventud, belleza y moda.³⁰ La década de los cincuenta elevó a Norma Jean Baker, más conocida como Marilyn Monroe a apropiarse de tal calificativo, por encima de cualquier otra mujer-ícono de Hollywood o Europa. La Revista CROMOS fue partícipe en el caso colombiano, y la cantidad de páginas dedicadas a ella, más que a cualquier otra artista de la década, lo ha confirmado.

La **gráfica 1** indica el curso informativo que la revista CROMOS realizó sobre Marilyn Monroe desde su primera aparición en una portada de revista el 17 de febrero de 1951, hasta una corta PI conformada por texto e imagen publicada el 24 de diciembre de 1962, relacionada con su última sesión de fotografías. En la gráfica se observa un crecimiento acelerado en las publicaciones de las PI en el año de 1954 que poco a poco creció desde años anteriores, justo cuando a Marilyn Monroe se le asignaron guiones en papeles en películas de mayor

³⁰ María Carolina Cubillos Vergara, *Mujeres en el papel: Representaciones de la mujer en la prensa, 1960-1970*. (Medellín: IDEA Vol: 10, Medellín, 2015), 274

relevancia, a diferencia de años anteriores donde interpretó pequeños roles en películas de bajo presupuesto, consolidándose en 1953 su consagración artística y logrando un mayor reconocimiento en el cine en películas como *Niágara*, *Los caballeros las prefieren rubias* y *Cómo pescar un millonario*, las tres proyectadas en las salas de cine. Tan solo en un año, la revista CROMOS aceleró sus publicaciones periodísticas sobre ella y, por ende, los discursos concernientes a lo que ella representó.

Para estudiar la influencia de un semanario femenino tan importante en la historia periodística del siglo XX como lo ha sido la Revista CROMOS en Colombia, y la popularidad de la imagen internacional de una mujer-ícono como Marilyn Monroe, que progresivamente logró conquistar más y más páginas dentro de sus publicaciones, es importante ilustrar la condición general en que se encontraba la mujer de mitad de siglo XX en el país, para así comprender el surgimiento de representaciones e imágenes publicadas exclusivamente para las mujeres.

Los estudios culturales sobre la situación de la mujer de inicios del siglo XX indican una condición difusa y poco nítida con respecto a sus derechos, su evidente estado de sujeción frente al hombre y, sobre todo, su vaga autonomía en la toma de decisiones personales, dado que en Colombia, desde la Colonia su conducta siempre estuvo condicionada por impedimentos que la persuadieron a permanecer en contextos y posiciones sociales vinculadas al ámbito doméstico e matrimonio y la familia. Magdala Velásquez Toro, quien ha estudiado el caso de la mujer en Colombia de manera muy cercana, afirma que a través de la historia

colombiana, las relaciones civiles entre hombres y mujeres ha sido muy visible la subordinación de ellas frente a los roles de los hombres, especialmente en el círculo familiar, situación que obedeció a ideologías y las herencias culturales que la presionaron a estar siempre dispuesta a las condiciones de sus cónyuges desde el punto de vista económico y sexual.³¹ Esto se debió a la fuerte tradición católica heredada de la Colonia y de las condiciones legales que en Colombia se crearon especialmente desde la Regeneración, que por parte del Estado se le entregaron a la Iglesia diversos privilegios para controlar la vida civil de los ciudadanos que profesaran el catolicismo.³² De esta manera, los derechos económicos de las mujeres, especialmente de las pertenecientes a familias adineradas, también estuvieron supeditados a leyes patriarcales como el hecho que los bienes de alguna mujer heredera, inmediatamente pasaban a ser propiedad de su marido. Esta situación no cambió en gran parte del siglo XX, Magdala Velásquez señaló que a partir de la década de 1930 se llevaron a cabo intentos en el Congreso de la República y desde distintos colectivos de mujeres trabajadoras, por reconocer los derechos patrimoniales de la mujer casada y obrera, a pesar de la férrea oposición de los sectores políticos más tradicionalistas.³³ Sin ir más lejos, en el año de 1948

³¹ Magdala Velásquez Toro, "Condición jurídica y social de la mujer", En *Nueva Historia de Colombia. Educación y ciencia. Luchas de la mujer. Vida diaria*. V4. ed. Álvaro Tirado Mejía, (Bogotá: Planeta, 1989), 10.

³² Entre ellos el Concordato de 1887, que definió que el único matrimonio legal era el católico y ejecutado en el rito de Trento. Con esto, simultáneamente buscaba poner fin a los problemas entre Iglesia y Estado que se dieron especialmente en el gobierno de Tomás Cipriano de Mosquera. También una ley muy polémica fue la Ley 54 de 1924, conocida como la *Ley Concha*, que estableció que el matrimonio católico una vez ejecutado, automáticamente invalidaba el anterior matrimonio civil con otra persona. Para una información detallada, visitar: Fernán González González. "El concordato de 1887: los antecedentes, las negociaciones y el contenido del tratado con la Santa Sede". *Credencial Historia* No 41. (1993). Disponible en internet: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/mayo1993/mayo1.htm>. Consultado el día 08 de septiembre de 2017.

³³ Magdala Velásquez Toro, "Condición jurídica y social de la mujer"... 24

en Bogotá se reunió la XI Conferencia Internacional Americana, donde uno de sus temas por tratar era la aprobación del Estatuto Orgánico de la Comisión Interamericana de Mujeres, cuyo objetivo era velar por el reconocimiento de los derechos civiles, políticos, económicos de la mujer americana,³⁴ además de fomentar diversas iniciativas a favor de la mujer trabajadora. Sin embargo, a principios de la década de 1950, los avances alcanzados se vieron opacados por los sectores políticos más tradicionalistas liderados por el presidente electo Laureano Gómez junto con la Iglesia, que generaron un nuevo ambiente político de cristianización y moralización constante para evitar un eventual desorden moral y cultural.

Las circunstancias sociales y económicas de las mujeres colombianas responden en gran parte a una tendencia cultural internacional. El lento proceso del devenir histórico de la mujer occidental en la arena social, moral y económica en el siglo XX, ha sido explicado a partir de estudios enfocados en la historia cultural internacional. El historiador británico Eric Hobsbawm (1917-2012) planteó que desde mediados del siglo XIX, empezó a tener alguna notable relevancia el papel de la mujer en las relaciones y asuntos públicos, ya fuera por jugar un papel notorio en la sociedad o por estar en la vida pública. Sin embargo, representaba un porcentaje poco significativo comparado con el rol que los hombres ocuparon en la esfera de la influencia pública. Eric Hobsbawm señaló que en las postrimerías del siglo XIX y a inicios del siglo XX, tanto en Europa como en los Estados Unidos, se pudo observar un trato a las mujeres algo similar al de los

³⁴ Magdala Velásquez Toro y Catalina Reyes Cárdenas, "Proceso histórico y derechos de las mujeres, años 50 y 60", en *Las mujeres en la historia de Colombia*, (Bogotá: Norma, 1995), 234.

varones de la sociedad burguesa. Es decir, mujeres acaudaladas con la capacidad de lograr metas que se plantearan,³⁵ o que fueran capaces de llevar a cabo cualquier proyecto individual y de alcanzar los mismos logros que un hombre de su misma condición, especialmente en el campo de la literatura y la escritura, a pesar que para 1914 casi ningún gobierno había concedido el derecho al voto femenino. En otros términos fue la mujer burguesa y de clase media-alta, según Hobsbawm, la capacitada para ostentar nuevos títulos y beneplácitos, siempre y cuando conllevara a salvaguardar los valores artísticos y estéticos de la clase burguesa y mantuvieran dicha cultura dentro de la esfera doméstica.³⁶

En Colombia un destacado ejemplo de mujer que cumplió con estas características fue Soledad Acosta de Samper (1833-1913), una distinguida historiadora, periodista, novelista y cuentista, que escribió a lo largo de su vida múltiples obras literarias, tanto en el siglo XIX como el XX. Soledad Acosta, como esposa del político y escritor colombiano José María Samper, tuvo la oportunidad de viajar a Europa y de escribir ensayos históricos con las tradicionales pautas decimonónicas basadas en la construcción de la nación. De igual forma escribió para varios periódicos y círculos culturales elitistas de Bogotá, entre ellos *El Mosaico*, agrupación literaria conformada por diversos miembros liberales y masones, donde la mayor parte de su trabajo se concentraba en reseñar libros de

³⁵ Eric Hobsbawm, *Un tiempo de rupturas. Sociedad y cultura en el siglo XX*. (Barcelona: Crítica, 2013) 101.

³⁶ Eric Hobsbawm, *Un tiempo de rupturas...* 110

música, la moda y los relatos de viajeros y tertulias académicas, logrando en el país un notable prestigio en sus publicaciones culturales.³⁷

No obstante, el papel desempeñado por la mujer occidental a pesar de sus aislados casos de mujeres notables, incluyendo la mujer colombiana, —hablando especialmente de aquella que pudo disfrutar de privilegios económicos y hacer parte de élites o círculos burgueses u obtener alguna eventual participación en espacios académicos—, siempre estuvo sujeta a los designios y propósitos del hombre, designios procedentes de herencias ideológicas y culturales relacionadas con nociones vinculadas a representaciones simbólicas que sembraron la desconfianza hacia las mujeres. Desde siglos atrás, los líderes de la Iglesia Católica defendieron la existencia de jerarquías claras dentro del matrimonio, comparando la imagen de Cristo como la cabeza de la Iglesia, con la imagen del hombre como jefe de la familia y cabeza de la mujer, quien debía obedecerlo, constituyendo así “leyes naturales” basados en leyes divinas escritas en la Biblia.³⁸

Con frecuencia las capacidades sociales y académicas femeninas no fueron totalmente confiables ni mucho menos apreciadas debidamente. De hecho, fueron opacadas por las representaciones históricas que recayeron sobre ellas. Si en algunas etapas de la historia fue venerada su imagen tal como ocurrió en el Renacimiento, se debió a la contemplación de diversos valores artísticos, estéticos y románticos, pero sin darle demasiada significación a los intentos de los

³⁷ Andrés Gordillo Restrepo, "El Mosaico (1858-1872): nacionalismo, élites y cultura en la segunda mitad del siglo XIX", *Fronteras de la Historia* No 8, (2003), 29.

³⁸ María Carolina Cubillos Vergara, *Mujeres en el papel...* 136

esporádicos casos de mujeres con distinciones superiores de otros hombres y mujeres de la época.

Para entender el porqué de una profunda adulación a diversos íconos de la belleza en el siglo XX, es oportuno considerar el proceso de lucha por el reconocimiento que la mujer atravesó a lo largo de la historia. Gilles Lipovetsky explica el abrupto camino de las mujeres para su aprobación, traspasado por diversas representaciones que las sumieron en profundos estereotipos culturales. Desde la antigüedad, el dominio social del hombre sobre la mujer ha ido de la mano con el principio de diferenciación, donde las actividades desarrolladas por el varón son más valoradas que las ejercidas por la mujer, a quien se le atribuyó el principio de la maternidad exclusivamente.³⁹

Lipovetsky estudió la posición de la mujer en las distintas etapas históricas, encontrando en cada una de estas un elemento en común a pesar de sus logros reivindicativos: un invariable sometimiento frente al hombre y una precaución del hombre con respecto a la mujer, pues desde los mitos antiguos y el Génesis, siempre se destacó la figura de ella como una representación de maldad asociada a la incitación al pecado, es decir, una *mujer depreciada*. A partir de la Baja Edad Media y durante todo la Ilustración, surgió un modelo de mujer del cual se vio despojada de los numerosos oprobios y agravios que durante más de un milenio llevó consigo, y se dio el paso a una *mujer exaltada*, pues se le alababa y se le admiraba. En el siglo XIX se sacralizó a la esposa-madre-educadora,⁴⁰ pero con

³⁹ Gilles Lipovetsky, *La tercera mujer...* 214

⁴⁰ Gilles Lipovetsky, *La tercera mujer...* 216

todo y sus exaltaciones al *bello sexo*, la subordinación de ella ante el hombre no se altera, por el contrario, siguió intacta la idea del ámbito doméstico y maternal exclusivo para ellas. Con el auge de las democracias occidentales, la dependencia de la mujer frente al hombre ya no es un elemento que rige sobre ella, dado que en el siglo XX aparecieron una serie logros: derechos laborales, derecho al voto, control de procreación y uno más importante, control de su sexualidad, es decir, una mujer que se gobierna a sí misma. Sin embargo, el otro elemento importante de esta tercera mujer, es que la desaparición de las desigualdades entre los varones y las mujeres no se logró percibir aún, y muchas de las estructuras de la cultura occidental se mantuvieron concibiendo una mujer *indeterminada*.⁴¹ Tanto en Estados Unidos como en Colombia, se puede observar a través de los estudios sociológicos e históricos, que las estructuras familiares y culturales aún continuaron aprisionadas por ideologías y mentalidades centenarias. El cristianismo y las costumbres tradicionales continuaron siendo una herramienta poderosa de prolongación del orden cultural tradicional, y desde el campo de los medios de comunicación modernos, como el cine, la radio, las películas y las revistas para mujeres, se siguió transmitiendo mensajes y representaciones de mujeres idealizadas por el hombre y para el hombre, de sujeción y siempre disposición para la vida familiar y el hogar.

En la década de 1950, aunque se generaron cambios en las relaciones entre hombres y mujeres, ellas asumieron con mayor responsabilidad sus labores como

⁴¹ Gilles Lipovetsky, *La tercera mujer...* 218

trabajadoras y asalariadas,⁴² y también debieron centrar su atención en los asuntos del hogar. Resultó así una insólita función que muchas de ellas se vieron comprometidas a cumplir: por un lado la conservación de sus empleos en el sector productivo y, por otro, el cuidado de su familia y el hogar, generando así cuestionamientos y debates sobre el estatus de la mujer y su capacidad de autonomía, en medio de un sistema ancestral de carácter cristiano y patriarcal, que no vio con buenos ojos el hecho que la mujer pudiera ejercer actividades que tradicionalmente fueron ocupación del hombre, y que le dedicaran menos tiempo al hogar.

En medio de esta situación socioeconómica en que se encontraron cientos de mujeres asalariadas, la Revista CROMOS adoptó una estrategia de versatilidad para atraer más a sus lectoras, pues al obtener nuevos ingresos, las nuevas trabajadoras podrían a su vez adquirir los semanarios que se caracterizaron por ser de exclusividad de mujeres de condiciones socioeconómicas más privilegiadas. Por esto incluyó elementos publicitarios y literarios con diversas intenciones: por un lado la exhibición de bellas modelos del país como las reinas del Concurso Nacional de Belleza, y las actrices y modelos extranjeras (casi todas norteamericanas), que reflejaban una inquietante libertad sexual y de moda. Por otro lado, promovió elementos tradicionales de una mujer atenta a sus hijos y esposos, como los constantes consejos de maquillaje, tutoriales para vestir ropa elegante y de moda, y por supuesto recetas de cocina cuyas publicidades siempre inculcaron a la mujer la idea de tener una atención cercana a la familia, y no

⁴² María Carolina Cubillos Vergara, *Mujeres en el papel...* 49

olvidar este elemento vital del orden tradicional familiar: la mujer en la esfera doméstica preferiblemente.

CROMOS se caracterizó por ser un semanario con una tendencia pluralista y variada a diferencia de otras revistas del país y cercana a la defensa de las ideas liberales, abierta a informar sobre las nuevas tendencias de la moda a promover los modelos de belleza las atractivas modelos y actrices de Hollywood, que no ocultaban los cuerpos descubiertos. Sin embargo, la tradición cristiana siguió teniendo alguna influencia y es por esto que a revista CROMOS publicó en los primeros años de la década de 1950 escritos y artículos tutoriales de moda y consejos para una buena educación indumentaria, incluyendo la moda infantil que muchos autores de origen extranjero promocionaron en sus páginas. Entre los más destacados estaban las columnas de Dorothy Lamour, cronista de modas que escribió semanalmente artículos para mujer, con un contenido enfocado en las nuevas tendencias de moda del momento y a su vez conservando la esencia de la elegancia femenina, incentivando a las madres a educar a sus hijas mujeres en el buen vestir. Entre sus consejos estaban:

La madre debe llevar a las chiquillas de compras cada mes: debe llevarla a las mejores tiendas, para que vea la ropa más atractiva que está de moda, tanto para la niña como para la jovencita y para la mujer de mayor edad. La madre debe tener cuidado de que en esas ocasiones la chiquilla vaya bien presentada, a fin de que pueda ver su imagen con frecuencia en los grandes espejos de las tiendas de modas y vaya cobrando gusto por su aspecto atractivo de damita. Durante esos recorridos de compras, la madre debe poner de relieve en su conversación con la hija las características que distinguen la buena ropa.⁴³

⁴³ Dorothy Lamour, "Pierde mucho la que es poco femenina", *Cromos*. Vol. 75 No. 1870 (1953): 17

En varios de sus artículos, Dorothy Lamour hablaba del estilo de indumentaria de moda en los hogares norteamericanos y que se deberían tener en cuenta en Colombia. Asimismo recomendó cómo lucirlos correctamente y cómo educar a las niñas en el buen vestir, ejemplificando con imágenes de actrices de Hollywood, incluyendo a Marilyn Monroe. A través de sus columnas, expuso constantemente la posición tradicional que propuso Juan Jacobo Rousseau en el área de la educación occidental.⁴⁴ Bajo las ideas tradicionalistas en materia educativa, varios de los artículos en CROMOS fueron apoyados con la presencia de fotografías de Marilyn Monroe, generando una mejor contemplación de la idea que la casa editorial pretendió transmitir y representar a través de una mujer-ícono que desplegó belleza y glamour en sus páginas.

La Revista CROMOS y las mujeres de las principales ciudades de Colombia históricamente han tenido una estrecha relación en la construcción de modelos y roles específicos en sus vidas, dado que los rostros de las personalidades colombianas e internacionales más influyentes no han sido retratadas y graficadas en Colombia de la manera como lo ha hecho el periodismo gráfico CROMOS, cuyo mercado principal siempre estuvo orientado a la mujer capitalina y de las localidades de difusión en el país que tuvieron mayor contacto con la capital, como Medellín, Cali, Cartagena, Barranquilla, Santa Marta, Popayán, Ibagué, Neiva y

⁴⁴ Juan Jacobo Rousseau, *Emilio o de la educación*, (México: Editorial Porrúa, 2002), 374. Su escrito *Emilio o de la Educación* ha sido en materia filosófica un influyente tratado que pone de manifiesto la relación entre el individuo y la sociedad en el mundo occidental, proponiendo un modelo de educación diferencial entre hombres y mujeres que fue adoptado por las naciones europeas y americanas. Con respecto a la educación de las mujeres, según él, de manera retórica, las niñas, prácticamente desde que nacen gustan de andar bien vestidas, y para ello siempre se les debe justificar claramente las tareas que se les impongan, para evitar en ellas la ociosidad y la indocilidad

Bucaramanga, lo que significó que muchos rincones del país se enteraran de los eventos acaecidos en la capital y por fuera de Colombia,⁴⁵ creando finos lazos entre la publicidad comercial que la revista ofrecía junto con sus modelos femeninos, y las mujeres lectoras que adquirirían la revista para estar al tanto de las últimas tendencias de la moda y las pautas de belleza que la revista presentaba en sus páginas. Igualmente numerosas portadas con fotografías de figuras nacionales y de las divas del cine de Hollywood fueron una constante en la trayectoria de las primeras décadas de la revista, logrando definir el estándar del contenido gráfico que merecía ser exhibido en un medio de comunicación como el de las revistas femeninas colombianas, siendo CROMOS un atractivo novedoso para la mujer citadina. La revista promocionó productos cosméticos y consejos de moda, pero más allá de estos aspectos, también se encargó de mostrar un modelo de mujer atractiva que en Estados Unidos se popularizaba de manera arrolladora a través del cine y las revistas femeninas

Marilyn Monroe, como mujer-ícono de belleza y símbolo sexual occidental de gran relevancia, no estuvo exenta en los contenidos que la revista transmitió en abundantes números de sus publicaciones durante la década de 1950. Su aparición más temprana e inaugural se ubicó en 1951 y se prolongó hasta el 5 de agosto de 1962, día de muerte de la diva. Portadas de revistas, reseñas de las películas en que participó y su vida íntima, directamente contribuyeron a reforzar diversos conceptos que recayeron sobre la mujer colombiana de mitad de siglo a partir de la imagen de Marilyn Monroe y de los estereotipos que ella representaba,

⁴⁵ Luz Análida Aguirre Restrepo, *Cromos revista semanal ilustrada y la crítica de arte en Colombia, 1916-1936*, (Tesis de maestría en Historia del Arte, Universidad de Antioquia, 2004), 12

ocupando así un número significativo de información y además de una considerable cantidad de publicaciones sobre su vida, sus relaciones públicas y su influencia en los medios de comunicación como el cine y la televisión. De esta forma a través de sus páginas, consiguió el reconocimiento por parte de las mujeres de las ciudades colombianas que tuvieron la capacidad de adquirir esta revista y aprobar los nuevos modelos femeninos impuestos por la moda y el cine norteamericano.



