

El amor romántico en los productos audiovisuales de ficción

Inmaculada Mármol-Martín
Sara Mena-Vega
Sara Rebollo-Bueno
Universidad de Sevilla, Sevilla

RESUMEN

Este estudio analiza el papel de los productos de ficción audiovisual de la cultura de masas en la construcción del ideal del amor, debido a las posibles consecuencias relativas al desarrollo de los receptores. Cabe destacar la aportación esencial de la teoría filmica feminista como perspectiva crítica de estos efectos.

Se lleva a cabo una metodología cualitativa centrada en *focus groups*, complementando los datos de fuentes secundarias. De este análisis se obtienen diversas conclusiones, entre ellas, que en los relatos de ficción audiovisual se muestra un ideal de amor basado en desigualdades de género.

Finalmente, se deduce que, a partir del modelo de amor romántico, se construyen referentes que podrían provocar el desarrollo de conductas y comportamientos perjudiciales en las relaciones amorosas, identificándose como propios del amor y normalizándose formas de violencia de género.

PALABRAS CLAVE

Cine, ficción, amor, cultura, feminismo, relaciones.

ABSTRACT

This study analyzes the role of audiovisual fiction products of mass culture in the construction of the ideal of love, due to the possible consequences it may have for the receivers. The essential contribution of the feminist film theory as the critical perspective of these effects should be noted.

For this aim, a qualitative method focused on focus groups was made, complementing the data from secondary sources. This analysis had several conclusions, emphasising that audiovisual fiction stories show an ideal of love based on gender inequalities.

Finally, from the model of romantic love, referents are constructed that could lead to harmful behaviors and beliefs in love relationships, identifying them as typical of love and normalizing forms of gender violence.

KEYWORDS

Films, fiction, love, culture, feminism, relationships.

1. Introducción

El fenómeno amoroso es una de las áreas de mayor relevancia en el campo de la psicología y, dentro de esta, la social (Sangrador, 2001). Los productos de la cultura de masas reflejan su importancia, bombardeando al público con mensajes sobre esta temática. En este estudio se pretende poner a juicio la influencia de los productos de ficción audiovisual, incluidos en la cultura de masas, en la percepción que la sociedad tiene sobre el amor y los valores que los receptores adquieren.

La ‘cultura de masas’ es un término que hace referencia a la producción y, no tanto, a la creación de productos culturales estandarizados. Este tiene una relación con el concepto de fordismo, utilizado por Antonio Gramsci en su ensayo ‘Americanismo y fordismo’ (1999). Dicho término se remonta a la invención de la imprenta, siendo esta capaz de reproducir productos culturales en serie por primera vez. La cultura de masas es usada como herramienta para la legitimación del poder, a través de la difusión de diferentes valores, opiniones, ideologías, y todo aquello relativo a la formación de la opinión y educación pública. Por consiguiente, gran parte del desarrollo intelectual y cultural de la población se produce a través de los medios que difunden este tipo de productos.

El concepto principal que se va a estudiar, dentro de los productos de ficción audiovisual de la cultura de masas, es el ‘amor romántico’. Este es un modelo de amor en el que la intensidad del anhelo, la frustración y los comportamientos abusivos están presentes, especialmente en las relaciones de parejas. Esta perspectiva del amor es reflejada por las historias de ficción, creando conciencia a los receptores de que es la única forma correcta de amar y construir relaciones.

Debido a la fuerte demanda de este contenido, el amor romántico es uno de los protagonistas en el argumento de la mayoría de los productos de la industria cinematográfica. Esto podría provocar que se perpetúen una serie de valores en la población, encontrando consecuencias sobre cómo las personas construyen y definen sus relaciones amorosas, perjudicando tanto a la pareja como a su entorno. Debido a la importancia de su posible impacto en la sociedad, se realiza esta investigación, abarcando tanto el papel que toman los productos de ficción audiovisual de la cultura de masas en la formación del ideal de amor y de las relaciones, como el estudio de la teoría fílmica feminista, sosteniendo una perspectiva crítica de los roles asignados a la mujer en dichas relaciones. Esta surge como denuncia a la construcción de la

imagen de la mujer en el cine clásico, bajo la premisa de que los roles que se le asignan son asimilados de forma inconsciente.

2. Marco teórico

Para comenzar, es imprescindible realizar una revisión bibliográfica sobre el concepto de ‘amor romántico’.

Todas las investigaciones revisadas en este estudio definen el amor romántico como un fenómeno cuya construcción y percepción se basan principalmente en factores del entorno en el que el individuo se desarrolla, siendo esenciales los factores culturales. Por ello, se puede llegar a considerar el amor como una construcción cultural, como se expone en el estudio titulado ‘El Amor desde la Psicología Social: ni tan libres, ni tan racionales’ de Carlos Yela (2000). Asimismo, varios de los estudios que analizan los precedentes históricos, lo relacionan con el modelo de ‘amor cortés’ concebido en los siglos XI y XII, siendo este la base del posterior ‘amor apasionado’ occidental (Arreguy y García, 2012). En él, la poesía de exaltación, los ritos de comunión con la tierra y la idealización de la mujer son condiciones *sine qua non* en la gestación de un intenso deseo erótico, efímero y, al mismo tiempo, trágico e imposible (Arreguy y García, 2012).

Según Karandashev (2015), el término ‘amor romántico’ fue acuñado en el siglo XIX por el crítico literario Gastón Paris para denotar una serie de actitudes y patrones de comportamiento que caracterizan el producto literario surgido en Francia en el siglo XII. El amor cortés posee unas características generales: elevación del estatus de la mujer, sufrimiento causado por una atracción apasionada y la separación de los amantes, y una transformación de estos que los eleva a un plano diferente de existencia: el mundo de los amantes, en el cual la vida es experimentada de forma más intensa. Originalmente se consideró un fenómeno europeo, pero estudios más recientes han mostrado precursores y análogos del amor romántico en los diálogos de Platón, la cultura islámica y antiguos escritos indios, entre otros. El amor romántico generalmente implica una combinación de emoción y deseo sexual: picos emocionales, euforia, pasión y entusiasmo. Es apasionado, fantasioso, expresivo y placentero, un sentimiento de atracción emocional hacia otra persona. Normalmente, se pone más énfasis en las emociones que en el placer físico. El amor romántico se caracteriza por un fuerte afecto y preocupación amorosa, actitud irreal e idealista hacia la pareja, y sentir que el amor es eterno y existe para siempre (Karandashev, 2015).

En definitiva, el amor se trata de una construcción cultural que en cada período histórico ha ido desarrollando una definición diferente, condicionando los vínculos que deben existir o no entre el matrimonio, el amor y el sexo. Así, en los inicios del siglo XIX surge la conexión entre los conceptos de amor romántico, matrimonio y sexualidad que llega hasta la actualidad (Fernández y Gómez, 2016). Es precisamente la creencia en el amor romántico la responsable de una concepción errónea e insana del amor que lleva a las personas a exponerse a verdaderas situaciones de dependencia y sometimiento dentro de la pareja (Fernández y Gómez, 2016). El ideal romántico, fruto de la cultura occidental que prepondera, ofrece un modelo de conducta amorosa que estipula lo que significa enamorarse y qué sentimientos han de concebirse, entendiéndose esto como el cómo, cuándo, y con quién sí y con quién no (Fernández y Gómez, 2016).

En lo relativo a la imagen del amor romántico en obras cinematográficas, se destaca el estudio de Mary Beth Haralovich sobre diez películas de los estudios Warner Brothers entre los años 1930 y 1940, que encuentra una tendencia en la narrativa clásica a ‘devolver a la mujer a su sitio’. Sobre este, Laguarda (2006) afirma que ‘el amor romántico (mediante el enamoramiento, el matrimonio o la vuelta a la familia) cumpliría un papel normativo, al restituir el orden cuando la mujer asume un rol contrario a las normas en el mundo de la producción, mientras que si esto no ocurre la transgresión suele ser castigada con la exclusión, la marginalidad o la muerte’.

2.1. Amor como fenómeno cultural.

Bosch, E., Ferrer, V. A., Ferreiro, V. y Navarro, C. (2013) señalan que durante el proceso de socialización y a través de los diferentes agentes socializadores, entre los que se cuentan los medios de comunicación, se transmiten aquellos comportamientos, actitudes y formas de ser y hacer que son considerados adecuados.

