

## **Reflexiones sobre el papel de la mujer en el cómic español de posguerra**

**RODRÍGUEZ García, Ana**

**FERNÁNDEZ Lamas, Ana**

**Universidad de Sevilla**

En el cómic, la gran mayoría de los personajes responden a estereotipos, no sólo los femeninos, sino también los masculinos ya que, como afirma Umberto Eco “el autor de cómic se ve obligado a reemprender la narración al cabo de un día o una semana y se ve impulsado a proponer personajes y situaciones estándar precisamente para poder ofrecer al lector puntos claros de referencia sin exigirle un esfuerzo de memoria”<sup>1</sup>. El entrar en el texto “in media res” nos exige este esfuerzo, que el estereotipo suaviza. Pero este uso de personajes estándar conlleva el peligro de que, al ser el cómic un medio socializador del individuo, estando presente en su vida desde la niñez, puede crear una imagen distorsionada de los elementos sociales, como ocurre con el papel de la mujer, que se encuentra siempre en una posición inferior con respecto al hombre, destinada sólo al hogar y al esposo, mientras el hombre está ligado al mundo exterior y es independiente. Estos roles, que en un principio reflejaban la sociedad, continúan hoy representándose, aunque la realidad sea bien distinta. Hoy día se refleja la supuesta inferioridad de la mujer en ciertos discursos, usándola como objeto sexual y lugar de deseo. Y es que las imágenes se interpretan desde una ideología y en nuestra cultura impera la patriarcal, que deja y dejará a la mujer en un inmerecido segundo plano.

La cultura de masas es la que explica las transformaciones sociales y políticas de la segunda mitad del siglo XX. En la cultura de masas, la educación no se transmite a través de la escolarización, sino a través de la espectacularización. Se aprende a través de cine, televisión, tebeos,... que reflejan los valores de nuestra sociedad. Aunque desde los primeros años de vida los niños saben cuál es su rol, ya que lo da la educación familiar, la preescolar, etc. los libros infantiles dan una imagen mutilada y empobrecida de la mujer. Incluso cuando no se sabe leer esta imagen se transmite mediante ilustraciones, como ya veremos. Estos papeles rígidos, aprisionan y modifican la personalidad. Concepción Fernández Villanueva<sup>2</sup> sostiene que la educación es uno de los instrumentos más importantes con los que cuenta la sociedad para corregir las

---

<sup>1</sup> ECO, U. (1988): *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona, 9ª ed.

<sup>2</sup> FERNÁNDEZ Villanueva, C. (1996): "Mujer y educación", *Mujer, violencia y medios de comunicación*. Universidad de León.

desigualdades sociales pero en el cómic, como en otros elementos de la cultura de masas que forman el llamado “currículum oculto”, también se acentúan estas desigualdades.

Según la hipótesis de la psicología social, se dan dos tendencias en el niño, cuando recibe la representación de estas conductas: por un lado, imitan sin más la conducta aprendida, llamado “efecto disparador”, que nosotros queremos apoyaremos. Por otro lado, se encuentra la corriente que defiende el desarrollo cognitivo, que sostiene que todo niño es capaz de comparar realidad y ficción y separarlas. Lo que nos debemos plantear es hasta qué punto un niño es capaz de controlar el pacto de ficción con la historia en la que se ve inmerso en el tebeo.

Gubern observa en 1977 que en el cómic se producen dos fenómenos importantes: Hay un claro intercambio de estereotipos entre cómic y cine<sup>3</sup>.

Otro fenómeno que se produce en el cómic es la catalogación de los personajes por sus características físicas<sup>4</sup>. Y es que los mensajes destinados al consumo popular, como es el cómic, mantienen una constante redundancia, ya que es una manera de que el mensaje sea comprendido, de lectura fácil y recordado, efectivo, como en publicidad. Esto contribuye a la fijación de estereotipos de la que hemos hablado anteriormente.

El arte popular se ha orientado fundamentalmente en dos grandes tendencias: por una parte, hacia la producción de mensajes que persiguen una fácil e inmediata aceptación y adhesión por parte de las clases populares, con modelos simples y repetidos, acordes con las expectativas más triviales del gran público, como es el de la mujer en casa, madre y esposa. Aquí se encuentra la iconografía del cómic. La otra tendencia es la nacida con vocación militante de servicio civil o de redención social, dirigidas al gran público para su desalienación.

