



¿DESEANDO AMAR? UNA APROXIMACIÓN A LA DIFERENCIA DE GÉNERO EN EL CÓMIC DE TEMÁTICA AMOROSA

IN THE MOOD FOR LOVE?
AN ATTEMPT TO GENDER DIFFERENCES IN
ROMANCE COMICS

María Abellán Hernández

Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid,
España

Resumen

Las diferencias de género se construyen socialmente y se reflejan en los productos culturales que un determinado contexto genera. La taxonomía en distintos públicos objetivos que tanto industria como instituciones llevan a cabo al elaborar sus mensajes prueba la existencia de estas diferencias. El cómic como objeto de consumo inserto en un sistema de difusión masivo (re)produce y (re)inventa las diferencias de género en sus páginas. El cómic de temática amorosa señala a un público, el femenino, como el más adecuado para su consumo y presenta la idea del "amor romántico" como eje esencial en sus narraciones reintroduciendo modelos sociales paternalistas y legitimando su validez. Este artículo reflexiona acerca del problema de la perpetuación de estos valores en el producto del cómic de romance mediante el análisis del caso de la obra *Fresa y chocolate* (2006) de Aurélia Aurita.

Abstract

Gender differences are socially constructed and they are reflected in the cultural products that a determinate context produces. The taxonomy in different targets that industry and institutions produce in order to build their messages elicit the fact that this difference exists. Comic as consumption object inserted in a mass culture system (re)produce and (re)invent the gender differences constructions in their pages. Romance comics designates a target, women, as the most suitable audience, and present the idea of "romantic love" as the essential theme of their stories reintroducing paternalist models as guarantee of their value. This article reflects on

the problem about the perpetuation of these values through romance comic as a specific product.

Palabras clave

Cómic de romance, género, diferencia de género, amor romántico, hombre, mujer

Key words

Romance comic, gender, gender difference, romantic love, man, woman

1. Introducción

El objeto de estudio de este artículo es el cómic de temática amorosa. Como tal se entenderá aquel tipo de historieta gráfica cuyo hilo argumental se articula en torno a la idea del "amor romántico" (De Rougemont, 2006). A lo largo de este artículo, se tratará de plantear y discutir la hipótesis según la cuál la función de este producto y la práctica de su consumo, lejos de participar en la sociedad como fuente liberadora para el colectivo femenino, realiza una suerte de estrategias que refuerzan unas diferencias de género socialmente aceptadas o, cuanto menos, obliteradas para la gran mayoría.

La segregación de contenidos y productos dedicados exclusivamente a mujeres y a hombres en todos los ámbitos de la realidad circundante, manifiesta y refuerza la existencia de una distinción intergenérica que parece ser necesaria para la perpetuación del mismo orden social que la instauro. Uno de los primeros ejercicios en la práctica social que realizan los niños y niñas para construir su identidad es colocarse la etiqueta de un género determinado (Davies, 1994). El mundo que los individuos imaginamos-creamos y en el que vivimos está polarizado en la dicotomía categorial de hombres y mujeres y para construir nuestro "yo" parece inevitable inscribirse en una de las dos, existiendo en esas categorías ciertas formas implícitas a cumplir por el sujeto según sea su identidad.

La noción de género ha sido ampliamente discutida desde la teoría feminista. Sin embargo, conforme mayor es la producción teórica con respecto al término mayor es la tendencia a pensar que el concepto mismo no es conflictivo (Lamas, 1999: 85). En lo que respecta al alcance de los objetivos de este análisis, el género será entendido como una categoría construida socialmente que obedece a una funcionalidad específica y que se organiza en torno a unas normas convencionales que se dirigen

hacia el establecimiento de diferencias claras entre lo que significa ser mujer y ser hombre (Butler, 2007).

El género es una construcción social basada en una bipolaridad enraizada en una tradición falogocentrista (López Díez, 2004: 112). La sociedad construye además sus propios discursos para identificar y discriminar el género y dichas prácticas imbuyen a todos los agentes que participan en dicha sociedad sean éstos conscientes o no de dicha maniobra. El cómic de temática amorosa delimita un género –el femenino– al que dirigirse pero, aunque este ejercicio parezca una suerte de reivindicación de un espacio dedicado *específicamente* –especialmente reservado– para las mujeres, ocurre que los patrones normativos patriarcales se reproducen proyectando una imagen de la mujer inserta en los parámetros deseables según el poder masculino y heterosexual de la sociedad occidental.

Se ha de puntualizar que este artículo no está en contra de las historias de amor ni censura las prácticas literaria o artística de las mujeres y hombres que escriben estas historias aún cuando en los textos se reproducen patrones normativos de acuerdo a la lógica patriarcal. Este trabajo se aproxima a las maniobras que la práctica discursiva dominante articula. Los mecanismos de configuración de patrones normativos no dejan de ser una construcción continua regulada por intereses y estrategias de poder que promulgan una necesidad imperiosa por señalar a hombres y mujeres como distintos y de la que los distintos sexos se benefician según sus intereses. Indicar las maniobras subyacentes da la posibilidad de comprender, cuestionar y construir nuevas formas discursivas y de significación acerca de la masculinidad y la feminidad en los modos de representación de los objetos de la cultura popular.