El amor es un fenómeno presente en todas las culturas, pero se manifiesta de forma diferente según los valores de cada una. La pasión es universal y se apoya en los principios biológicos de la selección sexual, mientras que el romance es específico de la cultura occidental, y se basa en las tradiciones históricas y culturales. Esto se debe entre otras cosas al contraste entre valores propios de culturas individualistas como occidente, y los valores de culturas colectivistas como las orientales, siendo respaldados respectivamente por la cultura de masas,

según el estudio de Hofstede (2003). Las culturas individualistas como Estados Unidos se centran más en el interés propio y el interés de la familia inmediata, la autonomía personal y la voluntad propia, la iniciativa individual y la independencia. Las culturas colectivistas como China inducen a la gente a subordinar la motivación personal a los intereses del grupo; estimulan la interdependencia y sugieren que las decisiones de este son más importantes que las individuales (Karandashev, 2015).

Lo más importante es si el amor romántico es solo una construcción cultural occidental, o dado su origen, se trata de un universal en las sociedades humanas. El amor es una emoción global experimentada por la mayoría de las personas, en diversas épocas históricas y en todas las culturas del mundo, manifestándose de diferentes maneras debido al impacto de la cultura en las concepciones de amor y la forma en que se sienten, piensan y se comportan los individuos en las relaciones románticas (Karandashev, 2015). La importancia del amor en la sociedad se desprende no de un fenómeno sociocultural universal, sino más bien propio de la cultura occidental (Caro, 2015).

Diversos estudiosos apoyan la idea de que el amor romántico es una invención occidental que no se encuentra en otras culturas. En particular, Stone (1989) sugiere que el amor romántico no existe en los países no occidentales, excepto para la élite de aquellos países que tienen tiempo para cultivar el amor romántico.

Sin embargo, según algunos antropólogos, el amor romántico o amor apasionado es una emoción universal, que se experimenta en todas las culturas del mundo. Los psicólogos evolucionistas postulan que el amor apasionado es innato para la naturaleza humana y se basa en procesos biológicos que son universales (Karandashev, 2015).

Esta investigación remite asimismo a los autores Jankowiak y Fischer (1992), quienes estudiaron el amor romántico en 166 culturas de todo el mundo. Los investigadores encontraron que el amor romántico estaba presente en 147 de 166 culturas (88,5%). Para las otras 19 culturas no hubo señales de que la gente experimentara este fenómeno. Los resultados mostraron que el amor romántico es casi universal, pero no puede concluirse que cada persona se enamore. Estos autores sugirieron que el amor romántico puede ser controlado por algunas variables culturales. Habrá más o menos posibilidades de que la gente se enamore a menudo

dependiendo de la organización social y la ideología de su cultura.

En la actualidad, aún no se ha llegado a una conclusión definitiva sobre la relevancia de las variantes culturales en la existencia del fenómeno del amor romántico, por lo tanto, sigue siendo un debate abierto.

2.2. Mitos del amor romántico.

Partiendo de la investigación de Yela (2000), se puede sintetizar una serie de mitos sobre el amor romántico que son inconscientemente incorporados al imaginario colectivo. Estos son los responsables del desarrollo de creencias y conductas que llevan a consecuencias como la frustración derivada del rechazo o la depresión causada por la dependencia que crean este tipo de relaciones. En muchas ocasiones, la idealización de la relación, así como de la pareja, fomenta la creación de pensamientos obsesivos y actitudes de dependencia que resultan nocivos para quien lo experimenta.

Según este estudio, estos mitos se clasifican en:

- Mito de la ‘media naranja’: creencia de que la pareja está predestinada.
- Mito del emparejamiento: creencia de que la ley natural y universal es la pareja heterosexual y monógama.
- Mito de la exclusividad: creencia de que es imposible estar enamorado/a de dos personas a la vez.
- Mito de la fidelidad: creencia de que los deseos románticos y eróticos deben satisfacerse exclusivamente con una única persona, si se la ama de verdad.
- Mito de los celos: creencia de que los celos son un requisito indispensable para el verdadero amor.
- Mito de la equivalencia: creencia en que el ‘amor’ (sentimiento) y el ‘enamoramiento’ (estado más o menos duradero) son equivalentes y, por tanto, si una persona deja de estar enamorada es que ya no ama a su pareja. Por lo tanto, lo mejor es abandonar la relación.
- Mito de la omnipotencia: creencia de que ‘el amor lo puede todo’ y es suficiente para solucionar todos los problemas.
- Mito del libre albedrío: creencia de que los sentimientos amorosos no están influidos por factores socio-biológico-culturales ajenos a la voluntad.
- Mito del matrimonio o de la convivencia: creencia de que el amor romántico y

pasional debe conducir a la unión estable de la pareja y la convivencia.

- Mito de la pasión eterna: creencia de que el amor romántico y pasional de los primeros meses puede y debe perdurar eternamente.
- Mito de la abnegación o exceso de empatía: el mito del sacrificio de las ‘buenas’ mujeres en aras de su familia. Supone conductas de la mujer víctima tales como la del cuidado y defensa de su agresor, justificarle, complacerle o llevarle a que busque ayuda.

Cuatro de los mitos mencionados (exclusividad, fidelidad, emparejamiento y celos) fueron introducidos por el cristianismo, constituyendo un garante de la exclusividad y la fidelidad (Yela, 2000). En relación con estos mitos, se encontraron otras convenciones socialmente aceptadas relevantes a mencionar, como que enamorarse provoca una entrega total a la persona amada, que el ‘verdadero amor’ es incondicional, que dura siempre, y que el estado general que crea el enamoramiento o fascinación amorosa es de felicidad total (Moreno y Sastre, en Caro, 2015).

Bosch (2013) señala que la sociedad se encuentra frente a un modelo de conducta imposible de seguir y que habitualmente desemboca en desengaños y frustraciones. Esta manera de pensar y vivir las relaciones sentimentales impulsará a justificar y normalizar comportamientos y situaciones que en condiciones normales no serían aceptables, pero que caben dentro de ese paquete de comportamientos y actitudes que es el amor. En el amor romántico se valora la dependencia como algo positivo. No se trata de un reconocimiento de las dependencias humanas como propias de personas que vivimos en sociedad, sino como un efecto asociado al amor. Un amor adictivo, insano, egoísta, dependiente y agobiante que reclama atención constante y exige continuas renunciaciones, semejante al amor infantil. Este amor es común en la cultura occidental y se caracteriza por: obsesión, irracionalidad, exigencia, dependencia emocional, inmadurez y celos (Yela; en Caro, 2015).

En casos extremos, se llega a comparar el sentimiento amoroso con una adicción a las drogas debido a la dependencia que genera. Así, Zou, Song, Zhang y Zhang (2006) en su artículo ‘Romantic Love vs. Drug Addiction: May Inspire a New Treatment for Addiction’ definen dos fases diferenciadas del proceso amoroso: enamoramiento o *infatuation* y apego o *attachment*. La primera de estas tiene un carácter de excitación y estrés, la atención se encuentra centrada

en el individuo preferido, y se produce un pensamiento obsesivo sobre este, contando con una duración limitada. La segunda se caracteriza por ser un periodo de calma, seguridad y equilibrio. Estas fases se comparan a lo largo de la investigación con el proceso de adicción a las drogas, llegando a definir el concepto de amor romántico como una adicción creada por un proceso de conducta. Además, la ruptura de la pareja muestra analogías con la abstinencia, como el insomnio, pérdida del apetito, soledad crónica, etc. En el estudio 'Regulation of Romantic Love Feelings: Preconceptions, Strategies, and Feasibility' de Langeslag y Van Strien (2016), la primera fase se experimenta un sobrecogedor sentimiento amoroso por un individuo, similar al concepto de 'pasión', 'enamoramamiento', 'amor apasionado' y 'atracción'. La fase de apego, por otro lado, es un sentimiento reconfortante de unión emocional, similar al concepto de 'intimidad', 'decisión/compromiso' y 'compañía amorosa'.

2.3. Idealización, celos y posesión/maltrato.

Hatfield (1988) defiende que todas las personas interiorizan, a menudo de forma inconsciente, lo que es una experiencia de amor, lo cual tiene un gran impacto en las relaciones de amor que se experimentan. Las ideas sobre el amor presentes en la cultura influyen en la forma de interpretar las experiencias de amor; y que las creencias culturales sobre el amor afectan a las interpretaciones de estas experiencias. En este sentido, además de ser un concepto multidimensional, el amor es también un producto social y discursivo. Este es integrado en el lenguaje colectivo y se trata de una imagen construida en un tiempo y espacio específicos. El amor es un producto social que no siempre se adopta con libertad, sino en base a la norma institucional, y esta estandarización es la que perpetúa las desigualdades entre sexos (Neves, 2007).