Mary Douglas sostiene que el enfoque simbólico interaccionista de la comedia puede establecerse con facilidad. Los roles se definen mediante interacciones simbólicas; la comedia es una forma importante a través de la que se definen tales roles, arguyendo que un rito es “un acto simbólico que forma su significado de un enjambre de símbolos corrientes”. Esta autora sugiere que un chiste es un anti-rito y destruye la

---

<sup>3</sup> “Cine y cómics, desarrollaron en pocos años una potente mitología popular destinada a convertirse, por la vastedad de su difusión, en el núcleo constitutivo de la *mass cult* de la primera mitad del siglo XX, todavía no invadida por las novísimas mitologías vehiculadas por la TV”. GUBERN, R. (1977): *Comunicación y cultura de masas*. Barcelona.

<sup>4</sup> “(...) la estilización metonímica de los personajes es una de las varias formas de redundancia posible en un mensaje, ya que los personajes aparecen así moralmente definidos por sus acciones y además por sus apariencias físicas” GUBERN, R. (1988): *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Barcelona.

jerarquía y el orden devaluando los valores dominantes<sup>5</sup>. Fiske también sostiene que la cultura popular nunca es dominante “porque siempre surge como una reacción contra las fuerzas de dominación y nunca como parte de ellas”. Hacer cultura popular es una lucha social.

Lull, por otro lado, no comparte sus opiniones ya que asegura que los medios de comunicación masiva, diseminan y legitiman de modo placentero un vocabulario político que favorece a ciertos grupos y a ciertos intereses al dar mayor presencia a su código<sup>6</sup>.

Nosotros también defenderemos esta postura con respecto a nuestro estudio. El cómic, como código modelizador de la cultura de masas actual, legitima el poder social del que goza el hombre a través del refuerzo de roles en sus historias, tanto en la época de posguerra, como hoy día<sup>7</sup>.

Es hora de mostrarle a los niños sin ironía, mujeres con una profesión prestigiosa, con poder en la sociedad, madres con trabajos y puestos de responsabilidad importantes. Sin caricaturizarlas o criticarlas implícitamente. Y también de hombres que cambian pañales, hacen tareas domésticas y no entienden de mecánica”... “La literatura infantil debe apoyar el deseo de liberación de las niñas. Debe luchar contra la pobreza, la falta de incentivos y la monotonía de los destinos que los libros ilustrados siguen proponiéndoles<sup>8</sup>.

Como conclusión, afirmamos que es necesario que la mujer acceda al control de los medios de comunicación ya que es la mejor forma de luchar contra el refuerzo de roles de corte machista y lograr una transformación de los estereotipos que nos lleven a una sociedad más igualitaria para hombres y mujeres en una convivencia cordial y pacífica.

---

<sup>5</sup> “(...) obviamente, la risa y los chistes son símbolos adecuados para expresar la comunidad, en este sentido de relaciones sociales sin jerarquía y sin diferenciación” BIGSBY, C. (1982): *Examen de la cultura popular*. México, cit. Mary Douglas.

<sup>6</sup> “Los medios de comunicación masiva suelen elevar y amplificar algunas tendencias ideológicas, distribuyéndolas entre amplias audiencias de un modo persuasivo e incluso, a menudo, pomposo, con lo cual las legitiman”...“ Las situaciones imaginadas proyectadas se basan en una estructura de valores más general que al consumidor ya le resulta familiar” LULL J. (1995): *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*. Buenos Aires.

<sup>7</sup> “Los medios de comunicación de masas son instrumentos de la representación ideológica” LULL (1985): cit. Hall.

<sup>8</sup> TUDÍN, A. (1995): *Los cuentos siguen contando*. Madrid.

## Situación social y política

En estos momentos España se encuentra en la dictadura de Franco, iniciando su recuperación tras la guerra del '36. Las fronteras del país están cerradas al extranjero y la censura actúa como baluarte de protección de la moral española, prohibiéndose la publicación de obras literarias en las que hubiera el más mínimo atisbo de ideas políticas contrarias al régimen. "En España la mujer ha vivido sometida a una represión sexual y a un pudor impuesto superior al que han padecido los hombres" e incluso después del *boom* erótico de los años '70, los estímulos icónicos para mujeres han sido prácticamente inexistentes. Esto también es muy claro en el cómic femenino de posguerra: hay represión, obligación de contentar al marido por encima de todo, sexo implícito, pero siempre para la procreación, etc.

Según Rosa Chacel<sup>9</sup>, la mujer ha sido esclava durante siglos, dejando que la cultura la hicieran los hombres. A partir de esta última mitad de siglo, la mujer ha ido tomando papeles relevantes en la cultura y en la ciencia, pero aún permanece en el recuerdo colectivo su situación al margen. Con respecto a esta posición femenina, Chacel añade que las leyes de la naturaleza no pueden ser rechazadas, pero sí degradadas y esto es lo que se ha ido haciendo.