2. Objetivos

Esta discusión tiene como objetivo general reflexionar sobre la funcionalidad del cómic de temática romántica de acuerdo con el discurso hegemónico patriarcal.

Así mismo, se pretende señalar cómo a través de la idea del "amor romántico" presente en los cómics de temática amorosa se ratifican diferencias de género socialmente aceptadas en las relaciones entre hombres y mujeres.

3. Metodología

Para llevar a cabo la elaboración de este discurso crítico, se ha realizado una revisión teórica en torno al "cómic" y el "género" y la conexión entre ambos. Asimismo, se ha evaluado la idea del "amor romántico" como elemento estructurante dentro de las narraciones presentes en el cómic de temática amorosa. El paradigma que ampara esta propuesta se halla próximo al deconstructivismo lo cual hace que no se ofrezcan soluciones definitivas a la problemática de la perpetuación de ciertas nociones acerca de "lo femenino" y "lo masculino" y de la relación de estos conceptos con la sociedad actual. En este sentido, muchos de los conceptos que articulan las bases del producto "cómic femenino", como lo es el amor, se consideran construcciones sociales basadas en unos criterios e intereses determinados. Esta revisión teórica ha sido aplicada al análisis de un ejemplo concreto: la obra *Fresa y chocolate* (2006) de Aurélia Aurita. El procedimiento llevado a cabo para defender la hipótesis de este artículo ha sido la evaluación de la relación entre la imagen y el texto de la obra analizada y los conceptos propuestos en el marco teórico donde opera este trabajo. De este modo, se ha podido apreciar cómo muchas de las constantes

insertas en el imaginario de "lo femenino" se pueden perpetuar en los tebeos como ocurre con otros medios de comunicación de masas.

4. El cómic como objeto de consumo masivo

La sociedad capitalista genera gran cantidad de productos para ser consumidos. El cómic es uno más. Cada vez más surge en el ámbito científico un interés acerca del cómic como agente social (véanse, por ejemplo, Ramírez, 1975, 1997; Remesar, 1985; Alonso, De la Maya y Cortés, 2002; Terenci Moix, 2007; Díez Balda, 2005). Para algunos autores, el cómic constituye un reflejo y evolución del sistema social y "son los responsables de la proyección modélica e ideal de roles y prototipos que determinan, de alguna manera, lo tolerable, lo criticable, lo plausible y lo censurable" (Férrnandez Gómez, Lasso de la Vega y Pineda Cachero, 2001: 69). Una visión pragmática sobre el cómic resulta más valiosa en este estudio que cuestionar las características ontológicas del cómic. A la hora de abordar la evaluación, interpretación o categorización de los cómics una definición puede ayudar pero no necesariamente ha de ser requerida (Meskin, 2007: 375). Por tanto, los cómics, como productos contextuales dirigidos a un público identificado, pueden ser estudiados rigurosamente bajo un marco teórico funcionalista. Esto es, cualquier artefacto creado por el ser humano obedece a una función específica y dentro de la estructura en la que se inserta se consuma la finalidad de tal producción. Se puede deducir, entonces, que al igual que otros medios como el cine, la televisión o la prensa, el cómic se presenta como un posible agente social que ayuda y favorece la construcción de la realidad del consumidor.

5. La construcción social del género

La sociedad capitalista genera gran cantidad de productos para ser consumidos. El cómic es uno más. Cada vez más surge en el ámbito científico un interés acerca del cómic como agente social (véanse, por ejemplo, Ramírez, 1975, 1997; Remesar, 1985; Alonso, De la Maya y Cortés, 2002; Terenci Moix, 2007; Díez Balda, 2005). Para algunos autores, el cómic constituye un reflejo y evolución del sistema social y "son los responsables de la proyección modélica e ideal de roles y prototipos que determinan, de alguna manera, lo tolerable, lo criticable, lo plausible y lo censurable" (Férrnandez Gómez, Lasso de la Vega y Pineda Cachero, 2001: 69). Una visión pragmática sobre el cómic resulta más valiosa en este estudio que cuestionar las características ontológicas del cómic. A la hora de abordar la evaluación, interpretación o categorización de los cómics una definición puede ayudar pero no necesariamente ha de ser requerida (Meskin, 2007: 375). Por tanto, los cómics, como productos contextuales dirigidos a un público identificado, pueden ser estudiados rigurosamente bajo un marco teórico funcionalista. Esto es, cualquier artefacto creado por el ser humano obedece a una función específica y dentro de la estructura en la que se inserta se consuma la finalidad de tal producción. Se puede deducir, entonces, que al igual que otros medios como el cine, la televisión o la prensa, el cómic se presenta como un posible agente social que ayuda y favorece la construcción de la realidad del consumidor.