El amor romántico está aún presente como ideal, aunque es cuestionado por el imperativo de disfrute de las sensaciones y el consumo compulsivo de relaciones. Por un lado, se experimenta el amor de forma idealizada. Por otro lado, la experiencia de amor está constantemente influenciada por la lógica del mercado, provocando que la relación de amor se lleve a cabo con el mismo modelo que las relaciones comerciales. Se posee a la pareja al igual que se poseen objetos. El sexo y el amor funcionan por la lógica económica y han llegado a ser tan racionales y funcionales como cualquier otra actividad productiva (Arreguy y García, 2012).

La expresión de los celos, debida a la amenaza de romper la exclusividad afectiva con el

compañero, todavía está muy presente en la cultura. Sin embargo, los celos no son concebidos como una prueba de amor, idea originada en la creencia romántica hegemónica. Actualmente, se miran los celos como un signo de debilidad y posesividad. El otro debe ser libre para hacer lo que esté a su disposición, en especial las nuevas experiencias sexuales y/o amorosas (Arreguy y García, 2012). La perspectiva posmoderna sobre el amor, que significa la aceptación de que todo el mundo es libre de actuar como desee, por lo que es inevitable la convivencia con la libertad y la individualidad del otro (Bauman, en Arreguy y García, 2012). Por consiguiente, la libertad es un requisito en el amor, por lo que los celos, y la idealización, se erigen como un obstáculo para las expresiones amorosas actuales (Arreguy y García, 2012). Sin embargo, aún se incita desde los medios de comunicación de masas a crear un ideal, no solo de pareja, sino de relaciones, y se muestran los celos como signo de amor, por lo que se normalizan e interiorizan.

La cuestión de amor romántico es identificada como responsable de hacer que las mujeres creen que la felicidad humana depende de su entrega total e incondicional a sus parejas. Esto provoca, en muchas ocasiones, violencia, discriminación y desigualdad, siendo esta cuestión incorporada a la agenda feminista (Neves, 2007). La Fundación Mujeres en su monográfico titulado ‘Mitos del amor romántico y prevención de la violencia de género’ (2011: 3) comenta con respecto a los mitos de amor romántico que: ‘una alta asunción e inadecuada interpretación de mitos de amor romántico se convierte en la causante de que desarrollen creencias e imágenes idealizadas que en numerosas ocasiones dificulta el establecimiento de relaciones sanas y tolerancia a comportamientos abusivos’.

Algunos ejemplos de estos comportamientos, normalizados y asumidos de forma inconsciente mediante el consumo de productos culturales pueden encontrarse en los estereotipos tradicionales de género, que atribuyen a los hombres un papel activo en la iniciación de las relaciones, y las mujeres un papel reactivo: aceptar o rechazar los avances masculinos.

2.4. Medios de comunicación y cultura de masas.

Con el objetivo de estudiar la influencia que podría tener la comunicación de masas, y dentro de esta, los productos de ficción audiovisual, sobre la sociedad, esta investigación se basa en varias teorías. Para comenzar, es preciso tener en cuenta que la obra se construye en el punto de convergencia entre el texto y la persona que lee (Warning en Fernández y Gómez, 2016). Del mismo modo, como también hace referencia Hernández-Santaolalla (2010) en su artículo sobre la teoría de la recepción literaria, la obra final y su significado son resultado de la

interacción entre el texto como producto del autor con el lector. En la actualidad, esta teoría da lugar a nuevas corrientes como la teoría de la recepción cinematográfica.

Por otra parte, deben estudiarse los medios que difunden estas obras y su posible influencia en la percepción de estas. En primer lugar, el teórico Lasswell (1985) atribuye tres funciones a los medios de comunicación: supervisión o vigilancia del entorno, interpretación de las distintas partes de la sociedad del entorno y transmisión generacional de la herencia social. Esta última postula que la cultura es transmitida y formada a través de los medios, que habitualmente refuerzan la cultura dominante.

De la misma forma, se analiza la teoría del cultivo acuñada en su origen por Gerbner, Gross, Signolielli, Morgan y Jackson-Beeck (1979). Esta explica cómo los medios de comunicación de masas siembran una ‘semilla’ a través de los relatos de ficción, creando una sensación en los receptores que altera la percepción de la realidad. Esto provoca un conflicto al enfrentarse con la realidad no ficcional. En relación a esta, se menciona la teoría de Hatfield (1988) de su estudio ‘Passionate and companionate love’. En ella se define el amor como un producto social y discursivo. Esta se vuelve una realidad compartida, haciendo que toda la sociedad la adopte dogmáticamente y se consuman productos culturales acordes a esta idea. Coincide con esta teoría el Paradigma de Conformidad de Asch (1955), que afirma que los individuos que difieren de una idea adoptada por el grupo tienden a preferir modificar su idea a enfrentarse a este. La Espiral del silencio de Noelle-Neumann (1993) es otra teoría que apoya la anteriormente explicada. Del estudio de estas teorías puede extrapolarse que los valores atribuidos, a través de los productos de ficción audiovisual de la comunicación de masas, al amor romántico; así como la forma de entender las relaciones de pareja, hacen que las personas que difieren de estos valores se sientan cohibidas y, en muchas ocasiones, modifiquen sus ideas de acuerdo con las expuestas en dichos productos de ficción.

Respecto al uso de la cultura de masas para legitimar ciertos valores, opiniones e ideologías, la teoría ‘Two Step Flow’ de Lazarsfeld y Katz (1966), afirma que el poder utiliza a los líderes de opinión para transmitir al público masivo los mensajes. Finalmente, McQuail expone en su libro ‘Introducción a la teoría de la comunicación de masas’ la existencia de cuatro tipos de relaciones entre cultura (contenidos mediáticos) y sociedad. Estas son explicadas a continuación:

Un importante cuerpo teórico considera que la cultura depende de la estructura económica y de poder de una sociedad. Se da por supuesto que quien controle o posea los medios de comunicación puede elegir o restringir lo que hagan (...). Si consideramos los medios sobre todo en función de sus contenidos (y por tanto, más como cultura), entonces se señala la opción del idealismo que acepta que pueden ejercer una gran influencia, (...) independientemente de quien los posea o controle (...). La industria de los medios satisface la necesidad de información y entretenimiento de la sociedad, y al mismo tiempo, estimulan un cambio social que crea nueva demanda de información. Hoy en día, las diversas influencias están tan estrechamente unidas que sin ellas no se podría concebir ni la comunicación de masas ni la sociedad moderna (McQuail, 2000: 113-114).

2.5. Teoría Fílmica Feminista

Según afirma Colaizzi (2001), cualquier lenguaje, incluyendo el cine, tiene efectos, cuyo poder de persuasión reside en la exposición a estos como parte del espectáculo cinematográfico. Dichos efectos se remiten asimismo al poder referencial y de representación de la imagen fílmica. El estudio de estos se aborda desde diversas disciplinas (el estructuralismo francés, la semiótica, y el psicoanálisis, entre ellas), que ‘comparten la presunción de que los significados, lejos de ser tomados del ‘mundo real’ y simplemente transmitidos a través del medio cinematográfico, se generaban realmente en y a través de los mecanismos de los propios textos cinematográficos’ (Kuhn, 1991: 90), perspectiva compartida por Laguarda (2006). De este modo, los efectos del cine tienen tal poder que, según Rodríguez (2007: 2): ‘el cine clásico es uno de los medios más potentes con los que cuenta actualmente el sistema patriarcal para transmitir su ideología. Colabora activamente en la construcción de esas imágenes de mujer que para nada se corresponden con la realidad, pero que la mujer asimila inconscientemente hasta considerarlas naturales’. Como alternativa, surge la teoría fílmica feminista, que formaría parte de la visión pragmática del cine como forma de representación, haciendo necesario el estudio de su producción y su recepción (Colaizzi, 2001). En esta línea, el interés se desplaza de los textos a los procesos de interacción entre estos, los espectadores, las instituciones y el entorno cultural, enfocando así la relevancia del contexto para lograr una perspectiva más completa del texto. Sin embargo, estos siguen siendo los objetos privilegiados de estudio, según Hernández, Zurian, y Jiménez (2014).