Ilustración 1. Fotografía de Marilyn Monroe con el presidente de Indonesia, Sukarno. En *Cromos*, Bogotá. Junio, 25, 1956. p. 12



Ilustración 2. Fotografía de Marilyn Monroe con la Reina Isabel II de Inglaterra. En *Cromos*, Bogotá. Diciembre, 10, 1956. p. 33

Ahora, para lograr entender el porqué de un ejercicio analítico de esta categoría académica y la importancia del trabajo conjunto de la Revista CROMOS y la diva del cine estadounidense Marilyn Monroe en la construcción de roles culturales femeninos en particular, es necesario comprender que las publicaciones de CROMOS en la década de 1950 derivaron y emanaron de dos importantes procesos históricos que llevaron al semanario a situarse como un notorio impreso de difusión nacional apetecido por las mujeres colombianas: un proceso extranjero y otro proceso de carácter nacional, que influyeron en la divulgación de figuras y modelos femeninos icónicos que la mujer apreció constantemente y le avivaron el compromiso de adoptar para sus vidas, al adquirir la revista e informarse sobre los temas de actualidad que le interesaban a las

mujeres. Esos dos procesos fueron el proceso de la hegemonía económica y cultural norteamericana que crecía estrepitosamente, y el desarrollo de la modernidad en Colombia como resultado de un proceso similar al de muchos casos en Latinoamérica.

1.1 Producto de la hegemonía económica y cultural norteamericana

La economía estadounidense, históricamente de una fuerte tradición de libre mercado, sostenida a través de un modelo mixto de predominio capitalista⁴⁶ y con un importante crecimiento mundial, logró posicionar sus productos y servicios en toda América. Sin embargo, con el surgimiento de la Rusia Soviética como nueva potencia militar que buscó expandirse por el mundo, se estableció un conflicto mundial de carácter cultural y político denominado Guerra Fría, que enfrentó entre sí dos grandes fuerzas militares: la OTAN y el Pacto de Varsovia, capitalismo contra comunismo, economía de libre mercado contra economía estatal planificada, una colisión ideológica de grandes magnitudes que además de defender modelos económicos en particular, a su vez trajeron consigo representaciones idealizadas de las conductas humanas, que implicó llevar a Estados Unidos a un costoso rearme militar, para contener la expansión comunista. Sindicatos, iglesias y organizaciones cívicas fueron las amenazas internas tanto reales como imaginarias que el gobierno norteamericano consideró que fomentaban la expansión del comunismo en el país.⁴⁷

⁴⁶ Excepto en los años del New Deal donde hubo una fuerte intervención de economía planificada estatal.

⁴⁷ Josep Fontana, *El siglo de la revolución. Una historia del mundo desde 1914*. (Barcelona: Crítica, 2017), 297

El temor a una amenaza de expansión comunista por todo el mundo alentó a los Estados Unidos a considerar a Latinoamérica un punto estratégico para defender su política exterior y su ideología de libre mercado. Fue así que Colombia estuvo durante toda la Guerra Fría bajo la extensa sombra norteamericana, tanto política como culturalmente, con especial importancia a partir del Tratado Urrutia-Thompson (1914) donde las relaciones entre Colombia y Estados Unidos progresaron notablemente y se fijó una longeva política de relaciones exteriores denominada *respicepolum*, doctrina política y cultural que orientaba las relaciones políticas exteriores colombianas hacia los Estados Unidos y solidificaba sus relaciones entre sí.⁴⁸ Así, la influencia económica norteamericana se consolidó más allá de sus fronteras y el Estado colombiano se orientó hacia el modelo estadounidense, hablando en términos financieros estrictamente.⁴⁹ Incluso en 1950, año en que fue electo, a pesar de su reticencia hacia la política exterior norteamericana, el presidente colombiano Laureano Gómez mantuvo relaciones cordiales con Estados Unidos, con quien pactó una alianza con el fin de contener la expansión comunista en el mundo, contribuyendo directamente en la lucha contra esta ideología a través de la Guerra de Corea.⁵⁰

De esta forma se determinó cómo a partir del escenario extranjero, estrictamente el estadounidense, hay dos elementos importantes transversales

⁴⁸ Cesar Augusto Bermúdez Torres, "La doctrina *respicepolum* ("Mirar hacia el norte") en la práctica de las relaciones internacionales de Colombia durante el siglo XX", *Memorias* N°12 (2010), disponible en internet:

<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/memorias/article/viewArticle/721/5142/>. Consultado el día 21 de septiembre de 2017.

⁴⁹ Gerhard Drekonja, "El diferendo entre Colombia y Nicaragua", En *Retos de la política exterior colombiana. Foro Internacional* Vol: 23 (1982): 138

⁵⁰ César Augusto Bermúdez Torres, "Inserción de Colombia en las relaciones internacionales, en el contexto de la segunda postguerra mundial", *Civilizar* Vol: 10 No. 19 (2010): 144.

para analizar la influencia estadounidense y la presencia de la imagen de un ícono de belleza norteamericana como Marilyn Monroe en la Revista CROMOS: por un lado su fuerte política exterior junto con su revolución socioeconómica desde el siglo XIX, promovida por la industrialización, la dinamización de los sectores primario, secundario y terciario de producción, y el crecimiento de consumo, que se extendió por muchos países europeos y conquistó nuevos mercados nacionales. Por esto, la modernización estadounidense se convirtió en un hecho irrefutable, junto con su republicanismo, su democracia y su fuerte tendencia al individualismo.⁵¹ El ambiente de innovación constante y los métodos científicos industriales elevaron un alto nivel de consumismo que se intensificó en la década de 1950 a través de una intensa publicidad de productos y servicios de todo tipo, muchos de estos dirigidos a la mujer, por medio de agencias publicitarias especializadas que tuvieron la capacidad de posicionarse en las mentes de las consumidoras. Por otro lado, y no menos influyente estaba el cine norteamericano, que se transformó en un potente sector económico en Estados Unidos, y que tuvo el poder de influir, por medio de sus imágenes de fantasía en diversos comportamientos sociales en el país donde se proyectaban las películas.⁵² Las salas de cine hicieron parte del mundo cultural estadounidense, a las que asistieron masivamente tanto hombres como mujeres, jóvenes y adultos, construyendo así diversas imágenes que generaban intereses y comportamientos que indujeron a la mujer no solo a imitar las llamativas figuras femeninas que el cine representaba, sino también a replicarlas en la vida real.

⁵¹ Antonio Niño, *La americanización de España*, (Madrid: Catarata, 2012), 9

⁵² Antonio Niño, *La americanización de España...* 192

Para María del Socorro Suárez, Marilyn Monroe representó lo que Hollywood quiso hacer de las mujeres: que prometieran placeres, que fueran blancas y rubias en la mayor medida posible. Marilyn fue el producto de la expansión económica estadounidense, que la despersonalizó, tanto a ella como a las mujeres de América.⁵³ Fue entre 1920 y 1960, pero especialmente en las décadas de 1930 y 1940, que Hollywood produjo un tipo de películas cuyo mercado principal eran las mujeres, denominadas “películas de mujer”, donde a pesar que sus protagonistas principales eran mujeres, desempeñaron papeles de quietud y poca acción con respecto a los hombres,⁵⁴ acogiéndose a las representaciones clásicas sobre *mujeres objeto* que el cine clásico conservó, para continuar generando placer a los ojos masculinos.

El pasatiempo femenino de ir y visitar una sala de cine ha sido estudiado cuidadosamente desde distintos ámbitos. Hay académicos que parten de la idea que el cine ha sido un punto de reunión especial para las mujeres en las primeras décadas del siglo XX, porque a diferencia de otros lugares públicos podían acudir allí para entretenerse sin provocar habladurías.⁵⁵ El aprovechamiento del auge de películas musicales, un género notablemente apetecido por las mujeres fue bastante exitoso, pues en su época dorada (los años cuarenta y cincuenta) tuvo un notable triunfo por la acogida femenina, dado que sus actores generaban un

⁵³ María Socorro Suárez Lafuente, “Marilyn Monroe. Máscaras y miradas”, En *Diosas del celuloide: arquetipos de género en el cine clásico*. Edit. Carmen Rodríguez Fernández. (Madrid: Jaguar, 2006), 342-343. Esta *despersonalización* que refiere la autora, se explicará en el capítulo 5 *Estereotipos: la mujer objeto*, en el que se estudiará con detalle los estereotipos de género a partir del cine y los medios de comunicación, de los cuales Marilyn Monroe fue portadora de algunos de éstos que se han conservado por mucho tiempo en la cultura occidental hasta el día presente.

⁵⁴ Anne Higonnet, “Mujeres, imágenes y representaciones”... 378

⁵⁵ Pierre Sorlin, “Formas de ir al cine en la Europa oriental en 1950”, En *Por el precio de una entrada. Estudios sobre historia social del cine*. Eds. Julio Montero y José Cabeza. (Madrid: Rialp, 2005), 96

espíritu de entusiasmo y energía, el cual evolucionó en los años cincuenta cuando el baile y el canto se hicieron más fluidos en las pantallas.⁵⁶

El cine musical estadounidense de estos años incluyó elementos eficaces de transmisión de comportamientos sociales, como el constante cortejo entre un hombre y una mujer, siendo prácticamente este comportamiento el hilo conductor del guion de las películas de este género, desde el principio hasta el final, así, incorporó elementos utópicos e idealizados de características muy norteamericanas, como por ejemplo la construcción de una típica pareja blanca y heterosexual, que claramente transmite consigo un contenido simbólico que hicieron apología a la conservación de familias tradicionales.⁵⁷ El cine musical logró generar significados cargados de conceptos conservadores y tradicionalistas sobre la mujer, devolviéndole su rol ligado al hogar que en tan *peligrosa* situación habría de quedar por los tiempos de crisis en vista de su incursión en los medios laborales en los años de la Segunda Guerra Mundial.

El frenético ambiente consumista de la época estimuló el acceso a la indumentaria y productos de moda que el mercado ofrecía a través de las revistas para mujeres, incluyendo a CROMOS. Es decir, desde los sectores económicos extranjeros y los grandes medios de comunicación se evidenció la superioridad expansionista norteamericana, puesto que en los Estados Unidos se monopolizó

⁵⁶ María del Carmen Cánovas Ortega, "Representaciones femeninas a través del cine musical hollywoodiense en la España de los años 50." *Dossiers feministes* No 20, (2015), 160

⁵⁷ María del Carmen Cánovas Ortega, "Representaciones femeninas... 161

el mercado internacional del cine⁵⁸ simbolizando uno de los componentes de la independencia económica y social que ostentó desde la Primera Guerra Mundial.

El triunfo del cine clásico estadounidense en la sociedad colombiana se transformó en una eficaz herramienta de influencia social, especialmente a través de las películas femeninas y los filmes de género musical que tuvieron éxito entre las mujeres. En Colombia, tuvo una amplia acogida, a pesar de las trabas impuestas por los sectores más católicos colombianos, que quisieron ejecutar medidas de censura promovidas desde el Vaticano a través de la Encíclica *Vigilante Cura* del papa Pío XI, que pretendió un control más audaz de los medios de comunicación y entablar una lucha contra el cine inmoral, para vigilar y controlar los medios de comunicación a nivel mundial y evitar que el cine inmoral atentara contra la familia y las tradiciones cristianas. Incluso, desde 1936 en plena República liberal, la Acción Católica Colombiana, o simplemente la *Liga de la Decencia* creada a finales de 1933, siguiendo las pautas internacionales⁵⁹ arremetió a través de medios de comunicación como la prensa, para pretender censurar las películas proyectadas en Colombia que se consideraban inmorales, y evitar la corrupción de las costumbres y la desaparición de las tradiciones, ya que consideraban inmoral todo lo que fuera en contra de los principios cristianos.⁶⁰

⁵⁸ Eric Hobsbawm, *Historia del siglo xx, 1914-1991*, (Barcelona: Crítica, 1994), 107

⁵⁹ Precisamente se hace referencia al Código Hays, que constituyó una manera de censura creada en Estados Unidos vigente entre 1934 y 1967, para aminorar todas aquellas acciones del cine que atentaran contra la moral y el recato. Incluso la película *Some like it hot* (1959), donde participó Marilyn Monroe junto con Tony Curtis y Jack Lemmon, fue objeto de censura por algunas escenas donde el traje de lentes que Marilyn lucía, era demasiado transparente, obligándole a incluir más lentes.

⁶⁰ Sergio Armando Cáceres Mateus, "El Cine moral y la censura, un medio empleado por la Acción Católica Colombiana 1934–1942", *Anuario de Historia Regional y de las Fronteras*, Vol: 16 (2011): 199

Aun así, el cine como fenómeno de la influencia cultural norteamericana no se vio eclipsado por cualquier iniciativa de censura en Colombia; por lo contrario, fue tomando cada vez más fuerza. Por ejemplo en Bogotá, a mitad de siglo, era toda una odisea lograr conseguir una entrada durante las primeras funciones de una película en el teatro Metro Teusaquillo,⁶¹ ícono de cine de barrio en la ciudad donde proyectaban películas de la Metro Goldwyn Mayer.

Si bien en la década de 1950 la mujer dio unos cuantos tímidos pasos por la defensa de sus derechos laborales y su autonomía en el campo laboral y social, Colombia aún estaba bajo la intensa sombra de la influencia católica y por supuesto norteamericana, que constantemente planteaban a través de los medios, modelos de mujeres sumisas y sujetas al entorno doméstico y, sobre todo, dispuestas a ser objetos ornamentales.

La década de 1950 se caracterizó por un ambiente internacional excesivamente tensionante entre dos modelos culturales incompatibles y de mentalidades opuestas, el eje capitalismo-socialismo, y el de individualismo-colectivismo. Las ideologías en cuestión fueron, como cualquier otra, el producto de las mentalidades provenientes de valores construidos milenariamente y promovidos por guías específicas que justifican la moral, la justicia, la bondad y entre ellos la belleza, fundando consigo un enfrentamiento de posturas, basadas evidentemente en parámetros que establecen lo que está bien o mal de acuerdo a

⁶¹ “Agoniza el teatro Metro Teusaquillo, otro ícono del cine de barrio en Bogotá”, *El Tiempo*, 12 de enero de 2008. Disponible en internet: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3918391>. Consultado el día 3 de octubre de 2017.

sus premisas.⁶² El ambiente de hostilidad que surgió en la Guerra Fría llevó consigo una carga de representaciones que respondieron a las ideologías respectivas, en la Rusia Soviética se remodelaron muy diversas formas de feminidad que obedecieron a sustentos ideológicos socialistas basados en el deber cívico y la responsabilidad colectiva, mientras que en el otro extremo representado por Norteamérica, el cual Colombia respaldó, fijó un modelo de mujer doméstica, maternal y ante todo consumidora.⁶³ Las mujeres colombianas encontraron en la Revista CROMOS un abanico de productos e indumentaria relacionados con el mundo de la moda que estaban en auge y que el mercado ofrecía como productos de maquillaje, consejos de belleza, recetas de comida, aparatos electrodomésticos dirigidos a la mujer ama de casa, esposa y madres.

La actividad industrial de la década de los años treinta logró incrementarse aún más, y a pesar del desempleo generalizado del periodo de entreguerras y de las diversas crisis políticas de las naciones europeas que tuvieron como consecuencia el surgimiento de los regímenes políticos con ideologías totalitarias y ultranacionalistas (la Alemania Nazi, la Rusia Soviética y la Italia Fascista), el sector del entretenimiento y de los medios de comunicación de las masas no dejaron de estar a la vanguardia, y así es, como triunfó notablemente en el mundo anglosajón,⁶⁴ logrando una destacada influencia sobre las masas, dado que más allá de informar sobre los tensionantes y complicados acontecimientos políticos del momento, también fueron instrumentos de comunicación de ideas y por

⁶² Eduardo Domínguez Gómez, "Las Ideologías políticas". En *Proyecto Ágora. Historia de las ideologías políticas*. Facultad de comunicación Universidad de Antioquia. Disponible en: <http://terranova.udea.edu.co/agora/>.

⁶³ Anne Higonnet, "Mujeres, imágenes y representaciones"... 378

⁶⁴ Eric Hobsbawm, *Historia del siglo xx. 1914-1991...* 109.

supuesto de estereotipos, que se reprodujeron en otros lugares del continente. De esta manera, siendo bastante populares estos instrumentos de distracción y diversión en los Estados Unidos, fueron a su vez el modo más usual de entretenimiento de la década en los hogares norteamericanos y, por ende, en sus destinos de influencia más directa: los países de América Latina.



Ilustración 3. Publicidad de la General Electric dirigida a las amas de casa. En *Cromos*, Bogotá. Octubre 18, 1954. No. 1956, p. 5

1.2 La modernidad en Colombia

El sociólogo e historiador Renán Silva afirma que durante los periodos liberales en Colombia (1930-1946), los intentos de las mayorías populares en participar de las distintas maneras y formas mínimas de cultura intelectual y de civilización material, fueron parte del esfuerzo de construcción de la Nación,⁶⁵ que buscaba promover y ampliar la ciudadanía en la participación e integración nacional. Esto respondió, en gran medida, a la actividad desempeñada por la prensa que buscó combatir el analfabetismo y renovar los valores de la democracia que se popularizaban cada vez más en Estados Unidos y Europa y que se pretendió compartir en Colombia, construyendo nuevas formas de opinión, debate y diálogo entre las distintas ideologías.⁶⁶

En Europa, las revistas ilustradas fueron desde la segunda mitad del siglo XIX y las primeras tres décadas del XX, un espejo del mundo para difundir los hechos del momento, y aunque en Colombia la producción de revistas gráficas no fue tan intensa como en otros países, se tiene evidencia histórica de publicaciones periodísticas que han transmitido ideas y noticias a través de ilustraciones,⁶⁷ permitiéndole a sus lectores apreciar mejor las noticias del momento por medio imágenes.