6. La construcción social del género

Rosa para chicas y azul para los chicos. Muñecas para ellas, coches para ellos. Desde que un individuo nace todo parece apuntar que el sujeto debe adscribirse a un sistema binario que demarca lo que es, lo que representa y lo que desea en función de su género/sexo. La sociedad –entendida como ese “ente” capaz de señalar lo permitido y lo prohibido– de la que todo sujeto participa y forma parte, se ha encargado de ir construyendo una definición *sui generis* de lo que (al menos en el contexto específico de la tradición occidental) son los hombres y las mujeres. De este modo, los individuos aparecen como actantes, como significantes útiles por la posición que ocupan dentro de la estructura social y la denotación de significado a la que es sometido el sujeto pasa por su inserción dentro de esta estructura simbólica que a su vez lo configura y delimita tal y como manifiesta el clásico trabajo de Berger y Luckmann (1972). Bajo este punto de vista, el género puede considerarse una construcción válida para la categorización y puede utilizarse en tanto es producto del ser humano. Pero esta definición de género implica que el significado del término pueda modificarse en función de las contingencias históricas, y eso, para la estabilidad de la estructura social es un peligro.

Si el género resulta ser algo poco fiable, se puede acudir siempre a aquello que se cree inmutable: la naturaleza. Se tiende a pensar que la diferencia de sexo, expresada ésta como una sexuación distinta entre hombres y mujeres, puede en todo caso arrojar cierta luz a tenor de la complejidad y volatilidad del género como constructo social. Sin embargo, no existe un orden biológico que mantenga estables las categorías de hombre y mujer en tanto que dichas categorías, como las de femenino y masculino, responden a “discursos científicos al servicio de otros intereses políticos y

sociales" (Tubert, 2003: 9). En este sentido, Judith Butler (2007) planteaba que no existe un estamento sexual prediscursivo que defina las diferencias de género. Para esta autora, el género es una construcción consensuada que es operativa en determinadas circunstancias, de ahí que la sexuación del cuerpo como categoría se vuelve inoperante. En un ensayo sobre intersexualidad Mauro Cabral perfila una curiosa e irónica definición sobre lo que desde la sociedad se plantea como "lo natural" en la definición del género-sexo masculino y femenino.

...esta identificación inicial del género femenino (...) sólo puede ocurrir si otra operación material y significativa tuvo lugar con anterioridad: la comprobación de que nada, pero nada, en ese cuerpo que será el de una mujer, competirá, será tomado, o confundido, con un pene. Pene o no pene, primero. (Cabral, 2009: 102)

La incapacidad del discurso institucional de "normalizar" la intersexualidad demuestra que la clasificación sexual en su vertiente más materialista –al amparo del paradigma biologicista – desarma el binarismo considerado "natural" de la diferencia de género y refuerza la idea de que tanto género como sexo resultan ser coyunturales. Por tanto, dado que existe un interés por "normalizar" y generar un orden social, el sistema acude a una clasificación estable, clara, diferenciadora y jerárquica de sus elementos. Todo aquello que quede fuera de la norma se entenderá como algo censurable o, cuanto menos, tratado como una rareza, y en caso de poder, será manipulado hasta que encaje dentro de la regla general.

Por otra parte, el discurso académico también ha preconizado un cierto tipo de imagen de mujer devaluado. Parece interesante señalar cómo la Escuela de Frankfurt incide en la idea de la sociedad del espectáculo, la sociedad de las masas, como una

sociedad fuertemente feminizada. De este modo se presenta como único sujeto de resistencia un sujeto "autónomo, universal y abstracto que es masculino. El único sujeto que puede resistirse a la manipulación con distancia crítica frente a una cultura y una sociedad feminizadas" (Sánchez y Cafarel, 2004: 205). Siguiendo la línea que Sánchez y Cafarel señalan, toda la argumentación en torno a la espectacularización de los medios sitúa el sujeto femenino abstracto en el lugar de lo emotivo, lo sensible e incluso lo irracional. Existe por tanto cierta tradición interesada en señalar que lo irreflexivo corresponde a la mujer y la razón al hombre. Y esta tendencia de una suerte de dualismo cartesiano, no se debe únicamente al relato de la religión, de la política, de la historia o de los medios, sino que se organiza colectivamente de manera continua. Toma referencias de los distintos ámbitos sociales para suministrar ciertas creencias estables que permiten mantener un orden simbólico fijo en la cultura.

7. Narraciones en femenino

La gramática dual de oposición entre femenino/masculino, entre hombre/mujer subyace en todos y cada uno de los aspectos que configuran la realidad social. Aunque esta afirmación pueda parecer obsoleta dentro del actual sistema de logro social en la equidad de géneros, lo cierto es que sigue vigente y operativa para la coordinación de los individuos que conforman la sociedad actual. Bajo este prisma binario, se puede catalogar casi cualquier cosa en función del género: ropa, peinados, series de televisión, perfumes, revistas, libros, complementos... e incluso cómics.

El hecho de señalar determinados productos de consumo como "adecuados" en función del género, evidencia una diferencia que "debe existir" entre hombres y mujeres precisamente, porque la sociedad se configura en base a una lógica binaria

de opuestos jerarquizante que es, además, fuertemente heterosexual y patriarcal (López Díez, 2004).