El inicio de la teoría fílmica feminista comienza a producirse a partir de la década de 1970, de forma prácticamente simultánea en Estados Unidos y Gran Bretaña [aunque Estados Unidos se encuentra más avanzado en dichos estudios, debido a las condiciones sociopolíticas y culturales del país (Rodríguez, 2007)]. En dicha década, se localiza un auge de los estudios

relativos a la representación de la mujer en el cine, con una cierta perspectiva crítica que cuestiona las estructuras y representaciones de género establecidas desde el poder. Surgen entonces colectivos interdisciplinarios de mujeres artistas y feministas activistas, así como festivales de cine de mujeres, como el ‘*New York International Festival of Women’s Film*’, y revistas de esta temática, como ‘*Women and Film*’ (Ricalde, 2002). Así, se combinan diversas disciplinas orientadas a construir representaciones alternativas de lo femenino, en las que no se objetivara a las mujeres ni se encontrasen en posiciones narrativas pasivas. En otras palabras, se pretende construir un discurso político propio (Laguarda, 2006). En primera instancia, se mantiene una actitud crítica revisionista en cuanto a las producciones de ámbito cinematográfico, sosteniendo una visión exclusivamente feminista. Posteriormente, gracias a la influencia de la semiótica y el psicoanálisis, se poco el foco en lo que se denomina ‘mirada-poder’. De este modo, gracias al apoyo de revistas como *Screen* y *Camera Obscura*, se difunde la necesidad de deconstrucción de la representación contemporánea de lo femenino y se subraya la importancia de proponer nuevas alternativas que planteen construir nuevas formas y estructuras de la mirada y una imagen propia, así como formar una visión del espectáculo cinematográfico como transmisor de ideologías (Guarinos, 2008).

La teoría filmica feminista parte de una consideración de la representación de la figura de la mujer en el cine clásico, en el que esta simboliza una proyección del deseo masculino: un objeto o fetiche observado a través de la mirada masculina. Se priva así a la mujer de una posición activa, siendo anulada su propia subjetividad, sobre todo en los aspectos no relativos a dicha mirada. Así, ‘este proceso no es sino el reflejo de la cultura patriarcal que se intenta imponer a la mujer; se busca una mujer sumisa y dominada por la mirada masculina’ (Leorza, 2004: 306). Las feministas demandan representaciones femeninas cuyo rol sea activo, creando significados a partir de una mirada y voz propia. La intención de estas es romper la visión patriarcal en la que dichas representaciones de mujer-objeto se basan, siendo las imágenes femeninas que llegan al público a través del cine un constructo fundamentado en esta perspectiva (Rodríguez, 2007). Esto mismo es lo que muestra Laura Mulvey en su obra, concluyendo que la posición de la mujer en el cine clásico estaba relegada a fines de placer visual y a ser objeto del deseo masculino, teniendo este poder y control sobre la construcción simbólica de la mujer (Guarinos, 2008). Esta misma autora sostiene que ‘La representación filmica de la diferencia sexual hace de la mujer un espectáculo, un fetiche en tanto cuerpo aislado, embellecido y expuesto a la mirada del espectador’, identificando la masculinidad

asociada a la actividad y la feminidad, a la pasividad (Mulvey, en Laguarda, 2006).

La década de 1980 supone una apertura hacia el estudio de representación de la mujer en otros periodos, así como de otras minorías, dirigidos a terminar con el tipo de narratividad clásica. Asimismo, se observa un acercamiento a los aspectos más problemáticos del sujeto femenino, cuestionando quién lo ha construido así y por qué. De esta forma, se ven los filmes no sólo en un sentido estético, sino también como armas críticas y políticas (Rodríguez, 2007). Según afirma Leorza (2004):

Las principales aportaciones de la teoría filmica feminista fueron poner de relieve la importancia de las representaciones como producto social y cultural, y las repercusiones que esta representación que no son sino fruto de una interpretación social y cultural concreta del papel que deben ejercer las mujeres en la sociedad, tienen en la espectadora. Por primera vez se puso de manifiesto la importancia del cine como constructor de modelos de comportamiento, y la importancia que el cine puede tener en la construcción de la subjetividad y de la identidad de la espectadora (2004: 306).

En contraste con lo anterior, se observa una evolución de estas teorías, así como una ampliación del objeto de estudio: este ya no se trata del cine clásico, sino que abarca trabajos fuera de Estados Unidos y Gran Bretaña, y periodos anteriores a este '(como el cine silente) y posteriores (como el nuevo cine *mainstream* y el cine independiente de las últimas décadas)' (Laguarda, 2006). Por otra parte, se observan dos fines fundamentales en la teoría filmica feminista: 'uno es el de denunciar el carácter construido de las imágenes femeninas propuestas por el cine y otro, el de plantear alternativas a dichas representaciones' (Cruzado, 2009: 334). Desde otro punto de vista, Leorza (2004: 310) sugiere una continuación de estos estudios en la línea contextualista. así, este autor subraya la necesidad de construir una unión entre 'el ya existente discurso basado en el análisis textual de las imágenes que conforman el estereotipo de mujer, y el análisis de los contextos sociales, culturales y económicos', integrando un análisis histórico que considere las condiciones de producción y recepción de las obras filmicas analizadas.

Finalmente, Guarinos (2008) considera relevante la enumeración realizada por Francesco Casetti (1994: 253) en cuanto a los puntos clave de la objetivización de la mujer en la narrativa filmica. En esta se cuentan los siguientes aspectos:

- 1.- Son estereotipos monocordes, sin matices.
- 2.- No producen narratividad.
- 3.- Son imagen y se les recuerda físicamente, como un elemento escenográfico.
- 4.- Son fijas y eternas como los mitos.
- 5.- Permanecen marginadas fuera de la historia y elevadas a la glorificación como fetiches.
- 6.- Son objeto de intercambio, cuyo valor es decidido por los hombres.
- 7.- Se habla de ella, pero ella no habla, sólo parlotea.
- 8.- Son deseadas, pero no desean.
- 9.- No actúan, son manejadas.
- 10.- No miran, son miradas.
- 11.- Sucumben en el fracaso si intentan rebelarse contra este sistema.

3. Objetivos

Esta investigación tiene un objetivo principal y uno secundario. En primer lugar, se propone la hipótesis de que la cultura de masas difunde, a través de los productos de ficción audiovisual, el modelo de amor romántico. Asimismo, se pretende crear debate sobre las consecuencias que tiene este mensaje para la sociedad, y, especialmente, en la construcción del rol de la mujer en las relaciones amorosas.

4. Metodología

Este estudio es de tipo explicativo y descriptivo, utilizando una metodología cualitativa. Se realizan 4 *focus group* con una media de 6 personas por grupo. Los participantes son 9 mujeres y 16 hombres, pertenecientes al ámbito universitario. Estos están moderados por una persona, mientras otras 2 analizan la comunicación no verbal de cada participante. Además, se dividen en 2 temáticas diferentes: uno de ellos se centra en los celos y la idealización, mientras que en el otro el tema principal es el amor romántico y la construcción de relaciones amorosas. Se fijan 7 preguntas para cada grupo, adjuntas en el anexo, incluyendo otras que son de interés durante el debate, todo ello con apoyo audiovisual. Para el primer tema, se muestra una escena de la serie *Shameless* (1x08, min. 04:04-04:21 y 05:25-07:13) y otra de la película *500 Días Juntos* (1:04:48-1:07:41). Para el otro grupo, se visualizan otras dos escenas: una de *El diario*

de *Noa* (08:50-10:41) y la otra de *500 Días Juntos* (1:18:05-1:23:24). Estas escenas resultan representativas de la idea de amor extendida por los productos de ficción audiovisual de la cultura de masas y son generalmente reconocidas en el entorno de los participantes. Estas permiten sacar conclusiones sobre celos e idealización en el caso de las escenas del primer grupo, y amor romántico y construcción de relaciones amorosas en el caso del segundo.

Con esto se obtienen resultados de utilidad para contrastar y complementar los datos de investigaciones anteriores, los cuales son usados como referencias (fuentes secundarias). De esta forma, se estimula el pensamiento crítico sobre las cuestiones que abarca esta investigación.

5. Resultados

Se procede al análisis de los *focus groups* con el fin de obtener de cada uno diferentes *ítems*, agrupados según el trato implícito o explícito de diferentes conceptos. En el primer caso, los *ítems* escogidos son ‘celos e idealización’, y en el segundo, ‘el amor y las relaciones amorosas’. Además, se plantean cuestiones comunes referidas a los *ítems* ‘medios de comunicación’, ‘concepto de amor romántico’ y ‘relaciones amorosas’. Para este análisis, se seleccionan las intervenciones más representativas de las diferentes posturas de los participantes, que se expondrán a continuación. A los participantes de cada grupo se les asigna el identificativo G1, G2, G3 y G4, según el grupo de pertenencia.

5.5. Celos y posesión

Al tratar este tema se encuentran diferentes posturas, entre ellas la búsqueda de su raíz y causas. La mayoría de los participantes coinciden en atribuirles un origen relacionado con la falta de seguridad en uno mismo y la baja autoestima, siendo también relevante el miedo a la soledad. Las relaciones en las que surgen los celos se definen como relaciones tóxicas, dándose una falta de confianza y comunicación notable. Se entiende como ‘relación tóxica’ aquella en la que la en la que se padece mayor sufrimiento de lo que se siente placer.