⁶⁵ Renán Silva, "Libros, lecturas y lectores durante la República Liberal", en Silva Renán, *República Liberal, intelectuales y cultura popular*, (Medellín; La Carreta Histórica, 2005), 64

⁶⁶ Laura Botero Arango, "Una aguja y una llama: Letras y Encajes para la señora de la casa. Discursos y representaciones de la sociedad antioqueña en los editoriales de la revista, Medellín, 1926-1957" (Tesis de maestría en comunicaciones, Universidad de Antioquia), 216

⁶⁷ Clara María González Jaramillo, *Mujeres de revista...* 58

Para hablar de la modernidad en Colombia es fundamental examinar las condiciones de la prensa moderna en América Latina, de esta forma se facilitó la comprensión de los diversos caminos de la modernidad en la región, que siempre estuvieron acompañados por el fenómeno de la identidad nacional y las intenciones de ajustarse a la denominada economía-mundo, que se hizo cada vez más inevitable desde las postrimerías del siglo XIX, pero que tuvo características desproporcionales y en grados distintos dependiendo de las condiciones sociales, geográficas y económicas de cada país, y del impacto de las nuevas tecnologías producto de la modernización de Europa y los Estados Unidos.

Marilyn Monroe
discovers the world's most glamorous
make-up... from the
WESTMORES of HOLLYWOOD

The ones share the stardom of the world's
greatest beauty experts, the ones who make
the stars most beautiful: Paul Fixmore, the
boss of Hollywood make-up artists; Sally
Fixmore, Makeup Director, Paramount
Studios; Frank Fixmore, Senior Holly-
wood make-up artist; Bud Fixmore, Make-
up Director, Universal Studios.

The world's most glamorous stars asked for
it... an instant-to-apply, longer-lasting make-
up that would give them the same complexion
glamour on the street that they have in cham-
pagne on the screen!

And the Westmores gave it to them... Invi-
sible liquid TRU-GLO! A make-up that liter-
ally flows on your cheek.

You just dot it on, blend evenly with your
fingertips, and put off excess with a tissue.
Protect! Your complexion takes on a lustrous
freedom—a pearl-sulfur—that lasts all day!

Tru-Glo hides unattractive lines and imperfec-
tions...draws a sheer veil of color over blem-
ishes... gives you a truly poreless look! Even
more important, it imparts a radiant natural
glow that brings out your true beauty!

And...satisfies Tru-Glo never streaks. Never
leaves a "mask" look. Not greasy or drying.
The world's most glamorous make-up, magical
Tru-Glo gives you breath-taking loveliness!

Perfect for all types of skin. Comes in shades to suit
every skin tone. Tru-Glo is available wherever good
cosmetics are sold.

Acclaimed by Hollywood
Tru-Glo
LIQUID MAKE-UP
ONLY 59¢ plus tax
(slightly higher in Canada)

WESTMORE Hollywood COSMETICS

Now... a new creamy, waterproof
lipstick... by the Westmores!

The greatest secret in a Tru-Glo
cosmetics - Hollywood Lipstick
by the Westmores! Our Holly-
wood love it because of its in-
imitable silky richness and
lasting sheen...and because it
won't smear. Feels wonderfully
smooth on the lips. Non-drying.

ONLY 59¢ and 29¢ plus tax
(slightly higher in Canada)

Ilustración 4. Marilyn Monroe en publicidad de la línea de maquillaje líquido Tru-Glo. En *Life*. Nueva York. 13, octubre, 1952, p. 84.

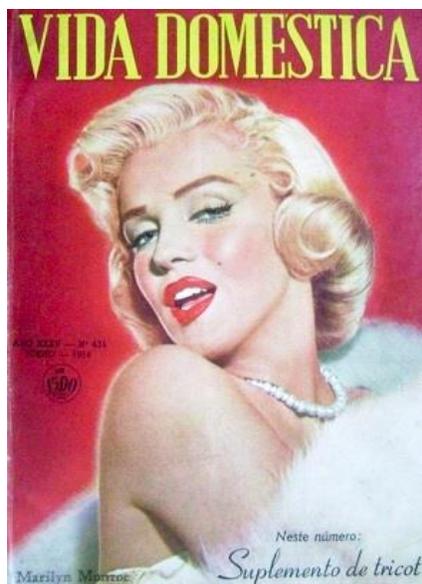


Ilustración 5. Marilyn Monroe en portada de revista. En *Vida Doméstica*, Río de Janeiro. Junio, 1954. No. 435.⁶⁸



Ilustración 6. Marilyn Monroe en portada de revista. En *Estampa*, Buenos Aires. 20, Julio, 1959.⁶⁹

⁶⁸ *Vida Doméstica* fue una revista brasileña que circuló entre 1920 y 1962. El contenido de esta revista se orientó hacia el público femenino de Brasil, brindando consejos de belleza, de moda y el cuidado del hogar. En revistas como *Vida doméstica* y *Fon-Fon* se hablaba para mujeres que tenían poder adquisitivo alto o medio, abordando la infancia de su medio social, y apenas eventualmente mencionando el universo de la pobreza. Ver: Olga Brites, "Crianças de revistas (1930-1950)", *Educação e Pesquisa*, Vol. 26 No.1 (2000). Disponible en internet: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-9702200000100011. Consultado el día 29 de enero de 2018.

⁶⁹ En Argentina, *Estampa* fue una revista especializada en moda, glamour y diversos temas femeninos de interés para la mujer citadina.

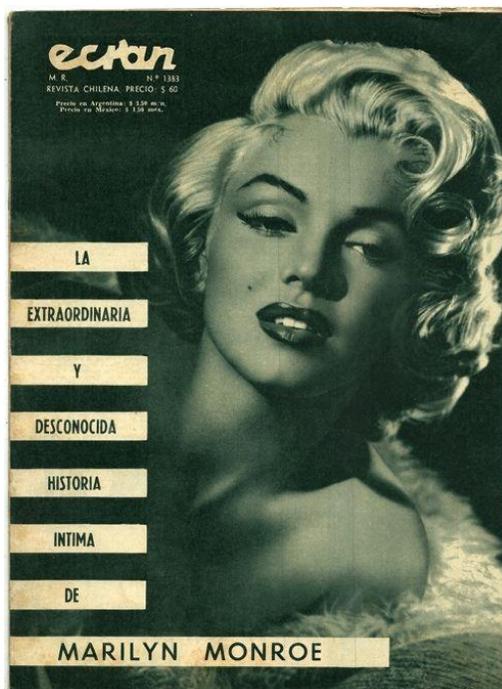


Ilustración 7. Marilyn Monroe en portada de revista. En *Ecran*, Santiago. 6, agosto, 1957. No. 1353.⁷⁰

Fue durante la década de 1920 que nacieron revistas cuyos contenidos incorporaban material no estrictamente literario, como noticias del mundo y del país, reportajes, material gráfico y de modas como *El Gráfico* (1910-1914) y *Mundo al día* (1924-1938). Por otro lado, la Revista CROMOS y el semanario *Estampa*, la revista gráfica fundada en 1938 por Jorge Zalamea Borda, hicieron parte de los hitos de la modernidad del periodismo gráfico colombiano. *Estampa* se caracterizó por un formato tipo tabloide, su destacada imagen gráfica y su impresión en colores sepia, donde exhibió diversas fotografías de la actualidad del país y del mundo, con páginas dedicadas a los artistas de actualidad, arquitectura,

⁷⁰ La revista *Ecran* fue una revista semanal chilena dirigida a la mujer chilena, desde 1930 hasta 1960. En esta se publicaban diversos temas relacionadas con temas femeninos, crónicas y muchas fotografías. Contaba con una columna denominada 'chismografía hollywoodense', que informaba acerca de las últimas noticias de los actores del cine norteamericano. Ver: *Ecran* (1930-1969) Memoria chilena Biblioteca Nacional. Disponible en internet: <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-588.html>. Consultado el día 08 de octubre de 2017.

figurines de moda y fotografías de actrices de Hollywood.⁷¹ Luis Tamayo quien compró la revista CROMOS en 1918, tuvo entre sus intenciones, hasta 1953 cuando fue comprada por los hermanos, divulgar aquellas manifestaciones artísticas, estéticas y las obras inéditas de distinguidas plumas nacionales como Eduardo Castillo y Carlos Villafane, Achury Valenzuela e incluso internacionales como Felix B. Cagnet.⁷² Pero desde los años de la década de 1940, el placer visual masculino a partir de la imagen de la mujer, generó nuevas representaciones constructoras de identidades femeninas a través de mujeres-ícono, entre estas Marilyn Monroe.

Se debe tener en cuenta que históricamente la prensa colombiana estuvo cruzada por dificultades históricas, porque casi todas las publicaciones decimonónicas fueron influidas por ideologías políticas que radicalizaron los ánimos de los seguidores de los partidos o tendencias que se reflejaron en las constantes guerras civiles, dejando poco espacio a la literatura, las bellas artes y la ciencia, sumado a la censura de los gobiernos al ejercicio periodístico, cobrando impuestos excesivos, además de los altos costos que requerían los insumos para imprimir.⁷³

Pues bien, CROMOS fue el resultado de los tímidos intentos modernizantes colombianos que se dieron en los primeros años del siglo XX, pues el lento

⁷¹ Jimena Montaña Cuellar, "Semanario Gráfico Ilustrado Estampa. El inicio de la modernidad en una publicación periódica", *Boletín cultural y bibliográfico*. Vol: 37 No. 55 (2000), 4

⁷² Consultar Anexo 1. En este se muestra la Identificación y procedencia de la fuente, y contiene a su vez la información del de los directores de la Revista CROMOS desde la primera PI referente a Marilyn Monroe en el año de 1951, hasta 1962. En el tratamiento periodístico de la información relacionada con Marilyn Monroe en la década de los años cincuenta, los directores eran Luis Tamayo, los hermanos Restrepo Suárez y desde 1955, con el liderazgo de Jaime Restrepo.

⁷³ María Carolina Cubillos Vergara, "El difícil tránsito hacia la modernidad: la prensa en Colombia"... 55

proceso industrializador de las principales ciudades colombianas provocó un paulatino crecimiento de las urbes, dispuestas a ganarse su lugar en la comunidad internacional, donde los estilos arquitectónicos de las construcciones se asemejaban a “ciudades como las de verdad”,⁷⁴ y siendo cada vez más apropiadas para facilitar el acceso de la prensa a públicos más amplios, a través de una diagramación más llamativa para los lectores y la publicación de temas novedosos y con tintes menos políticos. Y fue este contexto el que estimuló el nacimiento de revistas de tipo gráficos, que se caracterizaban por diagramaciones acompañadas de imágenes para ambientar la información que el público alejado del mundo de la política quería leer, conformado en su gran mayoría, por las mujeres ciudadinas. Así fue, en este ambiente de nuevos florecimientos culturales modernos, que alentaron a que en Bogotá el 15 de enero de 1916, la casa Editorial Arboleda & Valencia fundara la Revista CROMOS, donde inicialmente integraron aspectos ligados a la vocación femenina por tradición, tales como temas concernientes al mundo de las modas, belleza, el hogar y la familia.⁷⁵

La revista logró el reconocimiento de los colombianos y como un semanario enfocado en asuntos culturales de la vida de las élites de aquel entonces, con fuertes influencias del tipo de periodismo norteamericano donde se incluía secciones de belleza y consejos útiles para la vida, utilizando para 1950 técnicas modernas de tipografía, fotograbado, estereotipia y encuadernación, a través de

⁷⁴ Eduardo Domínguez Gómez, “El espíritu de las modas femeninas del siglo xx”, en *Las mujeres en la historia de Colombia*, ed. Patricia Torres Londoño (Bogotá: Editorial Norma, 1995), 119

⁷⁵ María Carolina Cubillos Vergara, “El difícil tránsito hacia la modernidad: la prensa en Colombia”... 57

maquinarias modernas importadas de Estados Unidos. Esto permitió imprimir llamativas páginas de colores que realzaban en las portadas los tonos de los labios y rostros femeninos de las actrices de Hollywood. Ya fuese en elegantes salones de belleza a los que acudían mujeres de las adineradas élites capitalinas para usar como un elemento de distracción o de una leve utilidad para imitar los “looks” de las superestrellas de Hollywood y de las reinas nacionales de la belleza “criolla”, o en prestigiosas estanterías de revistas en almacenes y librerías, CROMOS atrajo la atención de muchas mujeres interesadas en las noticias nacionales e internacionales de actualidad más notables y por consiguiente en asuntos de moda, belleza y el hogar. A pesar de su enfoque cultural, sus apologías a las ideologías del republicanismo y el liberalismo colombiano, la hicieron alejarse de los dogmas culturales tradicionales de la hegemonía conservadora, exhibiendo los cuerpos de bellas mujeres criollas, reinas de belleza y por supuesto divas del cine norteamericano,⁷⁶ ejemplos claros del glamour y la moda que trajeron consigo nuevas representaciones femeninas desde la década de 1940, antes de la llegada de Marilyn Monroe a las páginas de la Revista CROMOS, con actrices como Lauren Bacall y Rita Hayworth, claros estereotipos de *mujer fatal*⁷⁷, y que se convirtieron en íconos de la moda.

Como bien lo señaló Gilles Lipovetsky, se utilizaron las figuras de las estrellas de cine para promocionar productos cosméticos y de belleza, siendo Marilyn

⁷⁶ Maryluz Vallejo Mejía, “Cromos, un álbum centenario de Colombia”, *El Espectador*, 15 de enero de 2016. Disponible en internet: <http://www.elespectador.com/noticias/cultura/cromos-un-album-centenario-de-colombia-articulo-610589>. Consultado el día 25 de septiembre de 2017

⁷⁷ *Mujer fatal* o *femme fatale* es un adjetivo histórico que se le ha asignado al estereotipo de mujeres que utilizan la belleza y la sexualidad para hacer caer a los hombres o lograr sus objetivos a través de la exhibición de su cuerpo.

Monroe una herramienta comercial publicitaria, y a su vez de formación de ideales de belleza. CROMOS permitió, a través de las diversas imágenes, comprender las diferencias entre las mujeres tradicionales y las nuevas perspectivas sobre su rol. Más aún, las mujeres-ícono de fotografías de la revista, eran casi todas de piel blanca y unas cuantas mestizas, pues las imágenes publicitarias fueron escasamente adaptadas a la imagen tradicional de América Latina, y más bien apuntaban al modelo de mujer que el mundo occidental sugería tener.

Por lo tanto, considerando los mensajes que CROMOS transmitió y las representaciones de belleza que exhibió, ofreció a las consumidoras un tipo de mujer especial a través de un modelo femenino estereotipado: ama de casa, de clase media-alta, que estuviera dispuesta en todo momento y en cualquier aspecto de su vida, para su esposo, además de una mujer cuidadora de sus hijos.⁷⁸ Esta mujer tuvo la obligación de conservar una cultivada apariencia física además de una silueta corporal que necesitaba cuidar constantemente, a través de los diferentes productos cosméticos que la revista promocionaba, tal como lo hizo a través de los consejos variados para conservar una línea delgada y evitar la obesidad, o incluso hasta una flacura no deseada. Es así, que las constantes fotografías de Marilyn Monroe en la revista, evidenciaron una mujer ostentadora de belleza y la convirtieron en un modelo estético a seguir por las mujeres colombianas lectoras de CROMOS, encontrando en ella un aliciente y símbolo de imitación de belleza. De este modo se entiende aspectos como la coincidencia de la publicidad constante de distintas marcas de tinturas para el cabello, para emular

⁷⁸ Clara María González Jaramillo, *Mujeres de revista...* 72

la apariencia del cabello de las mujeres-ícono, sus estilos de maquillaje y los atuendos que utilizaban en las películas y en los estudios fotográficos que aparecieron en las revistas.



Ilustración 8. Marilyn Monroe en Consejos de maquillaje para las mujeres trabajadoras. Secretos de Hollywood Max Factor. En Cromos. Bogotá, 31, enero, 1953, p. 33



Ilustración 9. Marilyn Monroe en Consejos para pintarse los labios. Sección "Sea siempre bella. Consúlteme su caso". En Cromos. Bogotá, 20, septiembre, 1954, p. 49.

En las ilustraciones 8 y 9 se evidencia las intrínsecas estrategias de la década de los años cincuenta, con respecto a los asuntos comerciales y de representaciones de la mujer en el ámbito colombiano. La Revista CROMOS fue depositaria de abundantes avisos publicitarios de productos para mujeres, como los que ofreció la línea de cosméticos y maquillaje Max Factor que, desde las primeras décadas del siglo XX, se convirtió en la línea más deseada por las actrices de Hollywood que antecedieron a Marilyn Monroe, entre ellas Jean Harlow y Joan Crawford. Max Factor fue el pionero de la teoría “Armonía del color”, basado en el equilibrio entre el maquillaje de una mujer y su tono de piel, cabello y ojos, además de ser pioneros en la invención del brillo labial en el año de 1930, y en establecer dimensiones apropiadas en la estructura facial para determinar qué combinaciones eran más apropiadas a la hora del maquillaje. Además de ofrecer productos como cremas de maquillaje, lápices labiales, también exhibió polvos faciales con diversas gamas de colores dependiendo de la tez de la piel de las actrices, y por supuesto indirectamente para las pieles de las consumidoras en Colombia. En la ilustración 8 se afirma: “puedo asegurarle que no hay estrella de Hollywood consciente de su belleza —Ava Gardner, Marilyn Monroe y Frances Lagford— que prescinden de esta importante ayuda de belleza”, como método de persuasión de la revista, para que las mujeres utilizaran productos para embellecerse, teniendo en cuenta las imágenes de bellas mujeres de Hollywood, tal como muestran en la ilustración 9 con una fotografía de Marilyn Monroe (lado izquierdo) junto con otras dos actrices de cine (Anne Baxter en el medio y Gene Tierney a la derecha), agregando que: “ella cuida de tener los labios siempre bien pintados.”



Ilustración 10 Marilyn Monroe en portadas de revista CROMOS entre 1951 y 1962⁷⁹

⁷⁹ 1. Febrero 17 de 1951. 2. Agosto 25 de 1951. 3. Septiembre 22 de 1951. 4. Febrero 01 de 1954. 5. Marzo 22 de 1954. 6. Agosto 02 de 1954. 7. Abril 25 de 1955. 8. Abril 09 de 1956. 9. Abril 20 de

CAPÍTULO 2. DE LA ADOPCIÓN AL DOLOR FINAL

Cuatro de los aspectos que han caracterizado la vida de Marilyn Monroe y que han sido objeto de intriga e indagación a través de estudios biográficos y trabajos cinematográficos tanto en Estados Unidos como en América latina han sido su intimidad, su infancia, sus matrimonios y sobre todo, su polémica muerte. Una infancia caracterizada por el abandono de su madre, su estadía en distintos hogares de paso y orfanatos, tres matrimonios, los escándalos con distinguidas figuras políticas y especialmente el halo de misterio que rodeó su muerte, han sido temas de interés desde representantes de distintas disciplinas académicas, periodísticas, históricas e incluso médicas.

Marilyn Monroe, cuyo nombre de nacimiento fue Norma Jean Baker, nació el 1 de junio de 1926 en Los Ángeles (Estados Unidos), tuvo una infancia y una desafortunada niñez. Al nacer, su madre la dejó en manos de un matrimonio amigo hasta la edad de siete años, cuando se la llevó a vivir con ella. Sin embargo, un año más tarde su madre Gladys Baker fue internada en un centro psiquiátrico debido a un informe médico que le diagnosticó una esquizofrenia paranoide, por lo cual la infancia de la pequeña Norma Jean transcurrió entre un orfanato y la casa de varias familias que la adoptaron. En junio de 1942, con tan solo 16 años, Norma Jean se casó con Jimmy Dougherty, un joven de 21 años hijo de una vecina. En 1944 fue fotografiada por un periodista para un trabajo periodístico sobre la vida laboral de las mujeres durante la Segunda Guerra

1959. **10.** Marzo 14 de 1960. **11.** Diciembre 05 de 1960. **12.** Agosto 13 de 1962. El collage es propio.