A lo largo de la historia, la mujer y su derecho a consumir o a crear ciertos bienes culturales ha sido ensombrecida. Geraldine C. Nichols (1991: 2) en su estudio sobre la ginocrítica y la narrativa femenina, defiende que lo "tácito, lo que se sobreentiende, lo femenino que se comprende –y se pierde– en el pronombre masculino mal llamado «genérico», lo que va sin decir en el discurso patriarcal tradicional, ha mantenido a la mujer en silencio". El discurso histórico, por ejemplo, ha evitado colocar en el lugar correspondiente a mujeres que tuvieron papeles fundamentales dentro de la producción y cambios de su época (Sau, 1994; Fernández Valencia, 2004).

Dentro del paradigma feminista muchos han sido los estudios que centran su interés en la novela femenina (ya sea ésta escrita por mujeres o dirigida hacia las mujeres). Estos trabajos prestan especial atención en mostrar la dificultad a las que las mujeres se enfrentaban para que se reconociera su trabajo como escritoras, para que la visibilidad de sus obras fuera la misma que la de los escritores varones.

Por otra parte, Biruté Ciplijauskaitė (1994) señala que sigue sin haber un acuerdo sobre si existe o no realmente una *escritura femenina*. En el siglo XVIII un sector masculino de la crítica literaria comienza a elogiar la forma de escritura de las mujeres por su *naturalidad*, su recreación en los pequeños detalles, sus frases cortas y en ocasiones asincrónicas pues la consideran una innovación formal (Ciplijauskaitė, 1994: 14). Lo que antaño es considerado un error y una incapacidad, es evaluado en este período como una novedad formal. El reconocimiento de la correspondencia epistolar entre damas de la época por parte del varón no hace sino reforzar el carácter *gracioso* de la mujer, su *curiosa manera de narrar* que es además completamente

distinta a la que el hombre realiza en el ejercicio de la escritura. Es decir, identifica un ente o estatus femenino como el *otro* de lo masculino. Ciplijauskaité (1994), identifica también en su estudio el uso de la primera persona como rasgo más o menos común en la escritura femenina, siendo los hechos autobiográficos los más recurrentes en las tramas de las novelas femeninas del siglo pasado. El discurso histórico heredado en la literatura parece apuntar a que las mujeres *o no pueden o no están preparadas* para escribir como los hombres, con lo que han de buscarse su propia fórmula.

Hoy día se pueden apreciar las mismas diferencias en otras muchas ficciones cuyo soporte no ha de ser necesariamente el papel como los contenidos audiovisuales dirigidos a las mujeres cuya punta de lanza son las telenovelas (*soap opera*). Ien Ang y Joke Hermes (1991) centran su visión en el desciframiento de cómo el género media en las prácticas de consumo mediático. Para estas autoras, desde la academia, se explicaba el interés del público femenino por ciertos géneros televisivos en términos de *adecuación al perfil*, por la posición subordinada de las mismas dentro de la sociedad (Ang y Hermes, 1991: 308). Aunque la construcción del mensaje mediático se vuelve más compleja y los modelos de femineidad y masculinidad representados son en ocasiones definiciones culturales contradictorias, estas autoras manifiestan que las *soap operas* no sólo reflejan imágenes estereotipadas de la mujer sino que producen activamente formas simbólicas de la identidad femenina que inscriben una posición específica del sujeto femenino dentro del texto sociocultural (Ang y Hermes, 1991: 309).

Estos estudios junto a otros, ofrecen como conclusión la sintomática hegemonía de la dicotomía hombre/mujer que genera la estructura social y del carácter funcional que circunscribe tales construcciones. La adopción de roles, signos, señales y símbolos

desde el mismo nacimiento de un individuo es una necesidad para definirse identitariamente, sin embargo, este uso de los símbolos no presenta una estabilidad atemporal sino circunstancial y puede ser modificada o alterada en función de los objetivos individuales o colectivos.

8. Los cómics para chicas

¿Tiene el cómic realmente ese poder de formación de identidad y confirmación de los modelos de lo masculino y lo femenino? Tanto el cómic, como cualquier otro medio de comunicación o forma artística "son sólo una parte (y no necesariamente la más importante) del conjunto de fuerzas que crean y perpetúan un sistema social" (Ramírez, 1975: 235). El objeto consumido no es responsable por sí mismo de las imágenes transmitidas al espectador/lector porque "el relato no es en sí mismo el modelo [sino] la representación de los modelos que tenemos en nuestra mente" (Bruner, 1986: 19). Por tanto, aunque los modelos presentados en un cómic destinado a un público femenino correspondan a una cierta realidad normativa sobre las mujeres, no son por sí mismo responsables de las nociones androcentristas de la sociedad son, en todo caso, el reflejo de cierta realidad social.

