

De la cultura popular a la cultura de masas

Desde el nacimiento de los cómics hasta hoy (recordemos que los cómics nacen en 1896 en los Estados Unidos) la producción de cómics realizada por las mujeres no ha sido muy rica. Tras incertidumbres y titubeos, sólo de los años ochenta en adelante numerosas autoras - sobre todo en Europa pero también en América – se han enfrentado a este medio expresivo.

Sus dibujos, más que el humorismo de los diferentes Andy Capp, Popeye o Peanuts, o la elegancia estilística de Mandrake, Flash Gordon o Diabolik, dejan entrever la rabia de la dura crítica al sistema machista. ¿Pero quiénes son estas dibujantes? ¿Y cuáles son sus personajes femeninos?

En realidad, estos personajes no se parecen a la Barbarella de Jean Claude Forest o a la Wonder Woman creada por el psicólogo William Moulton Marston, a la Betty Boop de Max Fleischer o a la Valentina de Guido Crepax (Maria Vinella y Rossella Laterza, 1980).

Es más, los cómics de las mujeres no tienen héroes ni heroínas. No sólo eso: a menudo no tienen historias ni protagonistas. No están firmados por autoras profesionales. No son distribuidos por los canales editoriales habituales.

El cómic, hoy producto de la cultura de masas (típico de una realidad antropológicamente nueva que ha empezado a delinearse con la llegada de la revolución industrial), ha sido durante mucho tiempo considerado un producto de la cultura popular. Por eso, muchas mujeres de cultura en el pasado no se han ocupado de este género de 'paraliteratura' ni como autoras ni como consumidoras; sólo al final de los años setenta, con la fusión de cultura 'alta' y cultura 'baja', el discurso cambia con la transformación de las exigencias de la expresividad de los / de las jóvenes y de las mujeres. Inicialmente, una parte considerable de la producción de cómics femeninos está marcada por tonos didácticos y por un radicalismo iconoclasta: los cómics en los que se habla de la condición femenina tienen a menudo imágenes densas de contenidos pesados, aunque eso no excluye el compromiso de algunas autoras con la investigación estilístico-estética (lo atestiguan las constantes alusiones figurativas a algunas vanguardias artísticas como el Dadaísmo y el Surrealismo).

Sucesivamente, la ironía asume un rol más decidido, rol que se deja entrever en los cómics femeninos a través de la obra de desacralización - de vaga memoria sesentayochesca - de los monumentos burgueses.

La revolución generacional va acompañada, en efecto, por la de las mujeres que, en los años setenta, rechazan abiertamente el rol de esposa-madre codificado en el interior de la familia. Las mujeres piden un lugar en la sociedad, piden salir de los muros de la prisión doméstica, piden una participación en la vida pública que no se garantiza realmente sólo con el derecho al voto; reivindican su identidad y su especificidad, durante siglos inhibidas y negadas por una cultura patriarcal.

De todo esto nace un código cultural distinto y también la estructura significativa - lingüística - se diferencia.

El contra-diseño y la contra-historia

La producción de cómics realizados por mujeres revela un común denominador en la búsqueda no sólo de nuevos contenidos, necesariamente distintos, sino también de una estructura comunicativa y significativa nueva, no deudora del cómic masculino.

El lenguaje de los cómics, con todas sus leyes y los elementos en la base de su estructura narrativa, no se toma como término de referencia; las dibujantes de los primeros grupos y colectivos productores de cómics no tienen un sólido bagaje artístico a sus espaldas y precisamente por esto, probablemente, rechazan el cómic histórico y sus técnicas codificadas, prefiriendo partir de cero en busca de nuevas modalidades de comunicación.

En efecto, su dibujo responde a la exigencia de comunicar por medio de la inmediatez de las imágenes, satisface ciertos estados de ánimo y ciertas situaciones emotivas determinadas por la realidad, aunque estos aspectos del 'sentir' son rígidamente corregidos por el didactismo caracterizado por la excedencia verbal respecto a las imágenes.

Junto al rechazo de la profesionalidad y el tecnicismo considerado discriminatorio y competitivo, es posible reconocer otro elemento que distingue y aúna a estos cómics: es la elección de canales comerciales de difusión distintos de los institucionales. El cómic de las mujeres trata, de ese modo, de crear un área alternativa a la cultura oficial.

A la propuesta de modelos estereotipados, transmitidos por los medios de comunicación de masas (y entre estos también el mismo cómic masculino), el cómic de las autoras propone como

alternativa productos que pueden ser disfrutados a nivel 'evasivo' (favoreciendo los mecanismos de identificación) pero al mismo tiempo 'formativo' (Vinella, 2000).