Mundial. Su atractivo físico se popularizó por toda la costa oeste norteamericana y comenzó su carrera como modelo. En 1946, su esposo al no estar de acuerdo con su nuevo trabajo la amenazó con divorciarse si no desistía de este nuevo empleo. Pero ella prefirió el divorcio y así, lentamente su carrera de modelo progresó en revistas locales de estos años. No obstante, su interés personal era llegar a la actuación en el cine de Hollywood. Este mismo año firmó un contrato con la 20th Century-Fox como extra de cine durante seis meses,⁸⁰ y poco tiempo después se dio a conocer como Marilyn Monroe, en películas de bajo presupuesto y con roles poco protagónicos.

En el año de 1948 aceptó un contrato con *Columbia Pictures* (productora de cine y televisión) y participó en la película musical *Ladies of the chorus*.⁸¹ Siguió desempeñando roles insignificantes hasta que, en 1950, el reconocido director de cine John Huston le asignó un papel pequeño en *La jungla de asfalto*. Pero su consagración como una súper estrella e ícono de belleza la alcanzó en 1953, el mismo año en que se estrenó la película *Niágara*, la cual generó mucho entusiasmo entre el público por su explosiva figura.⁸²

Fue 1954 el año de más reconocimiento mediático al casarse con el beisbolista de los Yankees de Nueva York, Joe DiMaggio, pero solo nueve meses después decidieron divorciarse. En 1956 se casó nuevamente con el dramaturgo y guionista Arthur Miller (1915-2005) con quien duró hasta 1961 cuando se

⁸⁰ Randall Riese y Neal Hitchens, *The Unabridged Marilyn. Her life from A to Z* (Londres; Corgi Books, 1988), 288

⁸¹ Anthony Summers, *Goddess, the secrets lives of Marilyn Monroe* (Londres; Guild publishing, 1985), 38

⁸² Sarah Churchwell, *The many lives of Marilyn Monroe* (Nueva York; Metropolitan books, 2004) 234

divorciaron por incompatibilidad de caracteres⁸³. En el año de 1962 se publicó en todos los diarios del mundo su fallecimiento, cuyas causas oscilaron entre un posible suicidio o un crimen de intereses. Pero debido a la falta de pruebas sólidas para corroborar un asesinato, el informe de su autopsia determinó que falleció por una sobredosis de barbitúricos.

La revista CROMOS demostró un especial interés por el registro periodístico de la vida íntima de Marilyn Monroe, especialmente desde 1953, el año de producción de los mayores éxitos que la impulsaron a ser reconocida mundialmente. El tratamiento brindado por el semanario CROMOS osciló entre la información que rodeó sus años de niñez y su presente intimidad, especialmente su matrimonio con Arthur Miller. Del total de PI en el semanario, el 21.4% trataron sobre este aspecto.⁸⁴

2.1 La Elisa Dolittle de Hollywood

En la obra de teatro *Pigmalión* (1912), del dramaturgo irlandés George Bernard Shaw, el personaje Eliza Dolittle es una florista hija de un pobre minero, quien al conocer a un profesor de fonética llamado Henry Higgins, logró convertir a la joven vulgar en una dama sofisticada y con buenos modales. De esta manera ilustró el columnista *H. Reys* en la revista CROMOS, la historia personal de Marilyn Monroe quien fue un ejemplo clásico y moderno de la chica pobre que sube rápidamente al

⁸³ Carranza Torres, Luis R, "El divorcio exprés de Marilyn Monroe y Arthur Miller", *Comercio y Justicia*, Córdoba, 11 de noviembre de 2016. Disponible en internet: <http://comercioyjusticia.info/blog/opinion/el-divorcio-expres-de-marilyn-monroe-y-arthur-miller/>. Consultado el día 27 de enero de 2018.

⁸⁴ Consultar el Anexo 9, que muestra la clasificación temática de las distintas PI sobre Marilyn Monroe. Algunas de estas, aplican para más de una categoría entre los ejes temáticos encontrados.

estrellato en las películas.⁸⁵ Según él, se ha evidenciado que muchos, desde un ambiente de pobreza han llegado a uno de gloria y fama. En la película *Niágara*, la aparición de Marilyn Monroe es reducida, logró llamar la atención del espectador a través de su belleza, y no con un papel que requiriera la memorización de extensas líneas en los guiones. Asimismo, la aplicación práctica de las nuevas técnicas de cintas tridimensionales y de pantalla ancha en Hollywood, se convirtió en un nuevo reto para Marilyn Monroe para sostener su lugar como actriz en Hollywood, y no permanecer en los estudios sólo como un *objeto* de admiración y seducción hacia el público.

En este artículo se puso de manifiesto las dudas que muchos tuvieron acerca del talento como actriz de Marilyn Monroe, puesto que en sus guiones no pasaba de una mujer atractiva y sensual. Para el autor, *la rubia Marilyn* se tuvo que valer de un desnudo en un calendario⁸⁶ y una campaña de publicidad como reina del atractivo femenino, para alcanzar la gloria y la fama.

Para 1960, el tratamiento periodístico de la imagen de Marilyn Monroe en la revista CROMOS probó que ella fue más allá de la interpretación de roles estereotipados. Su incursión en el Actors Studio⁸⁷ y la fundación de su propia casa productora (*Marilyn Monroe Productions*) demostraron que logró superar toda

⁸⁵ H. Reys. "Fin de la Elisa Dolittle de Hollywood", *Cromos* Vol: 75 No. 1891 (1953): 14

⁸⁶ El autor se refiere a las fotografías donde Marilyn Monroe posó completamente desnuda para el fotógrafo Tom Kelley en el año de 1949, pero que permanecieron inéditas hasta 1953, cuando Hugh Hefner (1926-2017), fundador de la revista *Playboy*, compró los derechos y utilizó sus fotografías en la primera edición de la revista.

⁸⁷ El *Actors Studio* es una asociación de destacados productores y actores de cine. Se hizo muy popular por la orientación del director y productor Lee Strasberg en la década de los cincuenta. Actualmente es dirigido por Al Pacino. Algunos de sus miembros más notables fueron Marlon Brando, Robert De Niro, Jack Nicholson, Dustin Hoffman y por supuesto Marilyn Monroe.

clase de críticas respecto a su cuestionado profesionalismo y su desempeño en la actuación.

Sin embargo, los autores de los artículos y piezas informativas de Marilyn Monroe que se refirieron a su vida íntima, nunca dejaron de lado el tema de su niñez. Ahondando en la vida de su infancia, destacan el hecho de que logró convertirse en la *reina de Hollywood* y que logró vengarse de sus problemas sólo con su belleza.⁸⁸ La estrategia de documentar el tema de sufrimiento de su niñez, la enfermedad psiquiátrica de su madre, los orfanatos donde vivió, sus temores de adolescente y el desenlace en un futuro brillante y de fama, fueron temas constantes para los autores de la Revista CROMOS que se encargaron de las notas Monroe, quienes explicaron que, a través de una fuerte voluntad, pero ante todo su belleza física, era posible conquistar y superar los obstáculos y las dificultades del tiempo, siendo esta historia una anécdota ejemplar para la historia de cualquier mujer de la época que atravesara por crisis similares.

2.2 La señora Miller

Una característica importante en CROMOS con respecto a las noticias sobre Marilyn Monroe en la década de los años cincuenta, fue el escaso tratamiento periodístico que recibió el matrimonio entre Marilyn Monroe y Joe Dimaggio, a diferencia de la vida matrimonial que llevó con el famoso dramaturgo y guionista estadounidense Arthur Miller. Simpatizante con el marxismo, se opuso a la política exterior estadounidense en la Guerra Fría y algunos aspectos de la política

⁸⁸ Stephane Groueff, "La novela verdadera de Marilyn", *Cromos* Vol: 89 No. 2229 (1960): 15

interna, especialmente al macartismo,⁸⁹ sus críticas le significaron investigaciones al sospecharse de ser comunista y encubrirlos. En 1957, año en que Marilyn y su esposo viajaron a Inglaterra a grabar *El príncipe y la corista* esperaron el momento en que los jueces americanos decidieran su caso: el escritor se había negado a denunciar en el interrogatorio al que fue sometido por el Comité de Actividades Antiamericanas del Congreso, a las personas que habían sido compañeras suyas en organizaciones que los congresistas consideraban subversivas.⁹⁰ Los autores que documentaron este episodio en la revista CROMOS se basaron en las investigaciones de la escritora norteamericana Mary McCarthy, que se encargó de estudiar de cerca este caso y narró los incidentes del proceso contra el dramaturgo desde junio de 1956, cuando Miller además de negarse a denunciar a sus compañeros sospechosos de delitos, también hizo fuertes críticas a su "inconformismo social".

El interés primordial de CROMOS en el matrimonio de Marilyn Monroe con Arthur se centró en los días de su divorcio. Desde 1957, la pérdida de las ilusiones de tener un hijo por un aborto espontáneo, los problemas anímicos y sus trastornos emocionales la hicieron adicta a los barbitúricos y el alcohol,⁹¹ y lo que llevó al divorcio definitivo el 20 de enero de 1961 que ambos se divorciaron. Este suceso no fue ajeno a las publicaciones de la revista, que se interesó por indagar sobre los motivos personales y los rumores que hubo al respecto, más que

⁸⁹ Se le denomina Macartismo al acontecimiento político de la historia de estadounidense llevado a cabo en la primera mitad de la década de los años cincuenta, cuando el senador republicano Josep McCarthy emprendió una serie de acusaciones e investigaciones a muchas personas que consideraba sospechosas de ser comunistas o ayudar a infiltrados de la Unión Soviética.

⁹⁰ "Miller y Marilyn al pie de las rejas", *Cromos* Vol: 84 No. 2092 (1957): 15

⁹¹ Laurence Olivier, *Confessions Of an Actor*. (Nueva York; Simon and Schuster, 1982) 213

informar sobre su estado de salud, porque incluso desde 1960 se registró información que sugirió un divorcio a causa de una aparente infidelidad por parte de Marilyn Monroe, con Yves Montand.^{92 93}

Con respecto a estos sucesos relacionados con su divorcio y sus posibles causas, CROMOS cubrió esta información con reportajes gráficos. Desde 1960 se habló acerca de la situación que la pareja de esposos atravesaba por la inminencia de un divorcio. La revista documentó tal divorcio, argumentando que quizás sus vidas se tornaron aburridas, además de los rumores acerca que Marilyn Monroe tuvo un romance secreto con el actor y compañero de actuación Yves Montand. Miller estaba exhausto del mundo del cine de Hollywood que Marilyn representaba y ella, por su parte, ya estaba cansada de jugar el papel de mujer del intelectual. La revista aseguraba que para Marilyn, Arthur Millers y su cultura eran solo juguetes y que debido a su trágica niñez, se le perdonaba absolutamente todo. El periodista británico-francés Paul Guihard citó al biógrafo Maurice Zolotow, quien aseguraba que la falta de una figura paterna en la niñez de Marilyn Monroe se reflejó en querer y ser dominada por hombres mayores, pero luego de tenerlos los destruía lentamente. Según él, Arthur Miller no estaba a gusto con el mundo de Hollywood, con el cual contribuyó escribiendo guiones para algunas de las películas donde ella actuó.⁹⁴ Así, una característica notable en la información de este artículo, fue la utilización de estereotipos y adjetivos calificativos para Marilyn Monroe que se relacionaban con el deterioro de su

⁹² “¿Se divorcia Marilyn?”, *Cromos* Vol: 90 No. 2261 (1960): 20

⁹³ Yves Montand (1921-1991) fue un actor italiano que trabajó con Marilyn Monroe en la película *Let's Make Love* en el año de 1960.

⁹⁴ Paul Guihard, “Por qué se divorcia Marilyn”, *Cromos* Vol: 90 No. 2261 (1960): 20

relación con Arthur Miller. Según varios de los articulistas de CROMOS Marilyn estaba recuperando el estilo y la coquetería de la *vampiresa*,⁹⁵ además de seguir apoyando la tesis que muchos psicoanalistas sostuvieron: que debido a su pasado de huérfana ella necesitó un padre, a quien convirtió en un títere que terminó por destruir.⁹⁶

Después de su divorcio, se publicaron informes relacionados con su vida personal después de su separación, por ejemplo cuando fue vista de nuevo junto a su ex esposo el beisbolista Joe Dimaggio⁹⁷ en un aparente plan de amigos o cuando en 1962 algunas fotos insinuaron un romance con el escritor mexicano José Bolaños, un cineasta comunista de origen gallego, quien pudo ser una persona influyente en su misteriosa muerte, dado que en el año de la crisis de los misiles con Cuba y la Unión Soviética, John Edgar Hoover, director del FBI estaba obsesionado por el conocimiento que la actriz podía tener de los planes de la Casa Blanca por su relación amorosa con el presidente.⁹⁸ Estos sucesos documentados en CROMOS dejaron ver que la revista adoptó una postura liviana frente a las críticas y observaciones mordaces que en estos meses de postdivorcio se le hicieron a Marilyn Monroe desde los medios de comunicación especializados en el cine y la farándula, que indagaron toda clase de detalles relacionados con su vida íntima: sus problemas de salud, su adicción a los fármacos, los problemas de inseguridad cada vez más intensos y por supuesto la polémica presentación en

⁹⁵ Vampiresa o *vamp* es un sinónimo que se ha utilizado para referirse al estereotipo de mujer fatal, especialmente difundido en el cine de los años veinte y treinta.

⁹⁶ "Belleza e inteligencia se divorcian ¿Por qué?", *Cromos* Vol: 90 No.2269 (1960): 26-33

⁹⁷ "Marilyn, se la creía a la deriva", *Cromos* Vol: 90 No. 2286 (1961): 9-11

⁹⁸ Santiago Romero, "El amor que perdió a Marilyn", *La Opinión A Coruña*. Marzo 23 de 2015. Disponible en internet: <http://www.laopinioncoruna.es/sociedad/2015/03/23/amor-perdio-marilyn/939760.html>. Consultado el día 17 de octubre de 20107

vivo en Nueva York el sábado 19 de mayo en el Madison Square Garden, cuando cantó su famosa canción. *Happy birthday Mr. president* en una gala de cumpleaños al presidente John F. Kennedy ante aproximadamente 15 mil personas, y se confirmaron los rumores de una relación entre ambos. Aun así, la revista CROMOS se mantuvo distante de estos escándalos internacionales y se limitó a no escudriñar ni publicar noticias de trascendencia como estas, muy comunes en la prensa de farándula de estos años.

2.3 Llanto por Marilyn

La prematura muerte de Marilyn Monroe fue uno de los hechos que congelaron su imagen hasta la actualidad como un ícono de la cultura popular y como símbolo que representaba la belleza femenina y atractivo sexual. El 13 de agosto de 1962, ocho días después de su muerte, la revista CROMOS se preguntó “¿Por qué Marilyn puso fin a su vida?”.⁹⁹ Con una reseña histórica tipo reportaje, la revista relató una vez más la dura vida de Marilyn Monroe, exponiendo las dificultosas experiencias de su niñez y su juventud y, por supuesto sus matrimonios. A pesar que el reportaje no adoptó una postura determinada sobre las causas profundas de su muerte, dejó la puerta abierta a diversas posibilidades para que las lectoras dieran su opinión personal del asunto y pudieran tomar partida, para catalogarlo como un asesinato o una muerte provocada por ella misma. Sin embargo puso de manifiesto algunas dudas con respecto a la manera en que se encontraron algunas de sus pertenencias en su cuarto al ser hallada, con un teléfono en su mano.

⁹⁹ “¿Por qué Marilyn puso "fin" a su vida?”, *Cromos* Vol: 91 No. 2350 (1962): 22

CROMOS aseguró que Marilyn Monroe, después de batir todos los records relacionados en su carrera como actriz y representante de belleza (vamp, sexy) rompió un record adicional: suicidios a nombre suyo. Se afirmó que personas de varias partes del mundo con un apellido o nombre similar, o quienes tuvieron experiencias similares, murieron en condiciones parecidas.¹⁰⁰ El cubrimiento de una noticia con la irrelevancia o relativa banalidad que pudo resultar en una primera impresión de lectura, dejó sin embargo ver alcances de una mujer-ícono como Marilyn Monroe y lo que representó en la mentalidad de la cultura popular. Para CROMOS, a pesar que se trató de un morbo difícil de explicar en su época, no dejaba de tener una carga de sentimientos, Es decir, una figura tan representativa en el mundo del cine y la belleza muriera de una manera tan polémica y rodeada de intrigas, despertó en muchas personas que se sintieron identificadas con su historia de vida, un sentimiento de amenaza que también tendería a imitarse automáticamente como ocurrió en el par de casos documentados.

¹⁰⁰ “Llanto por Marilyn”, *Cromos* Vol: 91 No. 2351 (1962): 11

CAPÍTULO 3. CUERPO Y BELLEZA

El influyente crítico de cine André Bazin (1918-1958) afirmó que “después de la guerra, el erotismo cinematográfico se desplazó del muslo al seno. Marilyn lo ha hecho descender entre los dos”.¹⁰¹ El cuerpo de Marilyn Monroe fue exhibido de manera continua e intencional en la revista CROMOS durante toda la década de 1950, su rostro y sus gestos siempre sugestivos indicaron a la mujer colombiana los comportamientos, estilo de maquillaje y ademanes que debían adoptar para representar belleza y ser atractiva ante la mirada de los hombres e incluso de las mujeres. Una belleza que podía conquistar intelectuales¹⁰² o incluso, tal como lo sugirió CROMOS, una belleza que lograba sortear problemas de la vida como la miseria y el abandono, justo como lo hizo Marilyn Monroe.¹⁰³

Clara María González planteó que las miradas con las que se ha observado a la mujer, no solamente han sido elaboradas desde el género masculino dominante, sino por las mismas mujeres, pues éstas han sido educadas en sociedades patriarcales que han determinado las convenciones utilizadas por ellas mismas al definir su identidad, respondiendo tanto hombres como mujeres al mismo estereotipo de mujer que ha sido producto de una construcción milenaria.¹⁰⁴

¹⁰¹ “Marilyn Monroe”, en *Las grandes estrellas: su vida, sus pasiones, sus películas*. Fasc. 02 (Bogotá; Editorial La Foca, 1980), 21

¹⁰² “De Theda Bara a B.B.”, *Cromos* Vol.: 91 No. 2320 (1962): 48. Se refiere al matrimonio entre Marilyn Monroe y Arthur Miller (1915-2005) que, según *Cromos*, la unión marital entre estos dos personajes públicos se logró gracias a la belleza de Marilyn Monroe que logró atraer a este intelectual, dramaturgo y guionista estadounidense.

