Suffragettes es el nombre con el que se conocía a las sufragistas británicas de comienzos del siglo XX. La palabra surgió como un insulto, pero ellas le dieron la vuelta. Estar presentes en todos los ámbitos de la ciudad era fundamental si querían difundir su mensaje entre los distintos estratos sociales. “Hechos, no palabras” (Deeds, Not Words) fue su icónico lema.

Las fotografías e ilustraciones que se conservan dan fe de sus fervientes arengas y desfiles, que congregaban a multitudes en las calles de las principales ciudades de Inglaterra.

Anuncio Patrocinado

No era fácil amedrentarlas: hicieron huelgas de hambre y combatieron la violencia con todas sus energías. La policía las detenía y encarcelaba, forzándolas a comer con los procedimientos más violentos. En respuesta, entrenaron a treinta mujeres en técnicas de jiu-jitsu para poder defenderse. Así empezaron a contar con su propio cuerpo de guardaespaldas.

En la prensa de la época se las representaba como personajes grotescos, casi demoníacos o lunáticos: mujeres de escasa higiene, con verrugas imposibles y narices prominentes. La estrategia consistía en atemorizar a los lectores mediante viñetas y dibujos caricaturescos. Había que transmitir la supuesta peligrosidad que suponían para la sociedad.

Gracias a la frenética actividad del movimiento, los grupos feministas lograron vencer estos obstáculos y crecieron en número y fuerza. La historia del periodismo dio un vuelco. Además de dar discursos desde balcones y plazas, las suffragettes encontraron otras maneras de hacer visible su lucha: a las manifestaciones y desfiles por las principales arterias de la ciudad añadieron la imprenta para producir enormes cantidades de material de propaganda con la que inundar las urbes.

En 1912, Christabel Pankhurst fundó The Suffragette, un periódico en el que se divulgaba la actualidad feminista y con el que hacía frente a los periódicos más conservadores de la época. Muchas fueron las mujeres que se involucraron en el desarrollo de este tipo de prensa.

En la Biblioteca Británica, The British Newspaper Archive recoge dieciséis publicaciones periódicas dedicadas a la promoción del sufragismo desde finales del

siglo XIX hasta casi la mitad del XX.

La librería como órgano neurálgico del movimiento feminista

Como cuenta la obra Libres y libreras. Mujeres del libro en Londres, el 5 de mayo de 1910 un grupo de suffragettes abrió The Woman's Press Shop, una librería situada en el número 156 de la popular Charing Cross Road, la calle londinense por excelencia para la venta de libros. Eligieron un edificio amplio: contaba con doce salas y fue uno de los centros de mayor actividad para la promoción del movimiento sufragista en los años anteriores a la Primera Guerra Mundial.

En la planta baja montaron la tienda y en la primera, las oficinas de venta de la Women's Social and Political Union (WSPU). Una fotografía de Searjeant que conserva el Museo de Londres muestra el aspecto del local en torno a 1911. Se destaca que su ubicación era determinante para atraer al viandante común. Pero el establecimiento duró tan solo cinco años y terminó cerrando en octubre de 1912. Salvo las fotografías de archivo, no queda otro testimonio.

En las imágenes de la librería se aprecia el famoso reloj que colocaron en la fachada del local. En la esfera sustituyeron los números por el lema "Votos para las mujeres". Por desgracia, la manzana en que se encontraba se derribó en los años sesenta para construir un edificio que domina el céntrico distrito londinense con su majestuosa altura y fealdad, el Centre Point.

En The Woman's Press Shop se vendían todo tipo de objetos, desde ropa y servicios de té hasta juegos y bolsas Emmeline y Christabel, en honor a las famosas sufragistas, las Pankhurst. Predominaban en este merchandising los colores del movimiento (violeta, blanco y verde) y el lema del sufragio femenino, "Votos para las mujeres".

Al cerrar la imprenta-librería, algunas de las integrantes de la Women's Social and Political Union (WSPU) se instalaron en una tienda de la zona de Tunbridge Wells, en la que vendían, al igual que habían hecho en el establecimiento de Charing Cross Road, libros y panfletos sobre el derecho al voto, además de su merchandising creativo, con el que promocionaban el movimiento.

Por Yolanda Morató, Universidad de Sevilla

y tú, ¿qué opinas?