Después, en el transcurso de pocos años, se asiste a un ulterior paso hacia la conquista de un público más amplio por medio del nacimiento y la publicación de colecciones mensuales de cómics hechos por mujeres (prensa americana, italiana, francesa, etc.)

En relación con los contenidos, también, es fácil verificar que si en el cómic masculino habían sido excluidas las imágenes de la mujer ambulante, del ama de casa no matriarca sino víctima del sistema, de la desempleada, de la obrera explotada, de la anciana marginada y así sucesivamente, todas estas realidades femeninas entran prioritariamente en las colecciones de cómics publicados por las mujeres.

La lectora, así, tiene la oportunidad de identificarse con los personajes que pueblan estas viñetas y no, en cambio, de disfrutar los productos mistificadores e integradores. Es este el motivo por el que el didactismo y la pedagogía caracterizan a la primera producción de cómics "hechos por mujeres para las mujeres" como estímulo para la descodificación de los mensajes transmitidos por la cultura oficial y como estímulo, también, para la reconstrucción de un yo-alienado.

Partiendo del presupuesto que la mujer en sus roles fundamentales de madre y de consumidora es uno de los pilares para el mantenimiento del orden social, transmisora inconsciente de la cultura institucionalizada y vestal de los valores funcionales al sistema, algunas autoras italianas publican sobre los temas de la infancia, del trabajo, de la sexualidad, de la virginidad, del matrimonio, de la maternidad, de la belleza y de la edad, realizando series de dibujos provistos de ásperas y cortantes inscripciones, ilustrativas de la condición femenina.

En las viñetas, al discurso de la denuncia social se añade el de la represión comunicativa que ha impedido a la mujer crear o consumir productos destinados a los vastos canales de circulación cultural.

La gráfica de este tipo de cómics es obviamente heterogénea (porque diferentes son las dibujantes), pero se pueden individuar algunas constantes:

- falta el lenguaje típico del cómic con las viñetas, los cuadros, las angulaciones, el montaje, las onomatopeyas;
- abundan las inscripciones respecto a los bocadillos;
- el dibujo aparece más bien sumario y estilizado (a este respecto no hay que olvidar que las dibujantes no provienen de escuelas de instrucción artística o de otros canales de preparación profesional, por tanto sus productos están ligados a la espontaneidad y a la originalidad personal).

En la introducción al cómic a menudo las autoras denuncian el lenguaje escrito como instrumento de poder de las clases dominantes y del hombre, también denuncian la exclusión de este circuito de comunicación de la mujer, relegada a la esfera de lo emotivo y a un sistema de pre-comunicación. En cambio, en la práctica feminista se trata de usar la palabra para expresar acumulativamente lo racional y lo emotivo, eliminando la producción individual por la de grupo, mediante el uso del instrumento de la autoconciencia.

De ese modo, la palabra se hace dibujo, es más, contra-dibujo, ensanchando el área de la comunicación y de la expresión. En particular, junto a los dibujos, las palabras asumen mucha importancia y a menudo desvelan una cualidad gráfica: se hacen ellas mismas dibujo. El *lettering* no sirve sólo para ilustrar lo escrito, sino que es esencialmente un modo de interpretarlo y está unido estilísticamente al dibujo. La incisividad de la lectura es funcional a la comprensión inmediata de los contenidos, explotando igualmente la técnica de la primera página de los periódicos, que muestra los artículos en virtud de la relevancia tipográfica de los títulos, de los caracteres y de los tipos.

Los cómics de este tipo a menudo afrontan los temas de la condición femenina, y las imágenes representan las experiencias de vida reales de las autoras que autobiográficamente dibujan, uno a uno, los condicionamientos sufridos por una sociedad que a través de las instituciones de la familia, de la escuela, del trabajo, divide a los dos sexos, atribuyéndoles roles precisos.

Si el contra-dibujo es un 'cómic pobre' que rechaza al cómic clásico como término de comparación o de inspiración técnica-de contenido, otra tipología es la de la contra-historia, entendida como narración didáctica de la historia de la opresión y de la explotación femenina.

La contra-historia se presenta como verdadero y exacto manual histórico, o bien como una historia de las mujeres en cómics.

Esta tipología del cómic feminista usa, por ejemplo, el bocadillo como contenedor de grandes notas históricas, recogidas también en largas inscripciones. El dibujo tiene un rol decididamente secundario, aunque muy cuidado en la restitución de las fuentes históricas, demostrando una precisa documentación icónica por parte de quien lo realiza. Este género de cómic no quiere crear jerarquías y discriminaciones entre las autoras que a menudo no se firman y, haciendo esto, eluden voluntariamente algunos mecanismos de la actividad rígidamente profesional.