- ‘*Observo una falta de comunicación en la pareja, (...) situación de desconfianza mutua e invasión de la intimidad*’ (Paco, G1)

- ‘*Es una sensación que te llevaría incluso a morir por esa persona, y el hecho de que haya una tercera persona puede romperte ese mundo de felicidad en el que vives*’ (Pablo, G1)

- ‘*Yo creo que vienen en gran parte de la inseguridad de la persona con ella misma*’ (Pablo,

G2)

Celos y posesión son dos conceptos entre los que existe una relación de causa y efecto, es decir, al verse a la otra persona como un objeto que se posee *'tienes que defender lo tuyo'* (Álvaro, G1), cosificando a la persona como una propiedad privada.

- 'Es verdad que la sociedad te empuja a ello, es decir, si estamos en un grupo de amigos y te dicen 'oye, que he visto a tu novia liándose con otro', lo que esperan de ti es que te enfades, que vayas... le echas la bronca, o que rompas con ella directamente' (Álvaro, G1)

- 'Esto se da por el hecho de que pensamos que la otra persona es un objeto, es nuestra posesión, y entonces el hecho de que se lleve con otra persona te da miedo, entonces muchos piensan 'uy, si no tiene miedo, es que no me quiere'. Solo por eso, en las relaciones, cuando se dejen de ver a las personas como objetos, van a mejorar en ese sentido' (Jesús, G4)

Debido a la ambigüedad del trato de los celos por parte de las historias de ficción audiovisual, estos se incentivan mostrándose como un signo de amor verdadero al mismo tiempo que se condenan. Como consecuencia, se encuentran posturas contrarias entre los participantes, llegando a justificar en algunos casos la conducta celosa de la protagonista de una de las escenas. No solo se defiende una postura posesiva, sino que en algunos casos está normalizado e interiorizado.

- 'Los celos surgen cuando la relación es importante. Si has quedado un par de veces con esa persona, no tienes celos' (Miguel, G1)

- 'Estamos muy presionados por la sociedad para tener celos (...) Si no tienes celos es como si no quisieras a tu pareja' (Chema, G1)

- 'Es la típica relación pasional que vemos hoy en día, que se vive con mucha intensidad' (Paula A., G2)

- 'Si la chica sabe que el tío es propenso a hacer eso, entonces entendería la vigilancia que tiene montada' (Pablo, G1)

- 'En otros casos sí, pero eso yo no lo llamaría celos, lo llamaría realismo puro' (Paula A., G2)

Se debe mencionar que se origina debate en 3 de los 4 grupos respecto a si los celos tienen origen biológico o se deben a la sociedad y la cultura en la que nacen y crecen los individuos.

- *'Los demás factores químicos de enamoramiento, (...) estás en que no puedes evitar ese sentimiento de posesión de 'te necesito para mí', que es incontrolable' (Rafa, G4)*

- *'Yo creo que el concepto 'amor' es mucho más construcción social que construcción biológica' (Carlos, G4)*

- *'Yo creo que los celos no nacen en una relación de pareja, una persona celosa patológicamente lo es con todo'. (Paula A., G2)*

Por último, surgieron otros debates sobre el control que se puede tener sobre los celos.

- *'Yo creo que los celos se pueden controlar. Que es algo jodido, que es algo difícil, pero se puede controlar haciendo un gran esfuerzo, viendo que lo celos llevan a actitudes muy tóxicas que llegan al maltrato' (Paco, G1)*

5.6. Idealización

Otro objeto clave de este estudio, la idealización, se trata en los *focus*, obteniendo posturas más confluyentes que en el *ítem* anterior. En la mayoría de casos los participantes están de acuerdo con que no hay relación entre las expectativas que se tienen del amor y las experiencias vividas. Tanto la sociedad como los medios de comunicación, y especialmente Disney, se mencionan como la razón de este contraste entre expectativas y realidad.

- *'No hemos hablado de las pelis de Disney (...) nos pilla de pequeños y eso hace también mucho daño, esa construcción tan idealizada (...) el problema es que no para todo el mundo es igual, y para muchas personas significa una relación desigual, de posesión y de dependencia' (María, G4)*

- *'Se plasman los mismos problemas porque todos mamamos lo mismo desde pequeños' (Paco, G1)*

- *'Entonces lo que está haciendo la sociedad es que busquemos esa relación idílica de película. Nunca va a haber relación directa de expectativas con la realidad' (Chema, G1)*

- *'Las expectativas que nos crea nuestra cultura es de eso, de cuento de hadas, de encontrar al amor de tu vida, que todo sea siempre genial y fantástico, y... comer perdices' (Álvaro, G1)*

Se reflejan en diversas ocasiones creencias relacionadas con el amor, asociadas a la magia o a la actuación del destino para el emparejamiento, como la existencia de una persona que encaje

perfectamente con otra y con la que se debe estar para siempre.

- *'A ver, para mí el amor romántico... yo sí creo que puede haber esa magia (...), no porque las cosas ocurran porque sí, sino porque tú haces que ocurran'* (Paula G., G2)

- *'El flechazo no es nada construido, te da y... te da'* (Rafa, G4)

- *'Hay como un mensaje en la sociedad que yo veo, y es eso de 'tengo que encontrar a una persona que me complemente', y eso no es así. (...) En el momento en que yo me siento vacío, voy por ti. Eso se vuelve hiper tóxico'* (Octavio, G3)

- *'A mí el destino me parece más una forma de idealizar (...). Cuando conoció al otro, ¿Por qué eso no fue el destino? Porque esa relación no la quería idealizar. (...) Me puede llegar a parecer peligrosa la palabra destino... Porque estás en una relación y quieres dejar a una persona y no, porque tú estabas destinado a mí. (...) Calificarlo de destino me parece romantizarlo, idealizarlo, y hacerlo un poco tóxico'* (Ana, G3)

- *'Yo personalmente creo en el destino (...) a lo mejor soy muy romántica, pero sí creo plenamente en el destino'* (Yolanda, G3)

- *'Yo creo que es una visión muy idealizada de ese amor a primera vista (...), ese flechazo de cupido que está muy idealizado en todo tipo de discursos: el cine, la literatura, etc.'* (María, G4)

5.7. Relaciones amorosas

El eje principal en torno al cual giran los discursos en este apartado es la toxicidad. En la totalidad de los grupos se menciona este concepto, vinculándolo con las relaciones basadas en el amor romántico. Algunos participantes realizan una crítica hacia las relaciones tóxicas, mientras que otros adoptan una postura de defensa de estas.

- *'La mayoría de relaciones que salen en los medios de comunicación son tóxicas, y sufren, porque te dan también que, si tú no sufres en una relación, no vas a llegar a estar bien nunca'* (Chema, G1)

- *'Yo lo que he visto es que es una relación tóxica estándar, fruto del amor romántico que se nos inculca desde pequeños'* (Paco, G1) (Sobre la escena de 'Shameless')

- *'La imagen que me transmite en general, de él, una persona un poco tóxica (...). Ella tiene un concepto del amor bastante sano'* (Ana, G3) (Sobre la segunda escena de '500 Días Juntos')

- *'Una relación monogámica no tiene por qué ser tóxica'* (Rafa, G4)

Dentro de todas las tipologías de relaciones amorosas, los productos de ficción audiovisual de la cultura de masas reflejan, generalmente, las relaciones monógamas. Se observa que, en oposición al modelo de amor romántico hegemónico, surge la corriente contracultural que sostiene las relaciones no monógamas como alternativa, en las que se rompe con la exclusividad de la pareja. Aunque muchos de los participantes muestran aceptación ante estas relaciones, la gran mayoría afirman que no son capaces de mantener una relación de este tipo, justificándose en la cultura o en los valores recibidos. Entre los participantes también se encuentran aquellos con una disposición positiva hacia ese tipo de relaciones.