Los trabajos de Terenci Moix o Juan Antonio Ramírez han apuntado el interés en la separación entre los tebeos para chicos y para chicas durante la época del franquismo y posteriores (los años prolijos de la edición de historietas en nuestro país). Este *apartheid* educacional ensalzaba la aventura y la acción para los chicos constituyéndolos como sujetos activos mientras que al género femenino se le inculcaba la idea de ser agentes pasivos a la espera del rescate del varón/héroe

perpetuando valores típicamente paternalistas de abnegación y adoración del amor y el decoro.

Juan Antonio Ramírez resumió en su trabajo sobre cómic femenino los distintos subgéneros de este tipo de producto señalando sus funciones en la configuración del rol femenino en la sociedad de los años 50, 60 y 70. Dentro de esta categorizaciónⁱ, las revistas y cómics o bien eran manuales de estilo (con sus suplementos de moda, recetas, etc.) que forjaban y empujaban sin remedio a las chicas hacia una idea "adecuada" de lo que debía ser una mujer, o bien narraciones de hadas que alienaban a las niñas de cualquier contacto con el mundo real dirigiéndolas a realimentar los patrones de fantaseo estéril "propio" de las chicas (Terenci Moix, 2007: 185-189).

9. El amor como estrategia y convención

Los cómics para chicas tratan en su gran mayoría el tema del amor y sus conflictos. Obviamente existen excepciones, pero la idea de que el amor es territorio propio de las mujeres se haya fuertemente extendida y arraigada en nuestra tradición occidental. Sin embargo ¿de dónde viene ese interés de las mujeres por las historias de amor? Posiblemente, la respuesta más común sea la de que *efectivamente* hombres y mujeres son distintos y que mientras los primeros resultan ser históricamente individuos de acción, las mujeres, por su parte, han sido tradicionalmente relegadas a la inactividad y la vida hogareña, lo que les permitía más tiempo libre para la fantasía galante. O, también, apelando a una teoría materialista, considerar que las mujeres, biológicamente preparadas para dar a luz, están *naturalmente* preparadas para el amor y el afecto y para la renuncia de sus intereses

por el bien de sus hijos y la estabilidad familiar. Así, el amor parece instaurarse como un argumento efectivo especialmente pensado para las mujeres que desde el principio son adiestradas para amar de manera abnegada e incondicional (Fromm, 2007: 43-44; Ackerman, 2000).

La "idea" del amor es un constructo social que sirve para justificar muchos comportamientos humanos que reafirman la condición de superioridad frente a otros animales. El amor, como categoría de elevación de los sentimientos humanos, discrimina a la raza humana como animales cuyos instintos están subordinados a la razón. La idea del amor, se articula así como una especie de estrategia común para organizar moral y socialmente a los individuos que pertenecen a la comunidad. Denis de Rougemont (2010) planteaba que el amor romántico es un mito creado por Occidente. El mito que organiza y coordina las creencias de sus partícipes y que "traducen las normas de conducta de un grupo" (Sanpedro, 2004) en lo que concierne a las relaciones entre géneros. Aunque el amor en ambos planos –el biológico y el cultural– es habitualmente compartido por todos los sexos, la mitología generada socialmente entorno a la idea del idilio amoroso es distinta para hombres y mujeres. El llamado "amor romántico" lleva implícito ciertos objetivos que favorecen el mantenimiento social de algunas conductas y tradiciones como el matrimonio, la monogamia, la fidelidad, el adulterio, la maternidad, etc. (Ackerman, 2000; De Rougemont, 2010). El amor romántico es la idea del amor donde frases como *no puedo vivir sin ti* o *te amo por encima de todas las cosas* cobra significado. Los valores de este tipo de amor no configuran tanto las relaciones de apego o afecto como la norma del sacrificio, el dolor y el riesgo por amor en favor de la obtención de algo mayor que el amor mismo.

Por ejemplo, la literatura occidental ha tenido a bien perpetuar estas ideas con grandes tragedias como las de Tristán e Isolda o Romeo y Julieta, pero aún hoy existen visiones del amor en constante peligro. Es el amor exaltado lo que manifiesta la fecundidad de las historias de amor. Como apunta de Rougemont (2010: 16) "[s]ólo el amor mortal es novelesco; (...) el amor amenazado (...). Lo que exalta el lirismo occidental no es el placer de los sentidos ni la paz fecunda de la pareja. Es (...) la pasión de amor. Y pasión significa sufrimiento". El sacrificio de ambas partes es necesario para que el "amor romántico" despierte todo el apetito emotivo del público. La misma tradición literaria ha logrado perpetuar la idea de la mujer cuyo único objetivo es lograr el amor. Pilar Sanpedro (2004) enumera algunas como Melibea, Ana Karenina o Madame Bovary. Todas ellas grandes mártires del amor que buscan la sublimidad y felicidad entorno a la idea romántica del amor pasional, la mayoría de las veces imposible y envuelto en un fatal desenlace. No es de extrañar entonces, que la formación social a la que las mujeres son sometidas desde que son niñas gire alrededor de estas premisas y que, por ello, se sientan más propensas socialmente a pensar en el ideal amoroso. Las mujeres han de ser bellas para poder ser amadas, han de ser femeninas para ser deseadas por el hombre, han de ser abnegadas y fieles y anhelar la maternidad porque se trata de consumir y dar amor pero, sobre todo, han de ser desgraciadas para que su biografía llegue a los anales de la historia. Esta última afirmación promueve en la actualidad el especial interés que despierta entre sociólogos, psicólogos y feministas la relación de este ideal amoroso y los actos de violencia de género (Esteban Galarza, Medina Doménech y Távora Rivero, 2005; Sanpedro, 2004). El cómic de temática amorosa, en tanto que relato, puede plantear las mismas claves que sus análogos literarios, televisivos o cinematográficos. Sanpedro (2004) resume algunos de los prototipos del amor romántico tales como el comienzo