A pesar del carácter más ostentadamente dogmático del texto, en virtud del dibujo mayormente estudiado, este cómic resulta más agradable y el acercamiento a las lectoras es más dialéctico; dirigido a una relación con las mujeres lejanas de los rigurosos análisis feministas, esto se plantea como estímulo para una toma de conciencia de la complejidad de la subjetividad femenina.

El género irónico

El cómic producido por las mujeres no puede adscribirse a fórmulas fijas; las categorías contra-dibujo y contra-historia asumidas por comodidad de clasificación, no pueden comprender, por ejemplo, aquellos cómics que, refiriéndose al género de la sátira de las costumbres, usan la ironía para afrontar los problemas de la condición femenina.

El panorama del cómic europeo se ensancha hasta el punto de comprender dibujantes de países con una estructura económica similar, donde las mujeres tienen los mismos problemas aunque haya elementos éticos y de costumbres que las diferencien.

Con referencia a las dibujantes del género irónico, estas eligen escribir y publicar sus cómics para un público tanto femenino como masculino, eludiendo los canales de transmisión externos al mercado, como en la hipótesis de autogestión de los colectivos. De todos modos, respecto a una producción 'separatista' que se dirige prioritariamente a un público de mujeres con mensajes desalentadores y nihilistas en relación con la realidad, estas otras producciones de cómics miran a su alrededor con ojo indiferente, con tono punzante y desacralizador, devolviéndonos la imagen de una realidad vivida entre mil contradicciones.

Entre las autoras más conocidas de este género está la francesa Claire Bretècher.

Sus cómics están realizados con un texto reducido a lo esencial y un dibujo simplificado en la medida en que los personajes, que reflejan la realidad, aparecen torpes, cohibidos, frágiles y contradictorios; los protagonistas de los cómics de Bretècher representan particulares tipologías como la de la 'feminista' o del 'compañero': ojos bien abiertos, piel arrugada, narices enormes, cabello enmarañado, cuerpos larguísimos y envueltos en ropas amplias y, en fin, grandes pies desproporcionados.

Estos personajes viven en el espacio de la viñeta, rodeados de un mínimo de información sobre el ambiente: algunos cojines, una cama, una mesa, sillones, etc.

Ellos desnudan el mundo alienado de la familia y de la sociedad burguesa donde la mujer está irremediablemente explotada y sola con sus problemas, espejo de una sociedad puramente vista y vivida a través de la visión masculina.

Las figuras de cómics de Claire Bretècher no son únicamente femeninas, hay también hombres y niños que traducen con inmediatez ejemplar las ideas, las dudas, las contradicciones, los comportamientos y esnobismos propios de la costumbre y la cotidianeidad de una cierta área de izquierdas.

Es simple para todos entrar y reconocerse en esta atmósfera en la que conviven sinceras aspiraciones de cambio y viles compromisos: un mundo en el que es difícil vivir, en el que no es fácil mantener el rigor de una coherencia total con las ideas que se profesan. De esta realidad nacen precisamente los *Frustrados*: hombres y mujeres físicamente caracterizados con rostros deprimidos y abúlicos, explosiones gráficas de sentimientos epidérmicamente comprensibles gracias a pocos trazos de pluma.

Los personajes femeninos de estas tiras son siempre mujeres que se proclaman emancipadas y libres de los condicionamientos de su rol y sin embargo los viven todos; mujeres enfrentadas a los habituales problemas de dieta, obsesionadas por las caderas gordas y por la celulitis, además conscientes de que los hombres pueden pasar de estar gordos; chicas libres sexualmente que han aprendido a “administrar su propio cuerpo”, y además se confían a su amiga de confianza preguntándose: “¿en tu opinión me encuentran muy emancipada o completamente puta?”; mujeres que usan la píldora porque no quieren hijos, por exigencias del trabajo o por falta de armonía en la vida conyugal y en cambio desean esta experiencia de madre “porque es una experiencia que hay que hacer”. Estudiantes desempleadas y politizadas, pero atraídas por el dinero. Mujeres que intercambian lecciones de auto-defensa contra falócratas de paso y luego se afanan por cuidar su belleza fabricándose como objetos sexuales. O, incluso, mujeres que quieren pagarse el almuerzo pero les producen terror el vacío y la soledad.

En estas tiras el público femenino se identifica casi totalmente. La dibujante ha sabido captar la psicología femenina esbozándola como nunca ningún dibujante lo habría podido hacer.