- 'Yo creo sinceramente, que me desagradaría que mi pareja estuviese con otra persona hasta cierto punto, pero no implica que yo no estuviese dispuesto a aceptar eso luchando contra sentimientos contradictorios míos internos y haciéndolo de manera sana y constructiva' (Paco, G1)

- 'Depende mucho de la persona, y del acuerdo que tengas con esa persona. (...) En mi caso, me gustaría aventurarme un tiempo a aprobar una relación abierta, pero yo personalmente tengo muy interiorizado a nivel afectivo la monogamia, por tanto, a nivel sexual me costaría menos, pero a nivel emocional me costaría más' (Gonzalo, G2)

- 'No, creo que no (...), en tema sexual, no. Yo no dejaría que mi pareja se fuera con otra mujer e intimara con ella, porque si no, no tendría sentido que estuviera conmigo. Si de verdad quiere estar conmigo, para eso, solamente conmigo' (Mónica, G4)

- 'Yo estoy de acuerdo con mis compañeros, pero sé que por la cultura que he recibido, yo personalmente no podría. (...) No me veo capaz de aguantarlo. (...) Creo que es cultural, que en esos temas de amor romántico tiene mucho que ver, aunque intentes cambiarlo, hay cosas que... salen de dentro' (Rafa, G4)

- 'Si tú quieres tener una relación cerrada y los dos estáis de acuerdo, pues me parece bien que solamente tengáis relaciones afectivo-sexuales entre ustedes. Pero si a lo mejor una de las dos partes no quiere eso, o te buscas a otra pareja, o llegamos a un acuerdo. (...) Si yo estuviera realmente enamorada de una persona, y esa persona tuviera relaciones sentimentales con otra persona, pues quizás sí me podría llegar a doler, pero sexuales creo que no' (Clara, G4)

- 'Yo sí, de hecho ahora mismo estoy en una relación de pareja abierta en el plano sexual (...), estoy aprendiendo mucho pero es enormemente difícil, (...) yo he sido educado en la sociedad en la que he sido educado y no me sale por ciencia infusa llevar este tipo de relación. Lo que yo intento hacer es plantearme qué tipo de relación quiero construir y comunicarlo

constantemente con mi pareja' (Carlos, G4)

Ante el debate de las relaciones no monógamas, los participantes afirman que el tener una relación de este tipo supone que una parte de la pareja tiene necesidades que la otra persona no puede cubrir. Aun así, este argumento se rebate en varias ocasiones.

- 'Si tú estás en una relación cerrada y le dices a tu pareja que te gustaría probar una relación abierta, para la otra persona, aunque sea únicamente en el plano sexual, es: 'esta persona está teniendo necesidades que yo no estoy cubriendo'' (Paula G., G2)

- 'Creo que esa es la impresión que tenemos, que sí que puede ser negativa: 'es que es alguien no tiene suficiente conmigo, que yo no soy capaz de satisfacerle completamente, por eso busca otra persona', no creo que las relaciones abiertas tuvieran que funcionar así (...) se trata simplemente de vivirlo de otra manera' (María, G4)

Finalmente, uno de los participantes recalca los problemas que pueden llegar a tenerse en este tipo de relaciones.

- 'Dos de los principales problemas (que se dan en las relaciones abiertas) son el hecho de que tú al final entres en un bucle de querer consumir: consumir sexo o consumir parejas. (...) Y otro problema que pueden tener estas relaciones es el tema de evadir responsabilidades (...) es muy fácil usar esa situación para después desvincularse emocionalmente de una persona, es decir, 'yo me acuesto con quien quiera, si a ti te molesta, es tu problema (...) Creo que es una relación más de igual a igual, más democrática y no tan posesiva, que te da oportunidad de evitar roles' (Carlos, G4)

5.8. Influencia de los medios

A excepción de algunas de personas, todos afirman rotundamente que los medios ejercen una influencia significativa en la construcción del concepto de amor en el imaginario colectivo, desde que somos niños (como se explica anteriormente con el ejemplo de Disney) hasta la vejez. A pesar de ser conscientes de este fenómeno, este modelo de amor es asimilado de forma semi-inconsciente. También se considera que este modelo se perpetúa gracias a una retroalimentación: *'Estamos viendo que el amor, evidentemente, y las relaciones amorosas venden, es algo que, además, se demanda. Que eso tenga tantísimo éxito, a mí personalmente,*

me preocupa. (...) ¿Qué se está enseñando? Que la gente eso lo tenga como algún tipo de referente' (María, G4).

- 'Sin pareja, no eres del todo feliz, como que te falta algo (...). 'Qué mala suerte la mía porque no encuentro el chico ideal', porque siempre estamos con ese pensamiento, cuando quizá podemos vivir también feliz sin pareja' (Mónica, G4)

- 'Por supuesto, desde que empiezas a socializar, ya te están diciendo cómo tienes que tener una relación, te dicen hasta cómo tienes que comportarte en ciertas cosas, que si mi novia habla con un tío yo me tengo que poner celoso (...), y es que eso te lo dicen y sin querer tú lo adoptas' (Octavio, G3)

- 'Es un contenido ideológico que se muestra al público. De alguna manera es... O bien un reflejo de algo que ocurre en la sociedad, o bien es algo que desde la perspectiva del director se puede estar hasta promoviendo' (Paco, G2)

- 'Yo no siento que mi familia me haya educado en temas afectivo-sexuales ¿Qué más referentes puedes tener? ¿Qué te queda? Los m.m.c.c. Y en los m.m.c.c. estamos viendo que mayoritariamente reproducen amor romántico, amor tóxico, amor heteronormativo, como lo quieras llamar' (Carlos, G4)

- 'El hecho de llevar relaciones a los m.m.c.c. siempre es peligroso (...) casi cualquier cosa que digas por un medio va a influenciar a gente' (Manuel, G3)

Sin embargo, alguno de los participantes se muestra escéptico respecto a si esta influencia se lleva a cabo intencionadamente. De esta forma, en todos los grupos se crea debate respecto a los intereses que puedan existir por parte del emisor.

- 'No creo que el director de la empresa o el presidente digan 'oye, vamos a hacer esto para perpetuar un rol', simplemente que cuando haces un producto estás enfocándolo a un público objetivo, y haces roles de acuerdo a lo que esa gente han vivido' (Rafa, G4)

- 'Yo no creo que sea culpa de los m.m.c.c., sino que esas películas tienen éxito' (Miguel, G1)

- 'Si (al dueño del medio) le interesa perpetuar ciertos roles (...) va a hacer uso de sus m.m.c.c. para perpetuar eso' (Carlos, G4)

5.9. Concepto de amor romántico

Respecto al concepto de amor romántico, hay 2 participantes que coinciden con la definición que se da en este estudio. Otros dan una aproximación cercana o lo definen como el amor en

pareja.

- 'Y es el amor que sientes hacia una persona que tú quieres, (...) una persona con la que pasar tu vida' (Carlos, G1)

- 'El amor romántico es una mierda que nos venden para que sigamos un tipo de camino, y sobre todo (...) bajo la influencia del patriarcado (...). Para que la mujer sea sumisa, obediente y devota al poder del hombre, responde a unos intereses de sometimiento' (Paco, G1)

- 'Tres ideas sobre el amor romántico. Una es mayoritaria, otra es 'impedimento para sentirnos más libres' (...) y la última es 'superable' (...), que no es natural ni inmodificable' (Carlos, G4)

- 'Yo creo que el amor romántico está tan estereotipado, y tengo tantos prejuicios hacia él, que no me podría sentir nunca identificada. No creo que se base en una relación de igualdad, de justicia, ni de ninguno de los principios que me caracterizan' (Clara, G4)

- 'Yo creo que tal cual en sí es una construcción cultural realmente, que se va adaptando a cada momento y que responde a distintos factores sociales, (...) para muchas personas significa una relación desigual, de posesión y de dependencia' (María, G4)

- 'Yo creo que no existe, es aquel que... enfocan los medios' (Chema, G1)

- 'Yo supongo que la sociedad entiende por amor romántico algo en plan 'Romeo y Julieta'' (Pablo, G1)

- 'Debemos plantearnos una alternativa a eso, que no hay que ampliar ese concepto, sino utilizar otro (...). A lo mejor se relaciona con tener detalles con tu pareja, pero eso no es ser romántico, eso es ser detallista' (Paco, G1)

5.10. Referentes

Al preguntar sobre los referentes que se tienen en la construcción de un ideal de relación o de pareja, se nombran diversas obras: 'Romeo y Julieta', de William Shakespeare (1597) o sus variantes, 'Las vidas posibles de Mr. Nobody' (Jaco Van Dormael, 2009), 'Deadpool' (Tim Miller, 2016), 'Natural Born Killers' (Oliver Stone, 1994), 'El arte de amar' de Erich Fromm (1957), 'Shrek' (Vicky Jenson y Andrew Adamson, 2001), '3 Metros Sobre el Cielo' de Federico Moccia (2010), 'Crepúsculo' (Catherine Hardwicke, 2008), 'Love' (Gaspar Noé, 2015), 'Dreamers' (Bernardo Bertolucci, 2003), 'Amélie' (Jean-Pierre Jeunete, 2001), 'Memorias de Idhún' de Laura Gallego García (2004), y series como 'Broad City' (Comedy Central, 2014), 'Fleabag' (BBC Three, 2016), 'Transparent' (Amazon Prime Video, 2014),

parejas protagonistas de la serie 'Cómo Conocí a Vuestra Madre' (CBS, 2005), y canciones como 'El amor es un arte' de Melendi, y otros artistas como MULA, Oshun y Princess Nokia.