inesperado y fortuito o la abnegación hacia la otra persona que tan asiduamente pueblan las narraciones de ficción de temática amorosa.

10. Estudio de caso. El ejemplo de *Fresa y chocolate* de Aurélia Aurita

La obra de Aurélia Aurita, dibujante de cómics perteneciente a lo que se ha denominado como *Nouvelle Manga*ⁱⁱ, resulta un ejemplo claro de lo expuesto hasta ahora. Los libros *Fresa y chocolate* (2006) y *Fresa y Chocolate 2* (2007) editados en España por la editorial Ponent Mon, cuenta de manera más o menos autobiográfica los inicios de la relación sentimental de la autora con el también dibujante de cómic francés Frédéric Boilet. El lenguaje directo y las explícitas escenas de sexo chocan con el estilo fresco, sencillo y algo *naïf* de la joven dibujante. Sin embargo, lo primero que llama la atención de la obra de Aurita es la introducción que Joan Sfar (también dibujante de cómics y amigo de la pareja) realiza en el primer número de la colección. Sfar configura en la primera página del libro un fictodiálogo con el lector real cuyas afirmaciones retroalimentan una cierta imagen de la mujer enamorada. En los dibujos del prólogo, la sorpresa que Joan Sfar manifiesta al concluir la lectura de *Fresa y chocolate* remeda a la revelación de los críticos del siglo XVIII al descubrir la "frescura" de la correspondencia entre mujeres. Además, el autor no sólo invoca la imposibilidad de hacer que sus personajes femeninos "parezcan" femeninos –todo esto teniendo en cuenta la idea propuesta acerca de los valores estereotipados que debe poseer una mujer dentro de la sociedad– sino que además, Sfar referencia directamente la "histeria" como la única forma que tiene para suponer el goce femenino.



Figura 1. Detalle del prólogo de Joan Sfar a *Fresa y Chocolate*. Imágenes cedidas por Ediciones Ponent Mon

Según lo manifiesto en el texto, para el dibujante, la mayoría de las mujeres que hablan de sexo en las viñetas se constituyen como "otros" sociales que además conforman algo negativo frente a la propuesta de Aurita que es una "chica enamorada" (vid. figura 1). Una chica que, según él, sí presenta de manera clara lo que es el amor entre un hombre y una mujer. Una chica inscrita en el ideal del femenino universal. En definitiva, una chica que *encaja* frente a las *otras* que manifiestan una subversión moral de la idea del *amor romántico*. El hecho de que Sfar estipule que la historia de Aurita es buena, suscita la aceptación del romance por parte de Sfar. Es decir, que a pesar de la sexualidad explícita de las imágenes –que podrían entenderse en primera instancia como una verdadera liberación de la sexualidad femenina – la historia *Fresa y Chocolate* encaja perfectamente en la idea simbólica del amor y la relación entre un hombre y una mujer.



Figura 2. Viñeta de Fresa y Chocolate. Imágenes cedidas por Ediciones Ponent Mon

Formalmente, la obra de Aurita realiza el dibujo a lápiz y sus trazos son en ocasiones esbozos sugerentes más que una representación perfecta. La narración es ágil, muy visual y con poco texto. La historia presenta el ideal del "amor romántico" en los términos que previamente se han descrito en la revisión teórica. La heroína de la historia (su áter ego), es una joven que inicia una relación con un hombre mayor. Circunstancialmente, este hecho coincide también con los inicios de la chica en la profesión del mundo del cómic. Los dos personajes comparten intimidades, pero el papel de la protagonista siempre idealiza a la pareja. Ella, que es más joven es insegura, teme por la relación, pero no puede vivir si él, y como en todas las historias de amor galante, la pareja vence las vicisitudes que, en este caso, no son más que los propios mitos y limitaciones sociales. La heroína ha de estar a la altura como manifiesta en una de sus viñetas cuando escribe "Si no mantengo el ~~mito~~ ritmo, ¡¡¡ya no me querrá!!!" (Aurita, 2006: 97). El intencional tachado que la autora realiza sobre la palabra mito (que es fácilmente legible en la didascálica) responde a la configuración de la amante ideal, siempre dispuesta a dar placer a su pareja, del principio de abnegación que tradicionalmente se asigna a las mujeres en función de la idea del "amor romántico".