## Historia del cómic

El origen del cómic se sitúa en las primeras tiras de prensa caricaturescas de finales del siglo XIX en Estados Unidos, con cómics de aventuras épicas que adoptaron la estructura del serial, con episodios que se continúan en sucesivos ejemplares como en la novela de folletín del siglo XIX. Pero en España no surge hasta principios del XX, con una publicación dedicada a la política, llamada "En Caricatura", de 1865. No será hasta 1915, con Domingúin y en 1917, con TBO, cuando el cómic tenga una publicación regular. En esta etapa, también debe distinguirse Pulgarcito, de 1921. Una vez terminada la Guerra Civil, los cómics se resienten, como los demás estamentos culturales del país. Aún así, surgen unos grandes historietistas y se empieza a publicar de forma más estable.

Un tipo de revistas ilustradas con mucho éxito son los cómics de héroes, entre los que destacan "Roberto Alcázar y Pedrín" de 1940, "El Guerrero del Antifaz", de 1944, el cómic de aventuras con más éxito; "Diego Valor" de 1954, primer cómic de

---

<sup>9</sup> CHACEL, R. (1996): "La esclava", *Mujer, violencia y medios de comunicación*. Universidad de León.

ciencia-ficción y “El Capitán Trueno”, de 1956. Como cómic político y bélico debemos destacar “Hazañas Bélicas” de 1948, que da un tratamiento favorable, protegido por el régimen dictatorial, a las tropas alemanas de la II Guerra Mundial.

No podemos pasar por alto el cómic dedicado al público femenino en exclusiva. Fueron los censores del régimen franquista los que llevaron a los editores a crear publicaciones especialmente dirigidas a las chicas, y en términos oníricos de hadas y encantamientos. La finalidad última era tener a la mujer recluida en casa al cuidado de su marido y los niños, con pocas posibilidades de incorporarse a las luchas socio-políticas. Lo único positivo de estas publicaciones es la tímida incorporación de la mujer al dibujo y escritura de este género, con autoras como Pili Blasco, Rosa Galcerán, María Pascual, Purita Campos o Pilar Mir.

Como títulos principales, destacamos la revista “*Mis Chicas*” de 1941, producto de alta calidad estética y literaria y de cuidado contenido, “*Azucena*” de 1946, narraciones de cuentos y relatos de hadas, que pasan, con la evolución de la mentalidad del país a ser historietas románticas, “*Florita*” de 1949, la revista estrella entre adolescentes, “*Mariló*” en 1950, “*Sissi*” en 1958 y “*Lily*” de 1959, con distintos estilos. Más cercana a la época de “apertura” encontramos la revista “*Claro de Luna*” en 1959, historia basada en una canción de moda que es aceptada a duras penas por la censura. También por esta época, se empieza a vislumbrar un ligero cambio: empezamos a encontrar personajes femeninos con identidad e independencia, sobre todo laboral, como son “*Mary Noticias*” en 1960 y “*Lilián, azafata del aire*” del mismo año. Esto es el contrapunto al machismo imperante en los cómics de aventuras.

El cómic humorístico tuvo como finalidad la distracción del español de clase baja y media, para apartarlo de la realidad política, aunque a veces se introducían, alusiones a la situación sociopolítica de la época, en clave de humor y burlando a la censura. “*TBO*” vuelve a publicarse a partir de 1940, “*Jaimito*” surge en 1945 y “*Pulgarcito*” se reedita en 1947, siendo las más liberal y produciendo un humor que la censura vigilaba muy de cerca. Encontramos aquí los personajes más admirados del género: “*Carpanta*”, “*Zipi y Zape*”, “*Mortadelo y Filemón*”, “*Agencia de Información*”, “*Dña. Tula*”, “*Hermanas Gilda*”, “*Doña Urraca*”,...

En Estados Unidos, el primer personaje femenino se da en el cómic de aventuras, en los años ‘30, con “*Jungle Jim*” (1934), donde aparece “Shangai Lili”, una aventurera (1935) y es un expreso homenaje a Marlene Dietrich que había estrenado tres años antes “El Expreso de Shangai”. En 1941 apareció un serial, inspirado en este cómic

“Jungle Girl” (en España, “En la Selva del Terror”) y más tarde, “Los peligros de Nyoka”, siendo en España este personaje transformado, evitando el erotismo de trasfondo que en Estados Unidos sí tenía.