¹⁰³ Stephane Groueff, “La novela verdadera de Marilyn”, *Cromos* Vol: 89 No. 2230 (1960): 16

¹⁰⁴ Clara María González Jaramillo, *Mujeres de revista...* 30

Más allá de retratar las llamativas mujeres colombianas que participaron en el Concurso Nacional de Belleza, CROMOS logró desplegar una vistosa diversidad de imágenes y discursos que construyeron un catálogo visual de belleza femenina, en una sociedad que visualizó, el cuerpo de la mujer como el espacio donde se escenificaron transformaciones ideológicas y el campo de batalla donde se condensaron diversos rituales para exaltar lo corpóreo y la belleza.¹⁰⁵ Esto ocurrió en medio de un panorama donde las nuevas tendencias de moda se hicieron cada vez más visibles y arriesgadas, se generalizaron los deportes al aire libre, la popularización de las vacaciones de verano, la publicidad de productos de belleza, entre otras, que convencieron a miles de mujeres de las bondades de lucir sus cuerpos con más libertad, y apartando de sus mentes el pudor corporal que durante siglos las obligó a reprimirse y moderarse para evitar el escarnio y la vergüenza pública. CROMOS indujo a la mujer a la exploración de nuevas manifestaciones indumentarias y cosméticas insinuantes y hedonistas que la publicidad impulsó con intensidad.¹⁰⁶ De esta forma, a través del consumismo propio de estos años, se inauguraron lentamente nuevos estereotipos de mujeres que se visibilizaron en los medios de comunicación y el cine.

La década de 1950 fue el tiempo en que Marilyn Monroe se popularizó intensamente y el cine la llevó a detentar el título de sex-symbol, debido a los papeles que interpretó en algunas de sus películas más representativas, por la imagen estética que exhibió y lo atractivo que resultaba su cuerpo para los

¹⁰⁵ Andrés Felipe Lopera Cardona, "Bellezas imaginadas: imaginarios femeninos en la Revista Cromos a partir del Concurso Nacional de Belleza (1958, 1983, 1993, 2001 y 2013)" (Tesis de pregrado en Comunicación, Universidad de Antioquia), 3

¹⁰⁶ María Carolina Cubillos Vergara, *Mujeres en el papel...* 235

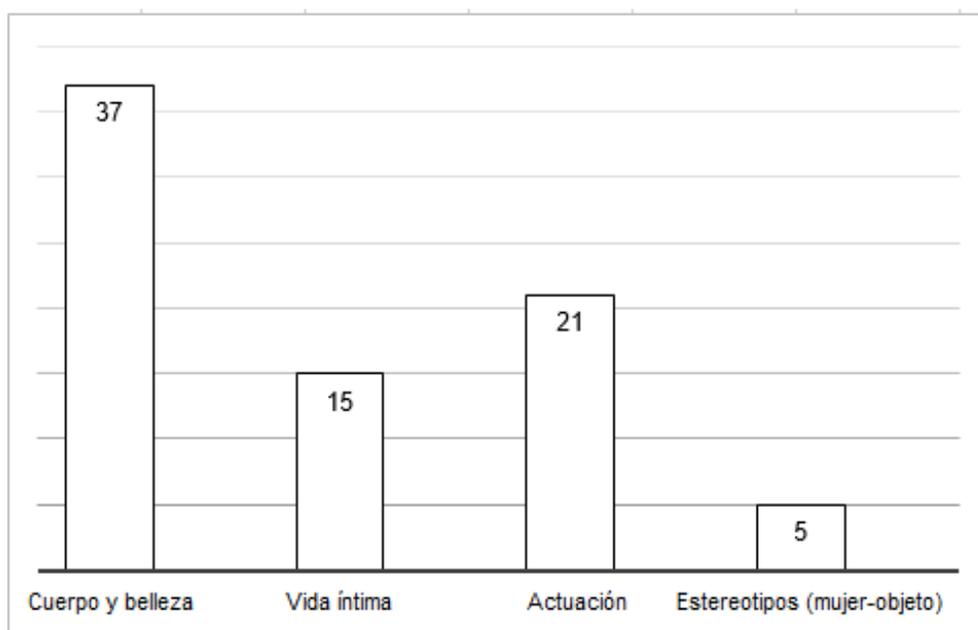
hombres y las mujeres que la observaban en las películas y en las revistas, tal como lo hizo la revista CROMOS en decenas de sus páginas donde plasmó su figura.

Las teorías de las representaciones sociales señalan que el sujeto es relacionado con el objeto a través de diversos mecanismos para luego ser reemplazado el objeto por un símbolo; en este orden teórico de lo bello que pudo representar Marilyn Monroe no fue una cualidad propia de ella, como tal, sino que representó un producto de la relación que el sujeto estableció con el objeto desde un contexto social de valorización o interpretación,¹⁰⁷ es decir, una sociedad como la estadounidense que valoró y construyó en ella un conjunto de valores estéticos y comportamentales que se le endilgaron en sus películas. Por eso, analizar la situación del sujeto frente al objeto que se idealiza en los medios es significativo, y que la recepción juega un papel importante en la lectura de la imagen. Es el sujeto que la observa quien le encuentra un sentido en especial. La investigadora Clara María González aseguró que las imágenes tienen un poder innegable en la construcción de textualidades que parten de la relación existente entre el sujeto y el objeto: en una escala mayor, podría se afirmar que la imagen tiene la facultad de producir efectos sociales “en tanto quienes la reciben encuentren afinidades o desavenencias a partir del sentido que le den.”¹⁰⁸ Cita al filósofo Keith Moxey, para sustentar que las imágenes son representaciones culturales, y la importancia de estas se encuentran en el contenido que se le ha concedido y por los efectos que

¹⁰⁷ Katya Mandoki, *Estética cotidiana y juegos de la cultura*, (México: Siglo XXI, 2006), 20

¹⁰⁸ Clara María González Jaramillo, *Mujeres de revista...* 18

estas producen.¹⁰⁹ Por lo tanto, las mujeres lectoras de la revista CROMOS hallaron placer y confianza en la información que allí había, puesto que el semanario siempre tuvo un público determinado con ciertas características, y, semana tras semana brindó lo que las mujeres esperaban encontrar en sus publicaciones, representaciones que satisficieran sus deseos y expectativas, apoyada en imágenes e ilustraciones, logrando comunicar mensajes que coincidieron con las condiciones sociales y económicas que estas ocupaban.



Gráfica 2 Número de PI por clasificación temática en la Revista CROMOS entre los años de 1951 y 1962.¹¹⁰ Fuente: Elaboración propia.

Se observa en la **gráfica 2** que persiste una clara tendencia que determina visiblemente el número de PI relacionadas con el cuerpo y la belleza que la Revista CROMOS exhibió utilizando la imagen de Marilyn Monroe, representando

¹⁰⁹ Keith Moxey, "Los estudios visuales y el giro icónico", *Estudios Visuales*, No 6, (2009): 19.

¹¹⁰ Si se suma el total de cada una de las categorías de la clasificación temática da un total de 78 piezas informativas, puesto que algunas PI se repiten en distintas categorías de la clasificación temática.

el 52.8% del total de las PI referentes a ella entre 1951 y 1962. Una demostración de las intenciones de la casa editorial de CROMOS al exhibir el atractivo cuerpo de Marilyn Monroe y la información referente a ella, fue el constate uso de la estrategia de jerarquizar la información sobre ella en sus páginas, 44 de las 70 PI emplearon páginas completas para exhibir fotografías y artículos que contuvieran noticias e información acerca de Monroe,¹¹¹ tanto imágenes de su cuerpo como reseñas y artículos.

El cuerpo como objeto de constante veneración y cuidado por parte de las mujeres de las élites de las principales ciudades colombianas que encontraron en la actriz Marilyn Monroe un referente atractivo para representar en la vida diaria. Sin embargo, tal representación sólo se puede imitar a través de la adquisición de productos cosméticos y de maquillaje que recrearan la ilusión de nuevas “Marilyn Monroe”. Las diversas fotografías de Marilyn Monroe en trajes de baño tanto en Estados Unidos como en Colombia, luciendo sus atractivos pin-ups para complacer a los estudios fílmicos y consolidar su carrera como actriz¹¹², trajeron consigo la promoción de nuevas estrategias para realzar la belleza utilizadas por las mujeres, tanto indumentaria como en las tendencias de maquillaje.

La fuerte influencia cultural estadounidense sobre el desarrollo del tejido social en Colombia fue determinante a través de la prensa femenina, cuyo uno de sus

¹¹¹ Consultar Anexo 4 titulado Focalización y, luego el apartado Cuadrante. Los cuadrantes permiten al investigador determinar la manera en que la casa editorial jerarquiza su información. Consiste en la división de la página en 4 cuadros (A, B, C, y D), donde la información que se encuentran en los cuadrantes A y B tienen una importancia más relevante que las halladas en los cuadros C y D. La segunda unidad del SATPI se titula Puesta en Página, que profundiza en el conocimiento de las estructuras gráficas de los periódicos, donde todos los factores externos confieren valores agregados, estudiando el orden visual de la información que tiene el medio.

¹¹² U.P., “¿Veremos el ocaso del vestido de baño?”, *Cromos* Vol: 73 No. 1832 (1952): 14

más destacados ejemplares fue CROMOS. Cuando Marilyn Monroe definitivamente se convirtió en estrella, logró crear una imagen única e icónica de las variantes de bellezas femeninas de la década de 1950: cabello rubio platinado, un peinado estilo 'bob', labios de intensos colores rojos y cejas perfiladas, creando el "estilo Marilyn Monroe" que incluso en la actualidad se identifica inmediatamente al ver estas características evocadas en maquillajes contemporáneos, en artistas de música y en las pasarelas.¹¹³

3.1 Sueños de belleza

En la sección *Cromos Para Ellas* fueron constantes las asesorías para el correcto cuidado del cuerpo, la incitación al buen vestir y la imitación de la moda que las mujeres-ícono de Hollywood lucieron, recurriendo a una eficaz estrategia: la pretensión de inspirar en las mujeres diversos *sueños de belleza* por medio de visibles fotografías con llamativos colores de las divas del cine norteamericano. Para CROMOS los sueños femeninos fueron esenciales para la mujer colombiana de mitad de siglo, quien buscaba escaparse de la monotonía de la vida en casa y de su existencia misma. Estos sueños nacieron de la influencia constante de las estrellas de cine que, por la virtud de sus imágenes, llamaron la atención. Así íconos como Marilyn Monroe o Sophia Loren fueron objeto de imitación de muchas mujeres que quisieron simular sus cuerpos y sus bustos. Por ello, hacer realidad

¹¹³ Entre algunas artistas del mundo del espectáculo contemporáneo que han hecho referencia directa o han imitado a Marilyn Monroe se encuentran Madonna, Anna Nichole Smith, Paris Hilton y Kylie Minogue.

estos sueños fue el resultado de un esfuerzo considerable tal como lo lograron las actrices.¹¹⁴

Para la revista CROMOS el cuerpo de la mujer apareció históricamente como un elemento que se debe naturalizar, que se mezclaba con el paisaje y lo exaltaba, un objeto que se construía por la elaboración de “especialistas”,¹¹⁵ pero sin sentirse culpables, puesto que la influencia del cine no solo contribuyó a la imitación femenina de actrices de cine, sino también a desacralizar el cuerpo construido a partir de la influencia cristiana que lo visualizó como fuente de pecado.

La belleza anhelada fue, a su vez, una belleza cultivada. El consumo de cosméticos aumentó de manera moderada hasta la Primera Guerra Mundial, y el lápiz labial alcanzó gran éxito desde 1918, siendo ahora una nueva tendencia democrática de la cultura, dado que en el siglo xx los productos de belleza dejaron de ser un privilegio de clase a diferencia de épocas históricas pasadas.¹¹⁶ Ahora el poder de las revistas femeninas emergentes de la modernidad colombiana logró la democratización paulatina de estos artilugios de belleza en muchos sectores de la sociedad del país.

En la década de 1950, la deslumbrante y autónoma libertad sexual y corporal de Marilyn Monroe, aún siguió siendo vista con desconfianza desde sectores muy tradicionales en Occidente, más aún en Colombia donde prevaleció una fuerte tradición católica que cobró vigor desde los años de la Regeneración. En

¹¹⁴ “Sueños de belleza”, *Cromos* Vol: 88 No. 2191 (1959): 58-59

¹¹⁵ Andrés Felipe Lopera Cardona, “Bellezas imaginadas... 9

¹¹⁶ Gilles Lipovetsky, *La tercera mujer...* 121

consecuencia, modas tan polémicas como los escotes femeninos que fueron ilustrados con bastante frecuencia en CROMOS, especialmente representados por llamativas mujeres del mundo de la farándula y de la moda, entre ellas Marilyn Monroe, contribuyeron a una exhibición natural del busto en diferentes espacios sociales, proyectando un ideal de voluptuosidad que realzaba su atracción y que resaltaban la sensualidad femenina.¹¹⁷ Esto generó a una respuesta reaccionaria que buscó evitar que las mujeres colombianas imitaran la indumentaria y las poses seductoras de las modelos de las revistas. Los sectores conservadores consideraron una ofensa estas mujeres que se hacían cada vez más visibles y, a través de publicaciones periódicas amonestaban a las lectoras y condenaban estas indumentarias trasgresoras como una *moda inmoral*, que convertían a las mujeres en objetos de pecado y deseo lujurioso de los hombres.¹¹⁸

Una imagen tan sugestiva como la exhibida por Marilyn Monroe a través de sus actitudes y los roles de mujer que desempeñaba en las películas que protagonizó, usualmente provocadores e insinuantes, despertó el rechazo de sectores como los más católicos, que más allá de mirar con sospechas sus películas de Hollywood, de igual forma desconfiaron de las vestimentas modernas que enseñaban partes del cuerpo que antes estaban cubiertas, puesto que en Colombia históricamente la estética del cuerpo de la mujer cristiana estaba configurada a partir de tres requisitos; higiene, pudor y decoro, que buscaban la mayor semejanza con la Virgen María, una mujer inmaterial que reflejaba humildad, medida y

¹¹⁷ María Carolina Cubillos Vergara, *Mujeres en el papel...* 238

¹¹⁸ "La moda I", En *El Obrero Católico*, Medellín 11 de septiembre de 1954. p4. Citado por María Carolina Cubillos Vergara, "La moda 'I'", *Folios*, Vol: 10 No. 12-13 (2007), 19

abnegación.^{119 120} Esta fue completamente opuesta a la exuberancia de Marilyn Monroe, que sugirió significados opuestos a la virginidad, la decencia y el recato. La promoción de esta actriz en la prensa y el cine, logró así dividir la opinión mariana tradicional que tenían las mayorías de las mujeres hasta los años setenta del siglo XX. Sectores de opinión y de prensa reaccionarios como *El Obrero Católico* de Medellín, que entre sus tareas fundamentales se encontraba la lucha contra los *vicios o comportamientos irracionales*,¹²¹ rechazaban toda clase de indicios de convertir a las mujeres en objetos de deseo y lujuria, expresándolo de manera vehemente en sus páginas, la revista CROMOS exhibió las bondades y ventajas de las nuevas formas de llevar estilos de maquillaje y peinados al estilo Monroe sin caer en lo *inmoral*.

3.2 Marilyn, la culpable

La prensa femenina en América favoreció el afán de las lectoras por desear un cutis saludable y un cuerpo *de revista*. Durante largo tiempo los cuidados relacionados con el aspecto físico de la mujer —más allá de incluir el uso de maquillaje, peinados y productos cosméticos y químicos para obtener cabellos saludables y sedosos— estuvieron dominados por la obsesión con el rostro, por una lógica decorativa.¹²² CROMOS demostró el excesivo poder de representación de belleza que Marilyn Monroe logró ostentar durante la década de 1950 en América y la capacidad de transmitir una imagen de perfección corporal y facial.

¹¹⁹ María Carolina Cubillos Vergara. "La moda '1'" ... 24

¹²⁰ "La mujer virtuosa", *El obrero católico*, Medellín. 28, febrero, 1959, 11. En María Carolina Cubillos Vergara, *Mujeres en el papel...* 138.

¹²¹ Mauricio Archila, "La otra opinión: la prensa obrera en Colombia 1920-1934", *Anuario colombiano de historia social y de la cultura* No 13-14 (1986): 221

¹²² Gilles Lipovetsky, *La tercera mujer...* 121

En 1953 la editorial de CROMOS fue consciente de la evolución física del cuerpo y rostro de Marilyn Monroe que atravesó desde sus años como modelo y actriz en películas de bajo presupuesto, hasta el éxito de las películas que la elevaron al reconocimiento de una sex-symbol internacional. En la revista se retrató la imagen de una Marilyn totalmente distinta de aquella joven esbelta, delgada y rubia pero con poco reconocimiento cuando actuó en la película *Ladies of the Chorus* (1948), a diferencia de la mujer madura y sensual que ostentaba sus encantos femeninos en películas como *Niágara*, *Los Caballeros las prefieren rubias* o *Cómo casarse con un millonario*. El cuerpo de Marilyn Monroe que de forma ascendente hizo aparición en las páginas de CROMOS, fue un seguro referente visual de belleza y sensualidad de las mujeres colombianas lectoras del semanario. Se convirtió sin duda alguna en el ejemplo de una mujer que generaba la admiración de la mitad de los hombres del mundo ante sus pies y la otra mitad femenina atenta a todas sus actividades, por su sensualidad, gran atractivo femenino y su amplia experiencia.¹²³

La constante presencia de su cuerpo en los medios se pudo evidenciar en diversos episodios. Para 1954, el año en que la popularidad de Marilyn Monroe se encontraba en el más alto nivel de su consagración como artista y actriz de Hollywood, en distintas partes de Estados Unidos se empezaron a ver los inmediatos efectos de su imagen cada vez más popular, reflejados en el de las mujeres de este país quienes comenzaron a verla como un gran referente de belleza y de moda. La revista CROMOS documentó la experiencia del caso de un

¹²³ “Los cambios en el maravilloso rostro de Marilyn Monroe”, *Cromos* Vol.75 No. 1904 (1953): 22

numeroso grupo de profesionales de médicos y psiquiatras estadounidenses, quienes acusaron indirectamente a Marilyn Monroe de ser la responsable de provocar constantes e inesperados episodios de neurosis en decenas de mujeres con edades que oscilaban entre los 28 y 38 años, quienes afirmaban sentirse frustradas al no lograr imitar con precisión los rasgos físicos de su rostro. La razón era simple: “Miss Monroe puso de moda las redondeces”¹²⁴. Este dilema planteó una seria discusión sobre el método que los cirujanos esteticistas debieron emplear para la modificación de los rasgos naturales de las mujeres que desearan hacerlo, ya fuera cirugías en el rostro o el aumento del busto en las mujeres con un tamaño “pequeño”.