- *'El poema de Neruda de 'me encanta cuando callas porque estás como ausente', que finaliza diciendo 'y estoy alegre de que no sea cierto', eso podría ser un referente para mí. (...) Un libro que se llamaba creo 'Sexualmente', de Nuria Roca' (Clara, G4)*

- *'El dueto de las flores (ópera de Léo Delibes) me recuerda mucho a eso: hay dos voces que juntas suenan bien, pero que por separado tienen su independencia musical y ambas tienen su propio valor. Para mí una relación es eso (...) tenemos nuestro propio espacio, pero lo compartimos' (Paco, G2)*

- *'Marshall y Lily ('Cómo Conocí a Vuestra Madre'), porque además mi novio es totalmente Marshall. Siempre antes de tenerla la he querido, y ahora que la tengo... es verdad que a lo mejor yo he ayudado a que la relación sea así' (Paula A., G2)*

- *'El banquete de Platón (...) cuenta que privar a una persona a la que tú quieres de contacto con otras personas que pueden hacerle bien aparte de ti, es actuar erróneamente' (Paco, G2)*

- *'Romeo y Julieta (...), más tarde, la adaptación 'West Side Story' y 'Los Miserables', pero luego también me han influido, por ejemplo, la de Goethe de 'Las aventuras del joven Werter'. Ideal de hombre romántico, rebelde pero paternalista' (Paco, G1)*

También resulta relevante señalar que muchos de los participantes mencionan como referentes a sus amigos o familiares, de los que aseguran que les sirven de ejemplo a la hora de construir sus relaciones. En otros casos, dicen no sentirse identificados con las representaciones del amor imperantes en este tipo de productos culturales.

Para sintetizar, una gran mayoría de los participantes se muestran de acuerdo en que, tanto los celos como la idealización, son inherentes a las relaciones de amor romántico, modelo que fomenta la idealización y la cosificación de la pareja para compensar la falta de autoestima y el miedo a la soledad. En la adquisición de estas ideas se identifica una fuerte influencia del discurso de los medios de comunicación de masas, encontrándose pocos referentes alternativos. En concreto, un participante comenta que no siente que en su familia ni colegio se le haya educado en temas afectivo-sexuales y, en casos como este, es cuando los medios de comunicación de masas se convierten en el principal referente. A pesar de ser conscientes de esta influencia y las consecuencias de basar relaciones en estas dinámicas, la mayoría no muestra predisposición a romper con ellas.

6. Discusión y conclusiones

Tras el análisis de la información recopilada en este estudio, procedente tanto de fuentes primarias como de fuentes secundarias, se expone la discusión académica.

Algunos de los participantes de los *focus group* que coinciden con los autores mencionados en definir el concepto de amor romántico como una construcción social. Esta fomenta la aceptación de comportamientos de dependencia y posesión, identificándolos con conductas propias del amor. Este modelo de amor es interiorizado, en parte, a través de los productos de ficción audiovisual, lo que provoca que se acepte como la única forma correcta de vivir las relaciones, pudiendo relacionarse con la teoría del cultivo de Gerbner, et al. (1979). Cuando las expectativas que se generan en el público sobre el amor y las relaciones amorosas no se corresponden con las experiencias reales, se originan en los individuos sentimientos de frustración e impotencia, como se refleja en el estudio de Yela (2000). En el estudio de este autor, se exponen los mitos del amor romántico, siendo encontrados en el discurso de algunos participantes. Principalmente, están presentes el mito de la ‘media naranja’, el mito de la omnipotencia, y otros elementos ‘mágicos’ que aparecen en el discurso de los medios, como el flechazo de Cupido, siendo identificados como signos de ‘amor verdadero’.

Por otro lado, como defiende Hatfield (1988), este modelo de amor se asimila de forma semi-inconsciente, asumiéndolo como propio. Sin embargo, se encuentra en casi todos los participantes consciencia de la influencia de los medios en su percepción del amor. Un debate de gran importancia tratado en varios *focus* es si el amor se origina a partir de factores neuroquímicos y biológicos o por causas socioculturales, pudiendo vincularse esto con una de las investigaciones que relaciona los efectos químicos provocados por las drogas en el cerebro con los efectos que se dan durante el enamoramiento, como afirman Zou, et al. (2016).

Arreguy y García (2012) estudian que en las relaciones de amor romántico se concibe a la pareja como una propiedad privada, tratándola según la lógica del mercado de consumo, lo que también se percibe en las respuestas de algunos participantes. Los celos son mencionados como una reacción ante la amenaza de la ruptura de la exclusividad que se tiene con la pareja, siendo esta considerada un objeto que debe ser exclusivo. Además, varios de ellos señalan que el desarrollo de conductas celosas depende en gran medida del concepto social y cultural del individuo.

Referente al estudio cultural del amor, se afirma que el concepto y sentimiento de amor se encuentra en todas las culturas, pero sus manifestaciones son diferentes en cada una de ellas. Los participantes de los *focus* conectan el modelo de amor romántico con la cultura occidental, dando ejemplo de que en las culturas primitivas no occidentales la concepción del amor es diferente, no encontrándose conductas como los celos, como apoya Stone (1989).

De acuerdo con la teoría de la recepción literaria de Lasswell (1985), se obtienen diferentes interpretaciones de la escena de ‘El Diario de Noa’, distinguiendo los participantes que la consideraban como acoso de aquellos que lo definían como un gesto romántico, ilustrado por la frase ‘quien la sigue, la consigue’. Por otro lado, el estudio de McQuail (2000) sobre la transmisión de las ideas hegemónicas a través de los medios, se ve representada en la opinión colectiva de los participantes. Además, se plantea una retroalimentación entre los medios y la sociedad, provocando que se consuman mayoritariamente aquellos productos culturales afines a las ideas hegemónicas.

Por otra parte, se han abarcado diferentes posturas relativas a la representación de la mujer en los productos de ficción audiovisual de la cultura de masas. Concretamente, Leorza (2004) manifiesta que esta representación supone el reflejo de la cultura patriarcal que se intenta imponer a la mujer. Con respecto a lo anterior, un participante expresa que el amor romántico difundido por los medios resulta perjudicial para la mujer, pues se reproduce bajo la influencia del patriarcado y fomenta una figura de mujer sumisa, obediente y sometida al hombre. En contraste, como se ha comentado a través de la investigación de Rodríguez (2007), la teoría fílmica feminista pretende romper con la perspectiva patriarcal difundida a través del cine que representa a la mujer como objeto, anulada bajo el poder del hombre; demandando representaciones femeninas con rol activo. Del mismo modo, algunos participantes buscan referentes culturales que muestren relaciones alternativas a las que reflejan los productos *mainstream*, que suponen una proyección del sistema patriarcal.

Tras la discusión, se exponen las siguientes conclusiones. En primer lugar, se identifican generalmente dos tipos de participantes en los *focus*: aquellos que asumen como propio el modelo de amor presentado en los medios, y aquellos que rechazan este modelo, bien por no sentirse representados o bien por no considerarlo adecuado. Aun así, la mayoría de los participantes se muestran de acuerdo en relacionar este modelo de amor con conductas tóxicas que tienen consecuencias negativas para ambas partes de la pareja, y, en especial, para la

mujer, a quien se le exige la postura de sumisión subordinada al deseo masculino.

Por otro lado, tiene especial importancia la idealización de la pareja y de las relaciones. Estas expectativas se construyen acordes a lo que se muestra en los productos de ficción audiovisual de la cultura de masas. Además, transmiten la necesidad de tener pareja para ser feliz, lo cual se relaciona con el miedo a la soledad y a la inseguridad que los participantes atribuyen a los celos. Cabe señalar que se genera una disyuntiva entre la condena de los celos por parte de la sociedad y de los medios y, a su vez, la normalización de estos como un signo de amor.

Se propone para investigaciones académicas futuras la posibilidad de comprobar la efectividad del uso de estrategias para la regulación de los sentimientos amorosos, para contrarrestar el modelo de amor que reflejan estos productos de ficción. En concreto, en el estudio de Langeslag y Van Strien (2016) se concluye que las personas son capaces de regular las emociones, ya sea generando emociones nuevas o cambiando la intensidad de estas.

7. Limitaciones

Se encuentra una limitación académica que afecta directamente a las fuentes primarias. Esta supone la pérdida parcial de las grabaciones de los grupos 2 y 3, pudiendo analizarse únicamente 30 minutos y 25 minutos respectivamente.