#### Análisis de los personajes

Las mujeres se presentan estereotipadas, personas poco inteligentes, soñadoras y sin capacidad de resolución, cuyo lugar idóneo está en el hogar y cuya vida está muy relacionada con las consecuencias sociales del consumo, la familia y pocos valores más.

- Leovigilda: Siempre va vestida de negro. Es delgada, con la nariz muy grande (como si fuera una bruja). Se supone que es la más lista de las dos hermanas, ya que Hermenegilda considera que es así, pero es discutible. Es una mujer muy vaga, no trabaja, no suele hacer tareas de la casa y se limita a sentarse a leer. Pero sus lecturas son los cómics para chicas, como “Lily”. Le gusta reírse de Hermenegilda, porque es muy ilusa.
- Hermenegilda: Se viste siempre de rojo y es pequeña y gordita. Sería lo que conocemos como “una gordita feliz”, ya que no tiene preocupaciones de ningún tipo. Hace el papel de tonta, aunque en realidad, no lo sea. Lo que más le gusta es pasear por el campo, lo que hace en muchas de sus historietas. Se pasa el día limpiando y haciendo las tareas que Leovigilda le ordena.

Las Hermanas Gilda son un estereotipo de hermanas solteras, una de ellas amargada y la otra esperanzada en la vida. No se sabe de qué viven, ya que ninguna de ellas trabaja, pero su fortuna (más bien escasa por lo que se muestra en las historietas) puede proceder de un antiguo tesoro familiar, como dice Leovigilda en el episodio de “El Inspector”. Este tesoro es una alusión a sus ancestros, los visigodos, como se deduce del origen de sus nombres. Sin embargo, la terminación de los mismos, por la cual se las conoce en los cómics, resultó conflictivo ya que en esa época el personaje de Gilda, interpretado por Rita Hayworth, se había convertido en un escándalo para la moral española. Sin embargo, ellas son su antítesis completamente. Podríamos equipararlas a una pareja de payasos, uno listo pero no tan listo (Leovigilda) y uno tonto pero no tan tonto (Hermenegilda).

- Ofelia: es un personaje muy secundario, ya que sólo aparece en unas pocas viñetas de cada episodio. Como ya se dijo, este personaje aparece en escena a partir de que Mortadelo y Filemón ingresan en la T.I.A., que es una parodia de la C.I.A.. Ella es la secretaria del “Súper” y va con su vestido rojo y botas negras.
- Doña Jaimita: es la madre de Zipi y Zape. Es también un personaje secundario, casi nunca aparece su nombre, ya que los personajes principales son Pantuflo (el padre) y los niños, los auténticos protagonistas. Ella hace las tareas de la casa, hace calceta sentada en un sillón y las decisiones para castigar a los niños se las deja al marido. Por lo que vemos, tiene el comportamiento del ama de casa tradicional.

En todos los cómics podemos ver la actuación de la censura en cuanto al erotismo se refiere, ya que ninguna de las féminas se corresponde con la *femme fatale* objeto de deseo para los hombres, al contrario que en el cómic estadounidense. En España estaba prohibido que las mujeres de los cómics tuviesen curvas marcadas, y la censura las rectificaba. Además, si observamos detenidamente todos los ejemplos citados, las mujeres están casadas, solteras o sin ningún tipo de relación clara. No existe ningún prototipo de mujer trabajadora, sino que se dedicaban a las labores de casa.

La única que cumple la excepción, en los cómics humorísticos, es Ofelia, la secretaria de Mortadelo y Filemón, rubia y coqueta, enamorada abiertamente de Mortadelo y que le gusta vestirse de manera que llame la atención. Sin embargo, este personaje es el último que se incorpora a la historieta a mediados de los 60, cuando la censura ya estaba desapareciendo, y además, su físico nunca fue nada provocador.

Para las mujeres, existen dos modelos principales que corresponden a la obediencia al modelo clásico y a la imitación masculina. Esto se puede apreciar claramente en las “*Hermanas Gilda*”, donde Leovigilda hace el papel de hombre y Hermenegilda el de abnegada esposa. Es curioso ver cómo la primera aparece sentada en algún sillón leyendo un periódico o libro, con los pies en alto y ordenando a la otra las tareas de limpieza que tiene que hacer. La segunda hace las compras, limpia, no descansa y no lee, es decir, no se la representa como una persona inteligente y capaz de realizar un trabajo fuera del hogar, como se puede apreciar en la historieta “*Hermenegilda periodista*”, donde sus sueños de ser reportera parecen cumplirse, pero en realidad sólo debe redactar un anuncio por palabras, por lo que Leovigilda se ríe de

ella nuevamente ante su inocencia. Además, aparece reprimida por el miedo a la hermana, a sus enfados, sus burlas, sus gritos, y se libera de esta tensión a solas cuando no la oye nadie. Este fue y aún hoy sigue siendo, desgraciadamente, el drama de muchas mujeres.