3.3 Marilyn, la anatómica

En la revista CROMOS el tratamiento de la información alusiva al cuerpo y belleza de *Miss Monroe*¹²⁵ inició unas cuantas portadas de revistas y fotografías, donde enseñó sus piernas y un rostro con maquillaje seductor y peinados arreglados. Sin embargo, desde el año de 1952 cuando CROMOS publicó notas periodísticas respecto al papel desempeñado en la película *Niágara* (1953), en el que Marilyn Monroe presentó sus primeras escenas con poca ropa, hasta la publicación en diciembre de 1962 de 78 fotografías donde salía casi desnuda y con una tela casi transparente tipo chifón hechas para la revista *Eros* de Nueva York publicada cuatro meses después de su fallecimiento, diversos autores,

¹²⁴ “Marilyn, la culpable”, *Cromos* Vol: 85 No. 2115, (1957): 18

¹²⁵ “Miss Monroe” es un adjetivo calificativo que la revista *Cromos* le asignó a Marilyn Monroe en muchas de sus PI, durante sus años de popularidad en el país.

nacionales e internacionales de la revista CROMOS¹²⁶ definió a Marilyn Monroe con un adjetivo calificativo particular: una mujer “anatómica”.¹²⁷

Para CROMOS la belleza “anatómica” se constituyó como una indicación alusiva estrictamente al cuerpo y anatomía femenina, es decir, un tipo de belleza que se adaptaba idóneamente al cuerpo humano o alguno de sus componentes, incluyendo el rostro, siendo la única alternativa legítima de lo que embellecería correcta y adecuadamente, y que permitía conservar la felicidad y, sobre todo, autoestima en la vida de pareja y principalmente como mujer.¹²⁸

En la información de las decenas de PI sobre Marilyn Monroe en los años cincuenta fue común encontrar en muchas de las páginas de CROMOS la sustitución del nombre “Marilyn” por “la anatómica”. En las secciones de cine, al publicar los títulos de las películas de Hollywood que se estrenarían pronto en las principales ciudades colombianas, se puede comprobar que la utilización de este calificativo fue una constante a la hora de reseñar las sinopsis de las películas. Incluso, CROMOS siempre fue consciente que la falta de experiencia y profesionalidad que caracterizó a Marilyn Monroe, a diferencia de talentosas actrices con las que trabajó (Jane Russell, Lauren Bacall o Betty Grable), era compensada con la seducción de su cuerpo en las pantallas: “Marilyn Monroe, tan linda como siempre, pero sin nada de talento, sigue siendo una magnífica actriz de

¹²⁶ Entre ellos Dorothy Lamour, Henry Gris, H. REPS, Howard G. Terry, Stephane Groueff, Paul Guihard, Inés y Cecilia Pedroza, incluyendo la Casa Editorial.

¹²⁷ Portada de revista, CROMOS Vol: 78 No. 1945 (1954)

¹²⁸ Consultar Anexos 7 y 9. En el Anexo 7, en la columna de Metonimias y en el Anexo 9 en la columna “Cuerpo y belleza” se pueden observar que desde el año de 1954 hasta el año de 1957 hay por lo menos cuatro referencias hechas por la revista CROMOS en las que se refiere a Marilyn Monroe como una mujer *anatómica* o que tiene calidad de este término.

taquilla. Los guionistas crearon para ella en *El mundo de la fantasía* un papel, sin olor, color ni sabor, pero donde pudiera lucir su exuberancia **anatómica**, cosa que atrae a mucha gente que puede llegar a cansarse también de tanto erotismo de fantasía.”¹²⁹ Así, la imagen del cuerpo de Marilyn Monroe en los medios de comunicación de revistas avivó el deseo de decenas de mujeres de perfeccionar su apariencia física, tal como fue reseñado en CROMOS para el caso estadounidense¹³⁰, cuando muchas mujeres recurrieron a la modificación corporal a través de las cirugías estéticas, debido al influjo de “Marilyn, la culpable” que las hizo sentirse desoladas por una fijación anatómica local.



Ilustración 11. Artículo. “Los cambios en el maravilloso rostro de Marilyn Monroe”. En *Cromos*. Bogotá, 10, octubre, 1953, p. 22

¹²⁹ “El mundo de la fantasía”, *CROMOS* Vol: 80 No. 1945 (1955): 25.

¹³⁰ “Marilyn, la culpable”, *Cromos* Vol. 85 No. 2115, (1954) 57

CAPÍTULO 4. ACTUACIÓN

Desde los tiempos de Greta Garbo y Jean Harlow, ninguna actriz se había logrado conectar con el público de manera tan contundente y unánime como lo hizo Marilyn Monroe, ya que sus apariciones en simples películas bastaban para abarrotar el cine en el que se proyectaba la película. Pese a nunca haber sido nominada para un Oscar, alcanzó una notoriedad que otras actrices de cine no lograron: traspasar los límites del reducido círculo de profesión y convertirse en una personalidad pública de superior proyección internacional.¹³¹

A pesar de su afán por conseguir papeles más serios y significativos de los que solía interpretar en los primeros años de contrato con la 20th Century Fox, e incluso después de los años de su consagración artística, bien es sabido que las críticas a Marilyn Monroe relacionadas con el desempeño profesional en su vida artística han sido persistentes a través de distintos medios de opinión y declaraciones de diversos directores y productores de cine de la década de los años cincuenta. Más allá de la imposición de su brillante y llamativa figura y su fotogenia en las revistas femeninas en América, su lenta ascensión al estrellato en tiempos desalentadores fue uno de los artilugios de su reconocimiento en el mundo de la actriz. El propio Lee Strasberg afirmó que después de trabajar con

¹³¹ "Marilyn Monroe", en *Las grandes estrellas: su vida, sus pasiones, sus películas*. Fasc. 01 (Bogotá; Editorial La Foca, 1980), 5

decenas de actores y actrices, sólo hubo dos que se destacaron por encima de los demás: Marlon Brando y Marilyn Monroe.¹³²

4.1 Marilyn, la estrella

En once años la Revista CROMOS de la información sobre Marilyn Monroe registró veintiún PI (30% del total) sobre su labor actoral en el cine y su influencia en el mundo del séptimo arte. En los inicios de la década de los cincuenta, los espacios dedicados en la revista con autoría de la columnista Dorothy Lamour fueron el escenario apropiado para la exhibición de los cuerpos de las mujeres-ícono que Hollywood enseñaba en sus producciones cinematográficas. Los consejos de moda de la columnista, al ser reconocidos como la más elevada cátedra del buen vestir debido a su elocuencia, constancia y convincente retórica en sus mensajes, se convirtieron en uno de los espacios más predilectos y preferidos de las mujeres lectoras que deseaban estar al tanto de las mejores asesorías para la mujer del común. La estrategia de emplear fotografías de diversas actrices en sus columnas, entre ellas Marilyn Monroe, se convirtió en la táctica educativa y a su vez expositiva más eficiente, a pesar que en los primeros años de su carrera actoral no contaba con la fama y el reconocimiento periodístico que recibió a partir de 1953.

Desde el año 1951 CROMOS le asignó a Marilyn Monroe el calificativo de *estrella*, con lo cual indicó la condición que la actriz ostentó desde los primeros

¹³² Luis Martínez, "Marilyn contra Marilyn" en Sonia Aparicio, "Marilyn la rubia eterna" *El Mundo*, Madrid, (2012), disponible en internet: <http://www.elmundo.es/especiales/2012/cultura/marilyn-monroe/cine.html>. Consultado el día 21 de octubre de 2017.

años de la década hasta los días cercanos a su muerte.¹³³ En diferentes artículos publicados en la revista, Monroe ya era apta para ser renombrada como ‘estrella’. Con la película *Niágara* y su interpretación de una *vampiresa* llamada “Rose”, y con el lanzamiento de la película *Cómo pescar un millonario* (con la participación de la exuberante Jane Russell), Marilyn Monroe representó la actriz principal de la Fox en muchos años, logrando así alcanzar un notable éxito internacional que elevó la frecuencia del tratamiento periodístico en la revista CROMOS.

Asimismo, el advenimiento de Marilyn Monroe en el cine fue un tema de extensa discusión en las páginas de la revista CROMOS desde 1953. Periodistas de talla internacional como Henry Gris, conocedor del espectáculo hollywoodense, cuyos reportajes en la revista dedicaron varios de sus escritos para poner de manifiesto la amenaza que Monroe representó para las veteranas actrices de Hollywood, se hizo cada vez más contundente. Como reportero de las noticias de Hollywood especialmente en los años cuarenta y cincuenta, Gris reportó para CROMOS su lenta transición y consagración en el cine norteamericano. Para él, la *super sensacional y super atractiva* chica, obligó a las estrellas de Hollywood como Esther Williams, Elaine Stewart y Rita Hayworth que brillaban con luz propia desde años atrás y que confiaban en sus atractivos físicos y faciales, a que sostuvieran una lucha férrea y cuidar sus laureles, ante la ofensiva de Marilyn Monroe en las pantallas de cine.¹³⁴

¹³³ Desde principios de 1953, el agente de Marilyn Monroe negoció su salario y logró aumentarlo a 1200 dólares semanales. Su fama creció de forma acelerada y fue justo en este año que prácticamente la carrera de actuación alzó alto vuelo, logrando ser reconocida por todas las amantes del cine y, por supuesto, por el público.

¹³⁴ Henry Gris, ““Edad” contra “Belleza””, *Cromos* Vol: 75 No. 1878 (1953): 15

En consecuencia, la avasallante popularidad de Marilyn Monroe entre las seguidoras del cine norteamericano creó la necesidad de querer ver las “notas Monroe” más seguido en las páginas de prestigiosas revistas especializadas sobre Hollywood muy solicitadas por las mujeres estadounidenses, como *The Daily Variety* y el *Hollywood Reporter*, notas relacionadas sus fotografías, su vida y, por supuesto, sobre sus películas.¹³⁵

Entre 1953 y 1954 el crecimiento de las PI en la revista fue exponencial, alcanzando un 44.4%. Pero un aspecto atractivo y revelador del tratamiento informativo hecho por la revista, fue la preferencia por el uso de fotografías de la actriz, en vez de los avances en la cinematografía ya empleados en las películas de Hollywood como novedad mundial. Un ejemplo fue la implementación del Cinemascopio, producto de la compresión y el alargamiento de la imagen reflejada, para que al ser proyectadas sobre una pantalla panorámica, generara la percepción de una perspectiva más amplia. En 1953 se estrenaron dos películas pioneras en la utilización de esta técnica cinematográfica: *El manto sagrado* y *Cómo pescar un millonario*, la segunda protagonizada por Marilyn Monroe, (junto con Lauren Bacall y Betty Grable). Un año después, en medio de la constante publicación de información relacionada con Marilyn Monroe, la Revista CROMOS publicó un pequeño artículo titulado: “Segunda ofensiva del Cinemascope sobre Londres”, y a pesar de su contenido relacionado con esta innovadora técnica, la publicación giró en torno a la imagen de Marilyn Monroe en la película. Según el artículo, Monroe quien sustentaba toda la película y no bastaba con la pretensión

¹³⁵ Henry Gris, “El calendario de Marilyn Monroe en Hollywood”, *Cromos* Vol: 75 No. 1876 (1953): 14

de mostrar un plano de la ciudad de Nueva York y una orquesta musical completa de manera voluminosa, porque fue la *glamour girl* quien se destacó en la película:

Marilyn es una artista, una excelente actriz, pese a su invariable aire 'terrific in pink', que le dio tanta fama a sus primeras producciones (All about Eve, Monkey Business, Gentleman prefer blondes, etc). La popular estrella sabe preparar un 'gag' y, con su voz de terciopelo y pestañeo inimitable, interpretarlo con gran sentido cómico. En esta historia de tres gold-diggers, tres maniqués, afanadas en cazar un millonario cada una, Marilyn desempeña el papel de miope que no se atreve a ponerse gafas en público. Se equivoca de galán, se golpea en todas partes, lee los libros al revés, etc, semejantes tribulaciones podrían ser aburridas, pero Marilyn se las arregla para dotarlas de alegría y de infinitas variedades.¹³⁶

En la película *Cómo pescar con un millonario* dirigida por Jean Negulesco, las mujeres protagonistas Schatze Page (Lauren Bacall), Loco Dempsey (Betty Grable) y Pola Debevoise (Marilyn Monroe), eran tres maniqués¹³⁷ en busca de un hombre adinerado. A pesar de que la película giró en torno a las tres diferentes situaciones que cada una de las protagonistas atravesó, la atención del público se centró en Marilyn Monroe, su figura y por supuesto, su actuación.¹³⁸ Sin embargo, en CROMOS el contenido que el título de esta publicación evocó no giró en torno al tema técnico y cinematográfico que este sugirió, sino en la cómica actuación

¹³⁶ "Segunda ofensiva del Cinemascope sobre Londres", *Cromos* Vol: 78 No. 1923 (1954): 56

¹³⁷ En su libro *Mujeres en el Papel*, María Carolina Cubillos definió a las mujeres *maniqués* de mediados del siglo XX, como aquellas modelos que se desarrollaron con soltura y elegancia en el mundo social a través de la exhibición de su cuerpo, para promocionar las recientes creaciones de los diseñadores y las casas de moda. Ver el apartado "Acerca de los maniqués y las reinas". María Carolina Cubillos. *Mujeres en el papel...* 171.

¹³⁸ En una de las clásicas escenas de la película, las tres mujeres desfilan con diferentes indumentarias de moda frente a un hombre acaudalado. Sin embargo, llamó la atención que la única de las actrices en lucir un vestido de baño fue el personaje interpretado por Marilyn Monroe, con escotado tipo strapless, enseñando el pecho y las piernas. Pero además de la sugestiva y tentadora imagen, la película se convirtió en el escenario en el que Monroe demostró su aptitud y destreza para desempeñar papeles cómicos a través de gags (efectos cómicos visuales) al estilo Charles Chaplin, al interpretar el rol de una mujer que sufría de miopía, se tropezaba constantemente y actuaba con torpeza, cuando dejaba de usar sus lentes delante de los hombres, por temor a no verse lo suficientemente atractiva y no conseguir su objetivo final: casarse con un hombre adinerado.

que Monroe le dio al papel de una atractiva mujer caza-fortunas acompañada de sus dos amigas modelos, cuya meta en la vida era exactamente el mismo.



Ilustración 12. Portada de revista con fotografía de Marilyn Monroe junto con Lauren Bacall y Betty Grable, en el set de grabación de la película *Cómo pescar un millonario*. En *Cromos*. Bogotá. 22, marzo, 1954.

4.2 Marilyn, “rebelde sin motivo”

Desde 1957 buena parte del tratamiento periodístico que la revista CROMOS realizó sobre Marilyn Monroe se orientó hacia los aspectos relacionados con su vida íntima que se hicieron de conocimiento público, como los interrogatorios contra su esposo Arthur Miller y la lenta ruptura de su matrimonio que llamaron la atención de los medios de comunicación en los países americanos y europeos, desplazando la atención a los aspectos no concernientes a su labor actoral. Para finales de la década de los años cincuenta y los primeros meses de la década de los sesenta, asuntos controversiales y públicos como su divorcio con Arthur Miller y los rumores de un aparente reencuentro amoroso con su ex esposo Joe Dimaggio, no interrumpieron el empeño de la revista CROMOS en recordar a las lectoras que Marilyn Monroe aún continuaba en primera fila como actriz y en las noticias.¹³⁹

En los reportajes publicados en los últimos años de su vida relacionados con su labor actoral, se evocaron las películas más representativas producidas en el año de 1953 que la llevaron al estrellato y que no podrían ser olvidadas tan fácilmente, dado que fueron la puerta de entrada a la realización de más producciones cinematográficas que la llevaron a engrandecer su labor actoral y perfilar progresivamente el tipo de películas que ella soñó con hacer parte.

Sumando los esfuerzos que Marilyn Monroe emprendió para alcanzar diferentes metas laborales y artísticas, a través de su participación en el Actors

¹³⁹ Inés y Cecilia Pedroza, “Marilyn sigue en primera fila”, *Cromos* Vol: 90 No. 2294 (1961): 6

Studio y sus deseos de participar en películas más serias y menos estereotipadas, los diferentes autores que trabajaron para la casa editorial de revista CROMOS fueron conscientes de las capacidades personales y las intenciones actorales que ella manifestó después de la popularidad alcanzada con los éxitos cinematográficos de 1953. Desde 1956, CROMOS registró la nueva actitud que asumió Monroe con respecto al cine de Hollywood, despertando sospechas de un sentimiento personal que tendió a evitar su presencia en dicha ciudad. El autor Howard G. Terry registró en un especial para CROMOS, cuando iba a terminar de rodar la película *Bus Stop* (1956), Marilyn Monroe no parecía muy interesada en permanecer mucho tiempo en Hollywood, estando el tiempo que era estrictamente necesario para sólo para trabajar, y nada más. Por eso, la prensa de Hollywood llegó a la conclusión que ella ya no estaba segura de lo que quería, igual que su socio Milton Greene (Marilyn Monroe Productions Inc).¹⁴⁰ En su artículo, el autor explicó que los productores de Hollywood no entendieron el porqué de su reciente actitud, dado el conocimiento público acerca de su crianza en el ambiente de la principal ciudad del cine mundial, a diferencia de otras súper estrellas y actrices que crecieron en otros ambientes y lugares, haciéndose un poco más comprensible sus inesperadas desapariciones. A diferencia de éstas, Marilyn era una "rebelde sin motivo", además de una rebeldía asociada a su estilo de vida que contradecía a los roles asignados tradicionalmente a la mujer.

¹⁴⁰ Howard G. Terry, "Marilyn sigue no siendo Grushinka.", *Cromos* Vol: 83 No. 2049 (1956): 30

CAPÍTULO 5. ESTEREOTIPOS: LA MUJER OBJETO

Desde sus principios, una de las prácticas más eficientes en la publicidad directa y subliminal, fue la utilización de la mujer como un <<objeto>> dentro del contenido publicitario, siendo representada sin personalidad autónoma y sin identidad propia y, lo más importante, con un alto significado sexual.¹⁴¹ En el caso de Marilyn Monroe, la misma estrategia fue utilizada en sus películas por diversos productores de Hollywood y, en el caso colombiano, a través de la publicidad de diversos productos de belleza e higiene tal como se promoiconaron en la revista CROMOS. Pero si se desea tener una idea mejor ilustrada de esta clase de mujer objeto propuesta por el cine de Hollywood, basta con observar atentamente los personajes femeninos que Monroe representó en películas mencionadas anteriormente como *Niágara*, *Los caballeros las prefieren rubias*, o *Cómo pescar un millonario*, llamadas Rose, Lorelei Lee y Pola Debevoise. Los roles interpretados por ella en estas obras cinematográficas cumplen con cada una de las características sugeridas por Juan Carlos Suárez Villegas en lo referente a la mujer objeto promovida en los medios de comunicación, es decir, mujeres sin personalidad ni identidad.¹⁴² Al analizar sus papeles, uno tras otro jamás se desligaron de su ausencia de cualquier origen social o económico, donde en algunas de sus películas, sus personajes no tienen nombre, acentuando su carácter de mujer objeto.¹⁴³

¹⁴¹ Pedro David Chacón Gordillo, "La mujer como objeto sexual en la publicidad", *Comunicar* Vol: 16 No 31 (2008): 405

¹⁴² Juan Carlos Suárez Villegas, "Estereotipos de la mujer en la comunicación"... 8.

¹⁴³ Juliana Zapata Cadavid, "«La otra que soy...» Psicopatología de la personalidad de Marilyn Monroe". *Poiésis* No: 26 (2013): 9

Aunque las tres películas tuvieron guiones completamente diferentes, el modelo de mujer que representó en cada una, tuvieron características similares y visibles que la hicieron un modelo femenino predecible: mujeres idénticas tanto estéticamente como en el papel que muchas mujeres representaron en una sociedad aún vigilada por los criterios culturales de la década de los años cincuenta; mujeres desprovistas de iniciativa socioeconómica, quienes hacen apología al atractivo físico de una exuberante mujer rubia como el arma más eficaz para conquistar hombres adinerados, y lograr obtener lujosos bienes materiales y una posición socioeconómica más elevada. Una mujer que sonríe y hace gestos sugestivos para incitar, y que cuando le es necesario se convierte en una “posesión” del hombre para alcanzar poder social y prestigio económico.

Juan Carlos Suárez también le asignó dos funciones principales a la mujer objeto: la de mujer adorno y la de mujer escaparate. La primera tiene como único fin es adornar el cuadro de la revista únicamente, el hogar —un bello mueble más—, y al hombre como su accesorio favorito que lo hace admirable y envidiable. La segunda función hace de la mujer un símbolo del triunfo masculino, quien tiene el prestigio, y sin él no sería absolutamente nada, solo una mujer sin identidad propia.¹⁴⁴ En consecuencia, la mujer objeto queda instantáneamente impedida emocional y pragmáticamente para desarrollar proyectos individuales, además desprovista de independencia económica y afectiva frente a los hombres.