Figura 3. Página de Fresa y Chocolate. Imágenes cedidas por Ediciones Ponent Mon

Todo en el texto da cabida a pensar que el amor ideal es un compendio de luchas para cumplir ciertas expectativas construidas a partir de la idea del amor romántico y de la mujer enamorada.

Aunque la historia de esta dibujante se presenta como una historia en primera persona íntima y propia (cabría decir casi de un diario por la forma de exposición del relato), no deja de ser un espejo deformante en el que todas las mujeres se miran e incluso pueden llegar a identificarse, precisamente porque refuerza los valores patriarcales del amor en los que cualquier individuo de la sociedad participa. Aurita (2006: 51) escribe *¡¡¡No puedo vivir sin ti, Frédéric!!!* y también *Me gustaría amarte siempre* (Aurita, 2006: 76) frases que, a pesar de corresponder a la historia particular de estos dos personajes, resultan tremendamente cotidianas para cualquier lector/a. El éxito de *Fresa y chocolate* parece responder a ese bien común, que supuestamente pertenece al género femenino, que es el amor –en este caso con final feliz– y que se

perpetúa en otros productos de consumo. Una idea, que tanto hombres como mujeres comparten y en la que se hallan inmersos manteniendo los puestos que a cada uno les corresponde en función de su género. Es precisamente la adecuación a los patrones normativos lo que hace atractivo el producto en tanto que el consumidor/lector participa y se identifica de manera clara con éstos.



Figura 4. Viñeta de Fresa y Chocolate. Cuando los amantes se han de separar manifiestan la imposibilidad de vivir el uno sin el otro. Imágenes cortesía de Ediciones Ponent Mon

11. Conclusión

Nuestra tradición es heredera de ciertos valores que se instauran como poso en el imaginario común y que constituyen la economía simbólica en la que el individuo se imbrica irremediabilmente y que presupone unas diferencias de género que han de ser ante todo evidentes. Buen ejemplo de esto podría ser el discurso sexual asimétrico de la tradición judeocristiana o el discurso científico o histórico. Modelos que se repiten y que siguen inundando la cultura y sus prácticas. La participación de los individuos dentro de estos patrones sociales bipolares y jerárquicos garantiza que el orden y el equilibrio social se perpetúen y, finalmente, plantee una forma más o menos grata para que hombres y mujeres vivan en sociedad.

Una sección amplia del movimiento teórico feminista se esfuerza en explicar y diseccionar los factores de instauración y continuidad de un patriarcado que parece ubicarse en cada estrato social aunque en ocasiones el individuo no sea consciente plenamente de dichas estrategias. En este esfuerzo no sólo hay que cuestionar la idea del poder masculino y de lo que la masculinidad significa, sino también de lo que significa la femineidad y sus ámbitos de poder. En este artículo, se ha intentado dar cuenta de cómo el producto específico del cómic amoroso puede contribuir a la formación de una cierta identidad femenina respondiendo a la necesidad de hacer patente la existencia de símbolos y patrones mucho más arraigados que los que manifiestan los medios de comunicación y la vida cotidiana a simple vista. Una de las maniobras más claras para perpetuar las diferencias de género es la reiteración del ideal del "amor romántico" sobre el que se sustenta este tipo de cómics. Las historietas gráficas de temática amorosa son consumidas esencialmente por mujeres que buscan un beneficio intencionado. Con este tipo de relatos se pueden reproducir ciertos patrones normativos donde "lo masculino" se erige como discurso de poder mientras "lo femenino" se convierte en discurso minoritario perpetuando valores patriarcales como la maternidad, la abnegación de la amante o la inseguridad de la joven mujer que necesita del varón adulto y experto que la guíe (Radway, 1991: 85)

El consumo de cómic amoroso puede procurar una válvula de acceso a "fantasías de amor y honor" (Radway, 1991: 86) ajenas a la cotidianeidad y rutina pero también hace participar de los esquemas de diferenciación y discriminación genérica. Bourdieu señaló esta maniobra al manifestar que

los dominados aplican a lo que les domina unos esquemas que son el producto de la dominación (...) cuando sus pensamientos y percepciones

están estructurados de acuerdo con las propias estructuras de la relación de dominación que se les ha impuesto, sus actos de conocimiento son, inevitablemente, unos actos de reconocimiento, de sumisión (Bourdieu, 2000: 26).

Aunque la lectura de un "producto" especialmente pensado y milimétricamente planteado para las mujeres pueda revestirse como un hecho de logro social, lo cierto es que se deja un espacio muy reducido para la elección del discurso por parte del público femenino al que se destinan. Sobre todo si tenemos en cuenta que la masculinidad y la femineidad resultan ser sólo ideas que se construyen y deconstruyen en función de unos objetivos específicos y necesitan de una perpetuación más o menos constante de sus respectivos significados.

12. Bibliografía

ACKERMAN, Diane (2000) *Una historia natural del amor*, Anagrama, Madrid.

ALONSO, A. J., DE LA MAYA RETAMAR, R., CORTÉS GONZÁLEZ, A. (coord.) (2002) *Las dimensiones social y política del cómic*, Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga (CEDMA), Málaga.