Claire Bretècher, feminista declarada, no emplea ninguna benevolencia en lo que respecta a su propio cuerpo, pero no es menos feroz con el sexo masculino: ‘el compañero’ es dibujado con precisión minuciosa en todas las posibles angulaturas (el escritor de izquierdas que se preocupa por no haber sido claro en una transmisión televisiva, pero en realidad preocupado porque esta poca claridad política puede perjudicar a las ventas; el marido progresista y defensor de la emancipación femenina que sueña... con el harem; el joven comprometido que entrevista a las prostitutas afrontando el problema de su explotación, que luego es mantenido por su novia-secretaria).

Estos cómics irónicos se acercan, por tanto, más al periodismo que al cómic tradicional, ligados a la actualidad de la costumbre y a la observación sociológica.

No por nada Roland Barthes ha definido a Claire Bretècher como “la mejor socióloga francesa”, porque sus *Frustrados* desmontan irónicamente los mitos de la cultura de masas y los lugares comunes de la pequeña burguesía europea o de la nueva izquierda post-sesentayochesca, grupos de *gauchistes* en un interior con todos los tics recurrentes del lenguaje y de la mitología postmoderna,

sociológicamente tan precisos como para convertirse en presencias embarazosas, espejo lúcido e irrisorio de la imagen caricaturesca de nosotros mismos.

Mujeres y contra-cómics

El cómic en más de cien años de vida ha publicado un elevado número de lápices masculinos de cuyo universo han quedado descaradamente excluidas las mujeres, consideradas a priori no interesadas en este género de 'literatura' y, por tanto, incapaces tanto de consumirla como de producirla. Pero de repente, hacia el final de los años setenta y coincidiendo con el nacimiento y la rápida difusión del neo-feminismo, el sexo femenino ha empezado a producir frenéticamente historias de cómics, dentro de un proyecto más global de reconquista de la palabra y de la creatividad.

Tras haber tomado conciencia del rol gregario o instrumental asumido por la mujer en la cultura patriarcal, se ha tratado de poner remedio a esa prolongada ausencia de la mujer-sujeto, empezando a realizar algo distinto, también en el cómic, sin rechazar completamente la tradición cultural existente, y refiriéndose por ejemplo a las vanguardias artísticas más politizadas.

Heredando del Dadaísmo el rechazo de la cultura institucionalizada, espejo de una 'racionalidad' que gobierna el principio de realidad y refiriéndose al espíritu menos nihilista del Surrealismo, que reivindicaba un espacio fantástico, y al imaginario como soportes de una toma de conciencia política más global, la elaboración de productos culturales femeninos (incluidos los cómics) se presenta como propuesta de inéditos modelos de comportamiento.

Para hacer esto las mujeres necesitan reapropiarse del 'lenguaje' (que estructura el inconsciente y los códigos expresivos) que ha estado en la base de ciertos procesos de exclusión y vejación, por medio de un uso del 'metalenguaje' que ha congelado la función y la presencia femenina en la realidad.

Es precisamente para reivindicar la calidad de mujer-pensante por lo que en los años ochenta se empieza a producir literatura, dibujos, músicas, danzas, sin la presunción de crear nuevos lenguajes. A la tesis de la cultura patriarcal se opone la antítesis de la cultura feminista hecha también de contra-cómics, de contra-diseño, de contra-historias y de contra-revistas.

Hoy el cómic es el reflejo de una realidad disociada que delega en la especialidad ontológica de algunos grupos la producción de textos además hedonistas y evasivos.

A esta estética desantropomorfizante, la producción femenina opone un pensamiento creativo (Vinella, 2002), que produce textos destinados a un disfrute femenino no sólo perceptivo sino también intelectual y formativo.

Creatividad, por tanto, no como abstracción sino como intervención, no a través de productos confeccionados de fácil inversión para el mercado, sino como suma de estímulos obtenidos de contenidos y formas diversas, dirigidos a la discusión de la realidad, de sus dimensiones y de sus valores.

(versión castellana: Ángeles Cruzado Rodríguez)

BIBLIOGRAFIA

VINELLA MARIA Y LATERZA, ROSSELLA, *Le donne di carta*, Dedalo, Bari, 1980.

VINELLA MARIA (a cargo de), *Immaginario mediale e stereotipi di genere*, Progetto dell'U.E., Progedit, Bari, 2000.

VINELLA MARIA Y PINTO MINERVA FRANCA, (a cargo de), *Pensare la differenza a scuola*, Progedit, Bari, 2002.