Una figura retórica de gran importancia en este género del cómic es la elipsis<sup>10</sup>, ya que muchas de las cosas que ocurren las suponemos, de manera que la acción aparece en nuestra memoria completa. Por ejemplo, en el capítulo de las Hermanas Gilda “Decirme eso a mí” vemos a Herme caminando por la calle y un agujero cerca de ella. En la siguiente viñeta ya está dentro de él. Sin embargo, nosotros imaginamos la secuencia completa e incluso podemos “ver” como cae en el agujero.

Otro elemento semántico del cómic es el uso de la onomatopeya, un elemento gráfico con función sonora en la imagen. En España se han adoptado sonidos que no tienen sentido en nuestra lengua, pero sí en la lengua originaria del país en el que se han escrito las historias.

En las ilustraciones hay una serie de símbolos muy importantes a la hora de analizar el rol que desempeñan estas mujeres que hemos citado anteriormente. En primer lugar, el delantal, símbolo por antonomasia del ama de casa que se dedica a las tareas de la casa. Doña Jaimita, la madre de Zipi y Zape lo lleva en casi todas las viñetas en las que aparece. En segundo lugar, los lazos, símbolo de una coquetería tonta y lo llevan tanto las Hermanas Gilda como Doña Jaimita y aparece siempre. Este símbolo puede resultar contrario a la imagen que se ofrece de Leovigilda como contrapunto masculino de las historietas. Ella, además, lee periódicos, otro símbolo masculino, aunque en una de las historietas tiene en sus manos un ejemplar de la revista “Lily” que está ansiosa por leer; mientras que Hermenegilda se limita a hacer crucigramas y a preguntarlo todo porque no sabe resolverlo. Doña Jaimita no aparece en ningún momento con ningún tipo de libro, revista o periódico. El último símbolo de importancia, aunque se utilice en contadas ocasiones, es el de la mujer limpiando a gatas que representa la sumisión de estas mujeres.

También podemos encontrar otros símbolos comunes que aquí no aparecen: gafas, sombrero, sillitas, ventana, gato, lágrimas silenciosas,... así como otros estereotipos: niña tonta y soñadora, la secretaria histérica (Ofelia), viejecitas

---

<sup>10</sup> GAUTHIER, G. (1986): *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*. Madrid.



encantadoras o brujas, y sobre todo mujeres que sólo piensan en tareas de poca intelectualidad (bailar, coser,...) y en la llegada de su príncipe azul.

Otro elemento semiótico que debemos tener en cuenta es la aparición de diversas isotopías en los cómics que estamos tratando. Por isotopía entendemos una serie de contenidos redundantes que nos permiten cerrar un determinado itinerario de lectura, una repetición de ideas que refuerzan el sentido del texto para que sea entendido de una determinada manera. Citaremos algunas: sumisión, falta de inteligencia, dependencia...

Estas isotopías refuerzan la socialización a través de las historietas a causa de la redundancia que llevan implícitas, que conlleva a una fijación más rápida y permanente de las ideas, lo mismo que ocurre con la publicidad, que recurre a la repetición como sistema más seguro de asegurarse el ser recordada por la audiencia. De esta manera, todo el que haya leído o lea un cómic alguna vez, recordará las isotopías expresadas, así como las características morales de los personajes antes que las acciones.

Tras estas reflexiones sobre el cómic español llegamos a la conclusión de que la mujer ha sido alienada a través de ellos, relegada a un segundo lugar en el protagonismo de la historia, tratada como un ser de capacidades inferiores a las de los hombres. Y sólo por no afrontar los estereotipos socialmente prefijados desde los inicios de la historia de la humanidad. Tenemos cada vez más heroínas de ficción que van destruyendo esta imagen de sumisión, aunque a costa de convertirse en un *sex symbol*, como el famoso personaje de videojuegos Lara Croft.

El problema de esta nueva estereotipación es que la mujer queda igualmente por debajo del hombre y el niño pasa de la socialización a través de la imagen de la mujer limpiando a la socialización a través de la mujer como estereotipo sexual.

Simplemente queremos defender la igualdad a través de la imagen para que en un futuro la mujer tenga derecho a un tratamiento más justo.