En Colombia, bajo la sombra del generalizado estereotipo mujer objeto propagado por las revistas femeninas, la dinámica del mercado de diversos

¹⁴⁴ Juan Carlos Suárez Villegas, “Estereotipos de la mujer en la comunicación...” 8

productos de belleza, los parámetros culturales de la época y la fuerte influencia norteamericana sobre la construcción de la vida social y cultural, se inició de manera sutil una nueva forma de entrega de la mujer a los deseos y satisfacciones sexuales del hombre a través de eficaces y directos mecanismos persuasivos como el cine y las revistas femeninas, siendo CROMOS la abanderada en este campo periodístico dedicado especialmente a las mujeres con acceso a mejores privilegios.

5.1 Marilyn, la rubia

Durante muchos años, más allá de ofrecer a la mujer colombiana una variedad de productos cosméticos y elementos al servicio de la dinámica de la oferta y demanda en Colombia, la revista CROMOS participó de manera intensa en la transmisión de imágenes y representaciones de mujeres idealizadas que en Estados Unidos se popularizaron por las películas de Hollywood. En materia nacional, los diversos rostros de atractivas modelos que participaron en el Concurso Nacional de Belleza fueron ejemplos de representaciones *criollas* de mujeres-ícono quienes se destacaron por sus atributos físicos y su belleza meritoria de reconocimiento internacional. Es un hecho que muchas mujeres disfrutaran de las particularidades propias de los productos de belleza y maquillaje que la revista CROMOS ofreció para ellas y de las bellas colombianas que aparecieron en decenas de portadas. Sin embargo, la evidencia de la construcción de la belleza a través de la exposición de mujeres-ícono internacionales y cada una de sus particularidades estéticas, se puede apreciar en los discursos de este semanario a través de los mensajes estereotipados sobre las características

fenotípicas de las mujeres, que en tiempos como en la década de los años cincuenta aún se debatió en el país.

Clara María González Jaramillo explica que las marcas extranjeras tradujeron sus anuncios para América Latina, pero aun así mantuvieron en su mayoría los tipos de ilustraciones elaboradas en su país de origen, así que las imágenes que se publicaron fueron escasamente adaptadas al fenotipo nacional y presentadas más bien como un modelo global, muy diferentes al tipo de mujeres retratadas por Pedro Nel Gómez.¹⁴⁵ En Colombia, tal como se ha estudiado y se ha demostrado, ha existido una heterogénea diversidad étnica, donde las características fisionómicas de las mujeres no son precisamente tal como la Revista CROMOS exhibió en estos años, donde en mayor medida solo aparecieron mujeres de piel blanca, peinados elegantes y ropa a la moda, características propias de Marilyn Monroe y que durante la década de los años cincuenta, fueron las únicas que merecieron ser publicadas en la revista. Pese a los esfuerzos de representaciones indigenistas de algunos artistas de la época como Pedro Nel Gómez, y la influencia del trabajo de algunos muralistas mexicanos, en Colombia se continuó promocionando a través de CROMOS los distintos modelos extranjeros incluso en anuncios publicitarios de productos hechos en el propio país.¹⁴⁶

Con base en los acercamientos a las investigaciones sobre los estereotipos de género en los medios de comunicación y el cine, incluyendo las revistas femeninas, se ha llegado a concluir que la imagen de Marilyn Monroe se convirtió

¹⁴⁵ Clara María González Jaramillo, *Mujeres de revista...*83

¹⁴⁶ Clara María González Jaramillo, *Mujeres de revista...*89

en la representación de una mujer a la cual le han asignado estereotipos que la clasifican como una mujer objeto. Por ejemplo, la investigadora y comunicadora española Ana María Belmonte Jiménez explicó que a Marilyn Monroe difícilmente la dejaron salir del estereotipo de *rubia tonta*, tanto en los roles que interpretaba en las películas como en su vida íntima.¹⁴⁷ Su afirmación respalda la postura de la despersonalización que planteó María del Socorro Suárez Lafuente¹⁴⁸, en el cual tales estereotipos desarrollados por el cine alcanzaron el límite del despojo de su real intimidad y su real proceder ante la opinión pública, encasillándola en un modelo inamovible en la sociedad y el mundo. Según las autoras Ana Guil Bozal y Juana Gila, la influencia del cine es tan poderosa hasta el punto de afirmarse que éste crea los personajes y no a la inversa, que estos personajes modélicos surgen en la mente de algún director, de su entorno o de sus experiencias personales, y es a través de su producción cinematográfica que se generaliza en la población.¹⁴⁹ Marilyn Monroe, quien nunca se desentendió de este trato, afirmó: “un símbolo del sexo se convierte en un objeto. Y no me gusta ser un objeto. La fama tiene un peso especial que será mejor que explique. No me importa la obligación de ser encantadora y sensual. Pero lo que va con eso es cargante. Pienso que la sensualidad es atractiva sólo cuando es natural y espontánea.”¹⁵⁰

¹⁴⁷ Ana María Belmonte Jiménez, “Marilyn Monroe y los estereotipos de género”, *Razón y palabra* Vol: 16 No 77 (2011): 2. Disponible en internet:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520010079>. Consultado el día 27 de octubre de 2017

¹⁴⁸ María Socorro Suárez Lafuente, “Marilyn Monroe. Máscaras y miradas”... 342-343

¹⁴⁹ Juana Gila; Ana Guil Bozal, “La mujer actual en los medios... 92

¹⁵⁰ Juan Guillermo Ramírez, “Marilyn no era una pobre rubia boba”, *Literariedad* Año 4, semana 43 (2017). Disponible en internet: <https://literariedad.co/2015/09/20/marilyn-monroe-no-era-una-pobre-rubia-boba/>. Consultado el día 30 de octubre de 2017

Ana María Belmonte respaldó este planteamiento destacó que una de las estrategias más utilizadas por los medios de comunicación para es estereotipar, es recurrir a la constante utilización de figuras retóricas para referirse a las mujeres y los grupos estereotipados. En el caso de la revista CROMOS, es constatable esta afirmación; metáforas y metonimias se utilizaron en los numerosos discursos de las PI referentes a Marilyn Monroe, así como una serie de adjetivos calificativos que la caracterizaron por su cuerpo e imagen, *la rubia con rostro de ángel, actriz rubia, la rubia Marilyn* ó *la rubia beldad*, solo para referirse a ella, incluso omitiendo en numerosas ocasiones el uso del nombre propio.¹⁵¹

Este tratamiento dado en la revista CROMOS se derivó de los estereotipos de género que se crearon a partir del cine y de películas que impulsaron las representaciones en cuestión. Obsérvese con atención las películas *Los caballeros las prefieren rubias* y *Cómo pescar un millonario*, las cuales obligaron a Marilyn Monroe a llevar consigo diversos estereotipos de género como el popular calificativo de “rubia tonta”, a causa de los guiones que usualmente se le asignaban en sus primeros años de trabajo.

El estereotipo de ‘rubia tonta’ es una de las representaciones más ejemplares de la mujer objeto, y ha sido una de las más populares en toda América y Europa. Este estereotipo ha sido utilizado para hacer alusión a un modelo de mujer de pelo rubio platinado, seductora, pero ante todo, “tonta”. En estas películas se parte de

¹⁵¹ Consultar Anexos 7 y 8. El Anexo 7 se observa una serie de metáforas, metonimias e ironías utilizadas en cada una de las PI, donde se designa la imagen de Marilyn Monroe por otra idea o se identifica con un término imaginario. El anexo 8 muestra los adjetivos calificativos más sucesivos utilizados por la revista CROMOS para referirse a Marilyn Monroe a lo largo de los años de su estrellato.

una premisa social que en la década de los años cincuenta se encontraba muy interiorizada en la conciencia femenina: el matrimonio como una etapa fundamental de la vida de una mujer, y si el matrimonio es llevado a cabo con un hombre millonario, con mayor razón se debe hacer, independientemente de los verdaderos sentimientos que esta pueda tener hacia él.¹⁵² La apariencia de una mujer blanca, rubia, atractiva, ambiciosa y además poco inteligente, logró un notable impulso con la proyección de estas películas en las salas de cine colombianas, llevando a poner de manifiesto un insólito debate entre los significados de las características fenotípicas de las mujeres, con base en los rasgos físicos y de conducta.

Con un vistoso título que llevó consigo una carga de enfrentamiento entre dos opciones y modelos en disputa, la revista CROMOS preguntó a las lectoras: “¿A ud. cómo le gustan más, rubias o morenas?”.¹⁵³ Para el año de 1954 el estereotipo de rubia tonta seguramente habría alcanzado un seguro nivel de identificación en las mentes de los amantes del cine y de las lectoras de la revista, que siguieron de cerca las noticias relacionadas con las novedades cinematográficas y noticiosas sobre Marilyn Monroe, ya que las películas que la catapultaron hacia al éxito aún mostraban el clásico estereotipo de rubia tonta.

¹⁵² Juan Carlos González Arroyave, “Una actriz llamada Marilyn Monroe”. *Revista Universidad de Antioquia* No. 0309 (2012): 120

¹⁵³ “¿A Ud. cómo le gustan más, rubias o morenas?”, *Cromos* Vol: 78 No. 1935 (1954): 16



Ilustración 13. Marilyn Monroe y Jane Russel en “¿A Ud. cómo le gustan más, rubias o morenas?”. En *Cromos*. Bogotá. 24, mayo, 1954, p. 16

El artículo anterior fue una llamativa evidencia del debate de las representaciones de los nuevos modelos surgidos a partir de las películas del cine y de lo que significaba ser una mujer rubia, para mediados del siglo XX en Colombia. Obsérvese que en los cuadrantes superiores sobresalieron dos modelos de mujeres con características estéticas diferentes que el título indicó claramente: la una es morena (brunette) y la otra es rubia (blonde). Tanto el título como la imagen en contraposición, evocaron posiblemente en la mente del lector, la película *Los caballeros las prefiere rubias* del director Howard Hawks, donde ambas actrices fueron las protagonistas y cada una lucía un aspecto físico diferente, especialmente diferenciado en el color del cabello. Sin embargo, el

desarrollo de este artículo sugiere que está orientado especialmente hacia un público masculino, puesto que puso en discusión las preferencias de los hombres para contraer matrimonio y establecer una relación duradera, ya fuera con una mujer de cabello rubio o una con el cabello más oscuro. En el artículo se aseguró que, según investigaciones de experimentados psicólogos y después de un estudio donde se interrogó a unos 400 hombres con la pregunta: ¿preferiría usted casarse con una rubia o con una mujer de cabello de otro color?, al parecer el 76% de los encuestados preferiría contraer nupcias con las mujeres “morenas”.

El estereotipo de rubia tonta que representó Marilyn Monroe con sus películas logró socializarse de tal manera en la sociedad latinoamericana, que en las revistas femeninas este tema logró poner en debate su legitimidad en la vida familiar y sus consecuencias para la sociedad. La imagen que representó Marilyn Monroe en *Cómo casarse con un millonario*, expuso una mujer interesada, superficial y, sobre todo, poco comprometida por una relación seria en el matrimonio. A su vez, indirectamente representó un “festín” que muchos hombres pudieron aprovechar para tener una aventura pasajera, convirtiéndose en un símbolo de advertencia ante los hombres que deseaban contraer matrimonio con una mujer. El artículo en cuestión dejó en evidencia que los resultados de la encuesta citada estuvieron basados en estereotipos popularizados¹⁵⁴, dado que según los encuestados la mayoría preferiría casarse con mujeres de piel y cabellos oscuros, dado que constituyen hogares más fieles, estables y son más

¹⁵⁴ Por lo regular, un estereotipo se crea al darle forma de *verdad evidente* a algún fenómeno fantástico, carente de realidad material, y *demonstrada* por los medios. Pero al compartirse socialmente, los portadores del estereotipo los promueven al principio como innovación, como humor o disidencia, y al imponerse como moda por la imitación se consolida en un valor a seguir.

"cariñosas". Para sustentar sus argumentos, el articulista contrapuso ejemplos históricos de algunas de las mujeres más sensuales y representativas de la historia, que tuvieron un color diferente al cabello rubio, como Cleopatra y Elena de Troya. Además, señalaba que existe un considerable número de pruebas y hechos recogidos que demuestran que las mujeres de pelo no *blondo*, son mejores esposas. Para ello citó a un eminente sociólogo inglés de nombre E. Beddoe, quien llegó a la siguiente conclusión: "el 78% de las trigueñas eran felices en sus matrimonios, en comparación con un 68% de las rubias. El 40% de los maridos de las mujeres rubias se quejaban de que sus esposas se mostraban indiferentes", provocando que los hombres en Inglaterra estuvieran prefiriendo las mujeres de pieles no tan claras al igual que su color del cabello.¹⁵⁵

Para argumentar y dar sentido de verificabilidad, en el artículo se incluyeron un conjunto de estudios relacionados con la vida marital y de supuesto estudios biológicos, que concluyeron que la piel de la mujer morena es mucho más resistente y asimila mejor la energía solar y, por ende, conservan una mejor salud.¹⁵⁶ Una mujer rubia es más propensa a frustrar el plan marital de vida de sus compañeros. A pesar de ser atractivas, desarrollan su madurez como mujeres mucho después que las morenas, a quienes se les asocia con climas tropicales, mientras que las rubias provienen de climas fríos. Al final se advirtió: "El hombre que busca a una esposa afectuosa, comprensiva y estable en el vínculo

¹⁴⁵ "¿A Ud. cómo le gustan más, rubias o morenas?", *Cromos*. Vol: 78 No. 1935 (1954): 17

¹⁵⁶ Desde los actuales estudios médicos y dermatológicos es sabido que en los seres humanos existen diferentes tipos de piel clasificados según la resistencia a la luz solar, y que los expertos han recomendado que para aquellas personas que tienen la piel muy blanca, el cuidado de la piel debe ser más estricto que en las personas cuyas pieles son más oscuras o incluso negras. Sin embargo, actualmente se ha desmitificado cualquier prejuicio que indica según el tipo de piel, una mujer idónea en la conformación de hogares y vidas maritales estables.

matrimonial, no se debe dejar caer en las bien tejidas redes de unas trenzas doradas; su misión en la vida está algo más allá de lo superfluo...".¹⁵⁷

5.2 Marilyn, la pin-up fatal

Aunque suene contradictorio el subtítulo en sí mismo, para la revista CROMOS la imagen de Marilyn Monroe reunió los elementos característicos de una mujer fatal o *vampiresa* y la de una chica pin-up, y aunque estas dos representaciones estereotipadas de la mujer producidas por el cine tuvieran particularidades especiales en CROMOS nunca se logró separar completamente una de la otra, en el caso de Monroe.

Históricamente, como ya se explicó con anterioridad, ha existido una connotación de inferioridad de la belleza y figura femenina, conllevando a que siempre se le mire con un leve sentimiento de desconfianza espiritual y moral, como si se tratara una trampa mortífera. Sin embargo, en el siglo XX, todas las imágenes que inspiraron terror y los estereotipos que las depreciaban paulatinamente cayeron en desuso. Gilles Lipovetsky afirmó que al fin la mujer logró liberarse de sus lazos tradicionales que la relacionaban con con el peligro y el vicio; asimismo señaló que el atractivo físico se vio como un valor sin prejuicio y con una carga menos malévola que la de siglos anteriores, y que es este siglo donde triunfa la era de la *posmujer fatal*.¹⁵⁸ La participación del cine en la democratización de los medios, logró que apareciera una nueva figura femenina, una mujer sin aspecto de vampiresa, tierna y sin intenciones de tentación. Mujeres

¹⁵⁷ ¿A Ud. cómo le gustan más, rubias o morenas?", *Cromos...* 46

¹⁵⁸ Gilles Lipovetsky, *La tercera mujer...* 157

icónicas de los años treinta y cuarenta, como Marlene Dietrich, Lauren Bacall y Rita Hayworth evocaron un aire de vampiresa a través de su indumentaria, sus miradas y sus comportamientos, pero sin la dimensión malvada tradicional, que las catalogaba como mujeres egocéntricas y manipuladoras, quienes sólo buscaban a los hombres para hacerlos caer en tentaciones sexuales y de consumir todo aquello que se le ofrecía.

Pero fue a finales de los años cuarenta y en los años cincuenta que una nueva figura impuso su estilo de belleza y atracción: las chicas pin-up. Las fotografías y obras de arte con chicas pin-up evidenciaron, en gran medida, el estado de la cultura estadounidense sumergida en el consumismo de la época y el renacer erótico a través de películas y fotografías. Hasta 1960, ninguna de las películas se libraba fácilmente de los cortes de la censura, pero aun así el estereotipo pin-up logró batir un record indispensable en la promoción de las películas. Así, muchos fotógrafos tuvieron que innovar sus métodos de eludir la censura, utilizando en sus fotografías la seda y el satín para ceñir el cuerpo de las estrellas que no podían aparecer desnudas. Sin embargo, este tipo de fotografías siempre tuvo un objetivo: excitar a los hombres que adquirieron sus posters, especialmente los jóvenes soldados que participaron en la Segunda Guerra Mundial, quienes llegaron a considerarlos como un amuleto de la buena suerte.

Como explica Gilles Lipotevstky, la pin-up representó el erotismo femenino desprovisto de maldad y dobles intenciones. Con poca vergüenza, sonrientes y,

sobre todo muy provocativas, sus sonrisas evocaron tranquilidad y placidez.¹⁵⁹ Este argumento fue confirmado por el profesor e investigador de historia del cine Peter Lev, quien afirmó que el secreto de Marilyn Monroe en el cine norteamericano, fue lucir sexual pero sin ser amenazadora, logrando romper el antiguo lazo entre sexo y culpa que tanto se temió en siglos anteriores,¹⁶⁰ naciendo el nuevo estereotipo de la posmujer fatal. Mujeres como Theda Bara, Marlene Dietrich y Pola Negri, se vieron eclipsadas con la estética desdramatizada que Marilyn Monroe elevó a la categoría de mito.¹⁶¹ El prestigioso fotógrafo Bruno Bernard quien había trabajado con algunas modelos, quedó impresionado por las poses y los buenos resultados logrados en sus sesiones fotográficas de la joven Norma Jean Bajer, animándole a que cambiara su color rubio oscuro por un rubio platinado y su nombre de pila por el de Marilyn Monroe.