8. Anexo

8.5. Idealización y celos (focus group A)

Buenos días, primero agradecer a los asistentes su participación y avisar que los datos obtenidos serán utilizados sólo con fines académicos, manteniendo el anonimato de los participantes. Para comenzar, vais a ver una escena de la serie Shameless.

- 1) *¿Cuál es vuestra opinión sobre la relación amorosa que aparece en la escena que acabáis de ver?*
- 2) *¿Por qué creéis que surgen celos en las relaciones de pareja?*
- 3) *¿Las expectativas que tenéis del amor se corresponden o correspondieron con vuestra realidad?*

A continuación, vamos a mostraros otra escena de la película 500 Días Juntos.

- 4) *¿Creéis que los medios de comunicación os inculcan una idealización y unas expectativas sobre vuestra pareja o las relaciones en general?*
- 5) *¿Os importaría que vuestra pareja esté con otras personas?*
- 6) *¿Podríais nombrarnos películas, series, videoclips, etc., que sean referentes vuestros a la hora de construir una relación o elegir a una pareja?*
- 7) *Para finalizar, nos gustaría saber el concepto que tenéis sobre el amor romántico.*

8.6. Amor romántico y construcción de relaciones amorosas (focus group B)

Buenos días, primero agradecer a los asistentes su participación y avisar que los datos obtenidos serán utilizados sólo con fines académicos, manteniendo el anonimato de los participantes. Para comenzar vais a ver una escena de la película El Diario de Noa.

- 1) *¿Cuál es vuestra opinión sobre la relación amorosa que aparece en la escena que acabáis de ver?*
- 2) *¿Creéis que hay una base creada por la sociedad y los medios de comunicación sobre cómo hay que construir una relación amorosa?*

A continuación, vamos a mostraros otra escena de 500 Días Juntos.

- 3) *¿Os sentís identificados con el tipo de amor que aparece en la escena que acabáis de ver?*
- 4) *¿Os importaría que vuestra pareja esté con otras personas?*

- 5) *¿Habéis intentado consumir otros tipos de películas, series, videoclips, etc., que no muestren este tipo de relaciones?*
- 6) *¿Podríais nombrarnos películas, series, videoclips, etc., que sean referentes vuestros a la hora de construir una relación o elegir a una pareja?*
- 7) *Para finalizar, nos gustaría saber el concepto que tenéis sobre el amor romántico.*

Tabla 1. Perfiles de los participantes.

GRUPO	MUJERES	HOMBRES	EDAD	CON PAREJA	SIN PAREJA
<i>G1</i>	0	6	22-23	3	3
<i>G2</i>	2	4	19-22	2	4
<i>G3</i>	3	3	20-24	3	3
<i>G4</i>	3	3	20-32	2	4

Fuente: elaboración propia.

Todos los participantes cuentan con un nivel de estudios medio-alto.

9. Referencias

- Adorno, T. W. (1957). Televisión and the patterns of mass culture. *Mass Culture: The popular arts in America*. 474-488.
- Arreguy, Etienne M., y Garcia, Amorim C. (2012). A ausência de ciúme como um ideal cultural: reflexões clínicas sobre a fragilidade subjetiva frente ao amor na atualidade. *Physis: Revista de Saúde Coletiva*, 22(2), 755-778.
- Asch, S. E. (1955). Opinions and social pressure. *Scientific American*, 193(5), 31-35.
- Bosch, E., Ferrer, V. A., Ferreiro, V. y Navarro, C. (2013). *La violencia contra las mujeres. El amor como coartada*. Barcelona: Anthropos.
- Caro C. (2015). *Formación en género y detección precoz de la violencia contra las mujeres a partir de las creencias sobre el amor romántico* (Tesis Doctoral). Facultad de Enfermería, Universidad de Sevilla.
- Colaizzi, G. (2001). El acto cinematográfico: género y texto filmico. *Lectora: revista de dones i textualitat*, 7.
- Cruzado, M. D. L. A. (2009). Mujeres y cine. Discurso patriarcal y discurso feminista, de los

textos a las pantallas.

Fernández, D. y Gómez, Á. (2016). Del príncipe azul al exitoso millonario: Cincuenta sombras de Grey. *Revista Estudios Feministas*, 24(1), 331-350.

Fundación Mujeres (2011). Coeducación y mitos del amor romántico. *Monográfico info 93*. Madrid.

Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., Morgan, M. y Jackson-Beeck, M. (1979). The demonstration of power: violence profile nº 10. *Journal of communication*, 29(3), 177-196. doi: 10.1111/j.1460-2466.1979.tb01731.x

Gramsci, A. (1999). Cuadernos de la cárcel (Vol. 2). Ediciones Era.

Guarinos, V. (2008). Mujer y cine. *Los medios de comunicación con mirada de género*, 103-120.

Hatfield, E. (1988). Passionate and companionate love. *The psychology of love*, 191-217.

Hernández, F.,A.Zurian, & Jiménez, B. H. (2014). Los estudios de género y la teoría filmica feminista como marco teórico y metodológico para la investigación en cultura audiovisual. *Area Abierta*, 14 (3), 5-21. doi:http://dx.doi.org/10.5209/rev_ARAB.2014.v14.n3.46357

Hernández-Santaolalla, V. (2010). De la Escuela de Constanza a la Teoría de la Recepción Cinematográfica. Un viaje de ida y vuelta. *FRAME*, 6, 196-218.

Hofstede, G. (2003). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organisations across nations*. California, E.E.U.U.: Sage publications.

Jankiwak, W. R. y Fischer, E. F. (1992). A cross-cultural perspective on romantic love. *Ethnology*, 31(2), 149-155. doi: 10.2307/3773618

Karandashev, V. (2015). A Cultural Perspective on Romantic Love. *Online Readings in Psychology and Culture*, 5(4).

Katz, E. y Lazarsfeld, P. F. (1966). Personal Influence, The part played by people in the flow of mass communications. *Transaction Publishers*.

Kuhn, A. (1991). Cine de mujeres. *Feminismo y cine*. Madrid: Cátedra.

Laguarda, Paula. (2006). Cine y estudios de género: Imagen, representación e ideología. Notas para un abordaje crítico. *La aljaba*, 10, 141-156.

Langeslag, S. y Van Strien, J. (2016). Regulation of Romantic Love Feelings: Preconceptions, Strategies, and Feasibility. *Plos One*, 11(8).

Lasswell, H.D. (1985). Estructura y función de la comunicación en la sociedad. *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, Funciones y Efectos*. Barcelona. Gustavo Gili, 50-68.

Leorza, M. C. (2004). Mujeres y cine: las fuentes cinematográficas para el avance de la

historia de las mujeres. *Berceo*, 147, 303-327.

McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós: Barcelona.

Mujeres, F. (2011). Mitos del amor romántico y prevención de la violencia de género. *Coeducación y mitos del amor romántico*, 93, 7-10.

Mulvey, L. (1975). Placer visual y cine narrativo, *Screen*, 6-18. En: Laguarda, Paula. (2006). *Cine y estudios de género: Imagen, representación e ideología. Notas para un abordaje crítico. La aljaba*, 10, 141-156.

Neves, A. (2007). As mulheres e os discursos genderizados sobre o amor: a caminho do "amor confluyente" ou o retorno ao mito do "amor romántico"? *Revista Estudos Feministas*, 15(3), 609-627.

Noelle-Neumann, E. (1993). *The spiral of silence: Public opinion, our social skin*. University of Chicago Press.

Ricalde, C. (2002). Feminismo y teoría cinematográfica. *Revista del Centro de Estudios del Lenguaje*, 25, 23-48.

Rodríguez, Á. C. (2007). Hacia una inserción de la mujer en el discurso (fílmico). In *Los feminismos como herramientas de cambio social*, 219-234. Universitat de les Illes Balears.

Sangrador, J. L. (2001). Reseña de 'El amor desde la psicología social: ni tan libres, ni tan racionales' de Carlos Yela. *Psicothema*, 13(2), 335-336.

Stone, L. (1989). Passionate attachments in the West in historical perspective. *Passionate attachments: thinking about love*. 15-27.

Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. y Willis, P. (1980). *Encoding/Decoding. Culture, Media, Lenguaje. Working Papers in Cultural Studies*. Londres: Hutchinson.

Yela, C. (2000). *El amor desde la psicología social: ni tan libres, ni tan racionales*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Zou, Z., Song, H., Zhang, Y. y Zhang, X. (2016). Romantic Love vs. Drug Addiction May Inspire a New Treatment for Addiction. *Frontiers in Psychology*, 7.