ANG, Ien y HERMES, Joke (1991) "Gender and/in Media Consumption" en Curran, James y Gurevitch, Michael (ed.) *Mass media and society*, Edward Arnold, Londres. Páginas 307-328.

AURITA, Aurélia (2006). *Fresa y Chocolate*, Ponent Mon, Rasquera (Tarragona)

BERGER, Peter L. y LUCKMANN, Thomas (1972) *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Buenos Aires.

BOURDIEU, Pierre (2000) *La dominación masculina*, Barcelona: Anagrama.

BRUNER, Jerome (1986) *Realidad mental y mundos posibles. Los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*, Barcelona: Gedisa.

BUTLER, Judith (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*, Paidós Studio 168, Barcelona.

CABRAL, Mauro (Coord.) (2009). "Como la que más" en *Interdicciones. Escrituras de la intersexualidad en castellano*, Anarrés Editorial, Córdoba (Argentina). Disponible online en www.mulabi.org/Interdicciones2.pdf [última consulta el 9/08/2010]

CIPLIJAUSKAITÉ, Biruté (1994). *La novela femenina contemporánea (1970-1985). Hacia una tipología de la narración en primera persona*, Antrhopos, Barcelona.

DAVIES, Bronwyn (1994). *Sapos y culebras y Cuentos feministas. Los niños de preescolar y el género*, Cátedra, Madrid.

DE ROUGEMONT, Denis (2010). *El amor y Occidente*, Kairós, Barcelona.

DÍEZ BALDA, María Antonia (2005) "La imagen de la mujer en el cómic", en Blazquez Graf, Norma y Flores, Javier (ed) (2005) *Ciencia, tecnología y género en Iberoamérica*, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades/Universidad Nacional Autónoma de México, México. Páginas 429-456.

ESTEBAN GALARZA, Mari Luz; MEDINA DOMÉNECH, Rosa y TÁVORA RIVERO, Ana (2005) "¿Por qué analizar el amor? Nuevas posibilidades para el estudio de las desigualdades de género". Comunicación presentada dentro del Simposio "Cambios culturales y desigualdades de género en el marco local-global actual" del X Congreso de Antropología de la F.A.A.E.E. celebrado los días 19 al 22 de septiembre de 2005 en Sevilla. Disponible en <http://www.ugr.es/~rosam/Doc/Sevilla-05.pdf> [última consulta el 5/08/2010]

LAMAS, Marta (1999) "Género, diferencias de sexo y diferencia sexual" en *¿Género? Debate feminista* Vol. 20. Páginas 84-104. Disponible en http://www.iupuebla.com/Doctorado/Docto_Generoyderecho/MA_Doctorado_Genero/MA_GENERO.pdf [última consulta el 02/08/2010]

LÓPEZ Díez, Pilar (2004) "La mujer, las mujeres y el sujeto del feminismo en los medios de comunicación" en LÓPEZ Díez, Pilar (ed.) *Manual de información en género*, Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión, RTVE, p. 109-139.

MESKIN, Aaron (2007) "Defining Comics?" en *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 65, nº. 4 (otoño). P. 369-379

NICHOLS, Geraldine Cleary (1992). *Des/cifrar la diferencia. Narrativa femenina de la España contemporánea*, Siglo XXI, Madrid.

RADWAY, Janice A. (1991) *Reading the romance. Women, Patriarchy and Popular literature*, The University of North California Press, Chapel Hill (North California, EE.UU)

RAMÍREZ, Juan Antonio (1975) *El "comic" femenino en España. Arte sub y anulación*, Cuadernos para el diálogo/Edicusa, Madrid.

REMESAR, Antoni. (1983) "Comic y Ciencias sociales" en Altarriba, Antonio (ed.) *Neuróptica. Estudios sobre el cómic*, Zaragoza: Excmo. Ayto. de Zaragoza/Servicio de Publicaciones. Delegación de Cultura y Festejos. P. 85-106

SANPEDRO, Pilar (2004) "El mito del amor y sus consecuencias en los vínculos de pareja". Disponible en <http://www.pensamientocritico.org/pilsan0704.htm> [última consulta el 5/08/2010]

TERENCI MOIX, Ramón (2007) *Historia social del cómic*, Bruguera, Barcelona.

TUBERT, Silvia (ed) (2003) *Del sexo al género. Los equívocos de un concepto*, Cátedra, Madrid.

ⁱ Para apreciar más adecuadamente los tipos identificados en la obra de Ramírez y sus posibles combinaciones véase Ramírez, Juan Antonio (1975) páginas 117-147.

ⁱⁱ El movimiento *Nouvelle Manga* se asigna a una oleada de dibujantes de cómic franco-belgas que toman como referencia el elemento distintivo del manga –cómic japonés – del interés por contar historias cotidianas, o al menos, revestidas de cierta cotidianeidad. El impulsor del movimiento es el autor francés Frédéric Boilet. El manifiesto de la *Nouvelle Manga* puede consultarse en http://www.boilet.net/am/nouvellemanga_manifeste_1.html [última consulta el 7/08/2010]