Para el año de 1952 la revista CROMOS documentó el estereotipo pin-up a través del trabajo de diversas modelos que utilizaron los trajes de baño para consolidar sus carreras y complacer sus estudios. En el artículo titulado “¿Veremos el ocaso del vestido de baño?”, escrito por el autor de seudónimo “U.P.” explicó que en Hollywood se llevó a cabo una campaña para determinar si al público aún le gustaba ver a sus más hermosas y curvilíneas estrellas luciendo bellos trajes de baño. Según el autor, Marilyn Monroe es una buena razón de por qué las fotografías en trajes de baño aún se consideraron populares en los

¹⁵⁹ Gilles Lipovetsky, *La tercera mujer...* 160

¹⁶⁰ Peter Lev, *The Fifties: Transforming the Screen 1950-1959* (Berkeley: University of California Press, 2003), 40

¹⁶¹ Gilles Lipovetsky, *La tercera mujer...* 161

Estados Unidos, y la fotografía de las chicas pin-up se convirtió en *una de las bellas artes*, labor igual de intrincada como la de hacer una película completa.¹⁶²



Ilustración 14. Marilyn Monroe en portada de revista. En *Cromos*, Bogotá. 22, Septiembre, 1951.¹⁶³

¹⁶² U.P., “¿Veremos el ocaso del vestido de baño?”, *Cromos* Vol: 73 No. 1832 (1952): 14

¹⁶³ El título que llevó la portada de revista acompañando la fotografía de Marilyn Monroe es “Miss Cheesecake”. Muestra una Marilyn inocente y divertida, pero a la vez seductora y exuberante, imagen que cumple con características de las mujeres pin-up. El calificativo *Cheesecake* era un sinónimo de chicas pin-up, que se aplicaba a las mujeres con cuerpo y piernas bonitas. Este mismo calificativo lo explican en la revista *Cromos*, aduciendo que Marilyn Monroe era la “vencedora” y que pretendía conservar su *forma* por mucho tiempo. Ver: “Miss Cheesecake”, *Cromos* Vol: 71 No.1799 (1951):26

En los días de su más alta popularidad, cuando en 1954 el periodismo de la revista CROMOS impulsó la imagen de Marilyn Monroe y su trabajo cinematográfico, aun se pone de manifiesto la contraposición entre la mujer fatal y la nueva mujer pin-up. La revista CROMOS afirmó que en la película *Cómo pescar un millonario* “la actriz ha sustituido a la mujer fatal, pero sin menoscabo de la glamour girl”.¹⁶⁴ En esta película, Marilyn Monroe logró reunir las características, tanto estéticas como conductuales de ambos modelos de la mujer cinematográfica de los años cincuenta. Si se observa con detalle, una de las características del estereotipo de las mujeres fatales o vampiresas, ha sido la elegancia, los refinados trajes, sus cabellos oscuros e incluso en algunas ocasiones llevaban sus rostros cubiertos levemente. En el caso de las vestimentas de las chicas pin-up que lucieron en las fotografías, se caracterizaba por el uso de trajes de baño y poca ropa, piernas y busto descubiertos, y una gran sonrisa, herramientas más efectiva para lograr atraer a los hombres.

Aunque, Gilles Lipovetsky señaló que Marilyn Monroe logró la más elevada representación del estereotipo de chica pin-up de Hollywood, desbancando a las más grandes vampiresas y posmujeres fatales de las películas de los años treinta, la revista CROMOS vio en ella una imagen de una mujer fatal interiorizada, un comportamiento revivido especialmente por los sucesos relacionados con el divorcio con el intelectual Arthur Miller. Si bien la imagen estereotipada de la mujer fatal o vampiresa fue una representación del cine estadounidense de las actrices, quienes sugirieron en sus películas un aire de misterio, elegancia, y de malicia, n,

¹⁶⁴ “Segunda ofensiva del Cinemascope sobre Londres”, *Cromos* Vol: 78 No. 1923 (1954): 56

la revista CROMOS demostró que este estereotipo cinematográfico traspasó los límites del séptimo arte y, al igual que el estereotipo de rubia tonta, logró implantarse en la sociedad para clasificar algunas actitudes específicas de comportamiento en las mujeres. Para la casa editorial de CROMOS, Marilyn Monroe jamás renunció a las coqueterías de la vampiresa, Arthur Miller se había convertido su tutor, su consejero, su secretario y finalmente su “esclavo”, destruyendo por completo al hombre que amó, haciendo de él un títere.¹⁶⁵ Es de esta forma como en CROMOS se advirtió que el estereotipo de la mujer pin-up que Marilyn Monroe representó, jamás logró desligarse de la delgada línea imaginaria de la mujer fatal y vampiresa que engañaba y jugaba con los sentimientos de los hombres, es decir, la representación centenaria de la mujer que traiciona y seduce para luego hacer caer en la desgracia a los hombres que caen en sus brazos.



Ilustración 15. Fotografía de Marilyn Monroe En *Cromos*. Bogotá, 22, marzo, 1954, p. 55.¹⁶⁶

¹⁶⁵ “Belleza e inteligencia se divorcian ¿Por qué?”, *Cromos* Vol: 90 No.2269 (1960): 31

¹⁶⁶ Esta fotografía muestra la memorable escena de los espejos, en la película *Cómo pescar un millonario*, preparándose y adornándose, para atrapar algún millonario incauto. Obsérvese que lleva un elegante vestido propio de las vampiresas del cine.

CONSIDERACIONES FINALES

El cine clásico estadounidense, como el más grande medio de entretenimiento internacional en la década de los años cincuenta, logró hacer parte esencial del mundo cultural en Occidente, transformándose a su vez en una eficiente influencia social, que logró la construcción de imágenes que indujeron a las mujeres a imitar las llamativas figuras femeninas de las mujeres-ícono promocionadas en las películas. Entre ellas estaba la imagen de la modelo y actriz que irrumpió contundentemente en el cine de Hollywood a principios de la década de 1950, Marilyn Monroe, un símbolo de la expansión cultural estadounidense en el mundo occidental. La Revista CROMOS en Colombia, fue partícipe de la expansión de este fenómeno de representación a través de una considerable cantidad de PI en las diferentes páginas dedicadas a Marilyn Monroe, en un contexto en el cual se enfrentaron los roles tradicionales femeninos con las nuevas versiones, todo esto mediado por la consecución de sus derechos políticos y su apertura al mundo laboral.

En los años cincuenta, década en que se comenzaron cambios en las relaciones entre hombres y mujeres, muchas de ellas asumieron con más 'autonomía' sus roles como asalariadas y trabajadoras, y lograron acceder a revistas para mujeres. En el caso de CROMOS se pudo observar una gran variedad de productos cosméticos y de belleza que promocionaba y, junto con mujeres-ícono que se popularizaban; por supuesto, la más representativa en la década de los cincuenta: fue Marilyn Monroe.

Producto del proceso de la modernidad periodística en Colombia, bajo una mirada imbuida por el espíritu de consumo, la *Revista Semanal Cromos*, fue un paradigma en la historia de la prensa *light* y cultural en Colombia, con temas exclusivos para la mujer colombiana.¹⁶⁷ Por este motivo, aprovechó la ascendente notoriedad cinematográfica y comercial de Marilyn Monroe para promocionar la oferta y la demanda de productos exclusivos para las mujeres colombianas. Al exhibir un atractivo modelo de mujer popular, reforzando diversos estereotipos de género que ella representó en sus películas más emblemáticas, logrando ocupar un numeroso acervo de información y publicaciones relacionadas con su vida y su influencia en los medios de comunicación, que posiblemente la llevó al reconocimiento de las mujeres de Colombia para quienes aprobaron y emularon tales modelos impuestos por la moda y el cine.

El cuerpo y rostro de Marilyn Monroe fue exhibido constantemente de forma intencionada por la revista CROMOS, indicando a la mujer colombiana el modo de maquillaje y tipo de belleza que se encontraba a la vanguardia. En medio de una sociedad culturalmente católica y fuertemente patriarcal, su imagen se convirtió en un prototipo de mujer que desafió los roles y representaciones tradicionales de la mujer obediente y pulcra, distanciada del pecado y la provocación que desde las iglesias y los colegios enseñaron a las mujeres. Contrario a esto, en sus películas mostraba partes del cuerpo que para la mayoría de católicos del país, deberían estar cubiertas, y mostrarse además tentadora e insinuante. Los inicios de la segunda mitad de siglo XX, época en que la popularidad de Marilyn Monroe llegó a

¹⁶⁷ María Carolina Cubillos Vergara, "El difícil tránsito hacia la modernidad..." 57

niveles insospechados y obtuvo el calificativo de sex-symbol, la revista pretendió plasmar la figura de la 'anatómica' en decenas de sus páginas, para así mostrar numerosos avisos publicitarios de belleza, películas que se estrenarían pronto y a su vez contar aspectos relacionados con su intimidad.

Todas aquellas noticias relacionadas con el ámbito íntimo (sus matrimonios y problemas personales) fueron objeto de interés periodístico en CROMOS. La casa editorial era consciente de lo llamativo que fueron las notas Monroe en Estados Unidos y, por supuesto, para las lectoras colombianas que siguieron de cerca las noticias sobre ella. Asimismo las fotografías en medio de reconocidas personalidades, en secciones dedicadas a la información del mundo de la política internacional, demostraron que una figura como ella tuvo alcances más allá de actuar en películas y ser portada de diversas revistas, sino de lograr la aceptación y el reconocimiento de distinguidas figuras internacionales alejadas del mundo del cine y la farándula.

La figura de Marilyn Monroe en los medios de comunicación especialmente en CROMOS, debió incluir los estereotipos de género más comunes. La utilización del cuerpo femenino como práctica eficaz en la publicidad, fue un método infalible en toda clase de contextos, y ni hablar de las revistas para mujeres, donde la mujer sólo fue vista como 'objeto' de seducción frente a la mirada masculina. El estereotipo, es decir, el conjunto de ideas que una sociedad en particular obtiene a partir de patrones culturales establecidos previamente, logró despersonalizar a la mujer y hasta convertirla en una potencial herramienta de atracción y sujeción. Marilyn Monroe, jamás logró salir del estereotipo de "rubia tonta" que obtuvo en la

interpretación de roles en películas como *Niágara*, *Los caballeros las prefieren rubias* y *Cómo pescar un millonario*. Indirectamente la revista CROMOS documentó cómo el estereotipo de mujer objeto que Marilyn Monroe representó en el periodo de estudio, la imagen de la 'rubia' superficial y poco inteligente y, a la vez, bajo el amparo de prejuicios fenotípicos propios de la década, que cuestionaron su idoneidad como mujer incluso para formar un hogar adecuado, creando para la posteridad una idea generalizada de la existencia de mujeres sumisas y tiernas, pero con casi nula iniciativa personal para emprender vidas por su cuenta y siempre dispuestas a ser parte de las posesiones de o hombres, es decir, un objeto más, y cuya única vía para obtener dinero y pertenencias, dependía de entregarse por completo a una figura masculina. Marilyn Monroe, a través de sus películas, se convirtió directamente en un modelo sugerente de una mujer que siempre demostró una completa disposición frente a los deseos sexuales de los hombres y que, además, las inducía a contraer matrimonio, siendo en estos años para las mujeres colombianas, el vínculo conyugal una de las etapas más importantes de la vida.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes primarias

Revista CROMOS

Fuentes secundarias

“Marilyn Monroe”. *Las grandes estrellas: su vida, sus pasiones, sus películas*.

Fasc. 01 (1980): 1-2

“Marilyn Monroe”. *Las grandes estrellas: su vida, sus pasiones, sus películas*.

Fasc. 02 (1980): 21-33

Aguirre Restrepo, Luz Análida. “Cromos revista semanal ilustrada y la crítica de arte en Colombia, 1916-1936”. Tesis de maestría en Historia del Arte, Universidad de Antioquia, 2004.

Archila, Mauricio. “La otra opinión: la prensa obrera en Colombia 1920-1934”.

Anuario colombiano de historia social y de la cultura. No 13-14 (1986): 209-237

Belmonte Jiménez, Ana María. “Marilyn Monroe y los estereotipos de género”.

Razón y palabra. Vol: 16 No 77 (2011): 1-13

Bermúdez Torres, Cesar Augusto “La doctrina respicepolum (“Mirar hacia el norte”) en la práctica de las relaciones internacionales de Colombia durante el siglo XX”, *Memorias* N°12 (2010): 189-222

Bermúdez Torres, César Augusto. “Inserción de Colombia en las relaciones internacionales, en el contexto de la segunda postguerra mundial”, *Civilizar* Vol: 10

No. 19 (2010): 135-152

Bosch, Esperanza y otros. *Historia de la misoginia*, Palma de Mallorca: Anthropos Ediciones, 1999

Botero Arango, Laura. "Una aguja y una llama: Letras y Encajes para la señora de la casa. Discursos y representaciones de la sociedad antioqueña en los editoriales de la revista, Medellín, 1926-1957". Tesis de maestría en comunicaciones, Universidad de Antioquia. 2012

Burke, Peter. *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica, 2005

Cánovas Ortega, María del Carmen. "Representaciones femeninas a través del cine musical hollywoodiense en la España de los años 50". *Dossiers feministes* No 20, (2015): 157-172

Casasús, Josep María. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona; Mitre, 1985.

Chacón Gordillo, Pedro David. "La mujer como objeto sexual en la publicidad". *Comunicar* Vol: 16 No 31 (2008): 403-409

Chartier, Roger. *El mundo como representación*. Barcelona, Gedisa, 2002

Churchwell, Sarah. *The many lives of Marilyn Monroe*. Nueva York; Metropolitan books, 2004

Cubillos Vergara, María Carolina. "El difícil tránsito hacia la modernidad: la prensa en Colombia". *Folios* No 27 (2012): 47-65

Cubillos Vergara, María Carolina. "La moda I". *Folios*. No. 12-13 Vol: 10 (2007): 17-26

Cubillos Vergara, María Carolina. *Mujeres en el papel: Representaciones de la mujer en la prensa, 1960-1970*. Medellín: IDEA Vol: 10, Medellín, 2015.

Domínguez Gómez, Eduardo y otros, *Proyecto Software para Analizar el Tratamiento Periodístico de la Información SATPI*, Medellín, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia, 2005.

Domínguez Gómez, Eduardo. "El espíritu de las modas femeninas del siglo XX". En *Las mujeres en la historia de Colombia*, editado por Patricia Torres Londoño. Bogotá: Editorial Norma, 1995.

Drekonja, Gerhard. "El diferendo entre Colombia y Nicaragua". *Foro Internacional* Vol: 23 (1982): 133-145

Durkheim, Émile. *De la división del trabajo social*. Barcelona: Planeta, 1994.

Fontana, Josep. *El siglo de la revolución. Una historia del mundo desde 1914*. Barcelona: Crítica, 2017.

Gallo, Lylia. "Modernidad y arte en Colombia en la primera mitad del siglo XX". *Ensayos, historia y teoría del arte*. Vol: 4 No 4 (1997): 7-27

García Canclini, Néstor. "Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización". México: Grijalbo, 1995

Gila, Juana y Guil Bozal, Ana, "La mujer actual en los medios: estereotipos cinematográficos" *Comunicar*. No. 12, (1999): 89-93

González Arroyave, Juan Carlos. "Una actriz llamada Marilyn Monroe". *Revista Universidad de Antioquia* No. 0309 (2012): 116-124

González Jaramillo, Clara "María Mujeres de revista. Representaciones femeninas en la publicidad. Cromos 1916-1946". Tesis de maestría en Historia del Arte, Universidad de Antioquia, 2014

Gordillo Restrepo, Andrés. "El Mosaico (1858-1872): nacionalismo, élites y cultura en la segunda mitad del siglo XIX". *Fronteras de la Historia* No 8, (2003): 19-63

Higonnet, Anne "Mujeres, imágenes y representaciones". En *Historia de las mujeres en Occidente*, Editado por Georges Duby & Michelle Perrot. Madrid: Taurus Minor Ediciones, 1993, 410-425.

Hobsbawm, Eric. *Historia del siglo XX, 1914-1991*. Barcelona: Crítica, 1994.

Hobsbawm, Eric. *Un tiempo de rupturas. Sociedad y cultura en el siglo XX*. Barcelona: Crítica, 2013

Jodelet, Denise. "La representación social: fenómenos, concepto y teoría". En *Psicología social II. Pensamiento y vida social: Psicología social y problemas sociales*, editado por Serge Moscovici. Barcelona: Paidós, 1986, 469-494

Lev, Peter. *The Fifties: Transforming the Screen 1950-1959*. Berkeley: University of California Press, 2003.

Lipovetsky, Gilles. *La tercera mujer: permanencia y revolución de lo femenino*. Barcelona: Anagrama, 1999

Lopera Cardona, Andrés Felipe. “Bellezas imaginadas: imaginarios femeninos en la Revista Cromos a partir del Concurso Nacional de Belleza (1958, 1983, 1993, 2001 y 2013)”. Tesis de pregrado en Comunicación, Universidad de Antioquia, 2016.

López Díez, Pilar. “Representación, estereotipos y roles de género y roles de género en la programación infantil”. En *Infancia, televisión y género. Guía para la elaboración de contenidos no sexistas en programas infantiles de televisión*, editado por Mercedes Bengoechea, Maria José Díaz Aguado, Laia Falcón, Pilar López Díez y Ángeles Pérez. Madrid: Iortve e Instituto de la mujer, 2005, 132-162

Mandoki, Katya. *Estética cotidiana y juegos de la cultura*. México: Siglo XXI, 2006

Materán, Angie. “Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación”. *Geoenseñanza* Vol: 13 No 2 (2008): 243-248

Montaña Cuellar, Jimena. “Semanario Gráfico Ilustrado Estampa. El inicio de la modernidad en una publicación periódica”, *Boletín cultural y bibliográfico*. Vol: 37 No. 55 (2000): 1-43

Moscovici, Serge. *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul, 1979

Moxey, Keith “Los estudios visuales y el giro icónico”. *Estudios Visuales*, No 6, (2009): 8-27

Niño, Antonio. *La americanización de España*. Madrid: Catarata, 2012.

Ramírez Plascencia, Jorge. "Durkheim y las representaciones colectivas". En *Representaciones sociales. Teoría e investigación*, editado por Tania Rodríguez Salazar y María de Lourdes García Curiel. Guadalajara: Editorial CUCSH-UDG, 2007, 17-51

Riese, Randall y Hitchens, Neal. *The Unabridged Marilyn. Her life from A to Z*. Londres: CorgiBooks, 1988

Rousseau, Juan Jacobo. *Emilio o de la educación*. México: Editorial Porrúa, 2002

Silva, Renán. "Libros, lecturas y lectores durante la República Liberal". En *República Liberal, intelectuales y cultura popular*, editado por Renán Silva. Medellín: La Carreta Histórica, 2005

Sorlin, Pierre "Formas de ir al cine en la Europa oriental en 1950". En *Por el precio de una entrada. Estudios sobre historia social del cine*, editado por Julio Montero y José Cabeza. Madrid: Rialp, 2005, 95-110

Suárez Lafuente, María Socorro. "Marilyn Monroe. Máscaras y miradas". En *Diosas del celuloide: arquetipos de género en el cine clásico*, editado por Carmen Rodríguez Fernández. Madrid: Jaguar, 2006. 335-360

Suárez Villegas, Juan Carlos "Estereotipos de la mujer en la comunicación", *Mujeres en red. El periódico feminista*. Vol: 11 (2007): 1-17. Disponible en internet: <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1211>.

Summers, Anthony. *Goddess, the secret lives of Marilyn Monroe*. Londres; Guild publishing, 1985

Velásquez Toro, Magdala y Reyes Cárdenas, Catalina. "Proceso histórico y derechos de las mujeres, años 50 y 60". En *Las mujeres en la historia de Colombia*. Bogotá: Norma, 1995, 229-257

Velásquez Toro, Magdala. "Condición jurídica y social de la mujer". En *Nueva Historia de Colombia. Educación y ciencia. Luchas de la mujer. Vida diaria*, editado por Álvaro Tirado Mejía. Bogotá: Planeta, 1989, 9-59

Walter Lippmann. *La opinión pública*. Cuadernos de Langre, 2003. Disponible en internet:https://es.scribd.com/doc/245533060/La-Opinion-Publica-Walter-Lippmann#fullscreen&from_embed

Zapata Cadavid, Juliana. "«La otra que soy...» Psicopatología de la personalidad de Marilyn Monroe". *Poiésis* No: 26 (2013): 1-20