

# **LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS CÓMICS ESTADOUNIDENSES (1900-1950)**

**José Joaquín Rodríguez Moreno**  
**Universidad de Cádiz**

## ***RESUMEN***

Este artículo habla sobre el desarrollo de la imagen de la mujer en los cómics norteamericanos. Las siguientes líneas muestran los papeles tradicionales e innovadores que la sociedad pretendió que la mujer representara, y las razones que permitieron que estos cambios se produjeran. Además, géneros, personajes relevantes y estadísticas son dadas a lo largo del artículo, ayudando a comprender el papel jugado por las mujeres en la primera mitad del siglo XX.

**Palabras clave:** EE.UU., Cómics, Tiras de prensa, Historia de Género, Mujeres trabajadoras.

## ***ABSTRACT***

This article speaks about women image evolution in North American comics. The next lines show the old and new roles that the society wants women played, and the reasons that permitted these changes. Besides, genres, important characters and statistics are given across the article, helping to understand the women role in the first part of the 20<sup>th</sup> century.

**Key words:** U.S.A., Comic books, Strips, Gender History, Women workers

El pintor belga Renè Magritte tiene una obra llamada “La ilusión de las imágenes”. En dicha pintura se nos muestra una pipa perfecta, pero una frase en francés nos advierte *esto no es una pipa*.



**Ilustración 1** - La ilusión de las imágenes, de René Magritte.

mujer. Tendremos que preguntarnos quién ha creado esa imagen, en qué contexto ha surgido, y a qué público se dirige.

Eso mismoaremos en las próximas páginas, en la que veremos la imagen de la mujer en un contexto muy concreto: los cómics estadounidenses durante la primera mitad del siglo XX.<sup>1</sup>

### **1. Una sociedad en continuo cambio**

Hoy día resulta difícil imaginar el impacto que la sociedad estadounidense debió causar a los visitantes europeos de principios del siglo XX. Vivimos en una época en la que damos por hecho que las familias sean pequeñas, de cuatro o cinco individuos lo más, donde la publicidad inunda nuestras vidas, y donde las ciudades son enormes colmenas de asfalto y cemento. Pero a principios del siglo XX, EE.UU. era uno de los pocos países con estas características, lo que le valdría ser considerado uno de los países más modernos y avanzados de su tiempo.

Desde el fin de la Guerra de Secesión en el XIX, con la victoria del norte industrializado sobre el sur rural, la transformación del país en una gran potencia industrial fue inevitable. La necesidad de mano de obra en las ciudades permitió que las mujeres, sobre todo a partir del siglo XX, pudiesen salir del hogar para conseguir trabajos remunerados.<sup>2</sup>

Pero será sobre todo con la I Guerra Mundial que la mujer comience a mostrar importantes cambios en su rol tradicional. El aumento de la producción bélica -- primero para venderla a las potencias aliadas, luego para uso propio -- y la movilización de los hombres para luchar en el frente, acabará provocando que la mujer comience a ocupar puestos que hasta aquel entonces le habían estado vedados. La mujer blanca ocupa el puesto del hombre, y la mujer negra el puesto que las mujeres blancas dejan libres. Y aunque una vez terminada la guerra las mujeres deben devolver sus empleos a los hombres que vuelven del frente, han conseguido demostrar a los hombres (pero sobre todo a sí mismas) que pueden hacer el mismo trabajo que ellos. Este

<sup>1</sup> Sobre el papel de la mujer más allá de los años 50 puede consultarse RODRÍGUEZ, José Joaquín: "Entre el romance y el heroísmo: Una introducción a la imagen de la mujer en los comic-books (de 1910 a 1970), *Ubi Sunt? nº19*, Cádiz, Asociación Cultural Ubi Sunt?, 2006, pp.25-34.

<sup>2</sup> La mujer blanca consigue trabajos urbanos, ya sea en fábricas femeninas -- tabaco, costura --, ya sea como secretaria u oficinista. Por el contrario, la mujer negra va a seguir desempeñando el papel de criada en la ciudad, y el de peón agrícola en el campo, y por lo tanto no ve ningún cambio en el rol tradicional que venía desempeñando desde hacia siglos. THÉBAUD, Françoise: "La Primera Guerra Mundial: ¿La era de la mujer o el triunfo de la diferencia sexual?", *Historia de la mujer: El siglo XX Tomo 5*, Madrid, Taurus Ediciones, 1993, pp.51.

Tras pasar un par de minutos contemplándola, el observador se da cuenta: ciertamente no es una pipa lo que está mirando, sino la imagen de una pipa. Una representación muy perfecta de la realidad, pero no la realidad misma.

A la hora de estudiar la imagen de la mujer en el cómic, hemos de hacer caso a la advertencia de Magritte. Lo que vamos a ver en las viñetas no es a la mujer en sí, sino una representación -- a veces acertada, a veces utópica -- de la

reconocimiento acabará por darles madurez política pocos años después, es decir, el derecho al voto, en 1920.<sup>3</sup>

Los cambios no son sólo laborales. El ámbito urbano favorece el que las familias tengan un menor número de hijos, por lo que podemos ver un descenso de la natalidad que, aunque ya se percibía en el siglo XIX,<sup>4</sup> se hace plenamente patente tras la I Guerra Mundial.<sup>5</sup> El rol de la mujer empieza a variar, pues a la menor cantidad de hijos ha de sumarse que el papel de educadora lo va a asumir progresivamente el estado.

También la forma de ser de la mujer varía. La procreación deja de ser el eje fundamental del matrimonio, lo que lleva en los años 20 a romper con la tradición victoriana y a buscar un nuevo modelo de feminidad. Por lo tanto, valores como la delicadeza, la timidez y la sumisión dejan lugar a la belleza, el vigor y la sociabilidad.<sup>6</sup>

Incluso con la crisis económica que se inicia en 1929, las mujeres siguen dando pasos hacia adelante. Son muchas las que tienen ahora la oportunidad de desarrollar estudios secundarios y de mejorar su formación. Esta mejora en su preparación quedará patente con la entrada de EE.UU. en la II Guerra Mundial a finales de 1941, cuando la mujer tenga que volver a las fábricas, a las oficinas e incluso se incorpore al ejército -- aunque sólo para desempeñar cargos administrativos -- para reemplazar a los hombres movilizados a los frentes.

Pero a pesar de todos estos cambios, la mujer en EE.UU. dista mucho de alcanzar la igualdad y la independencia. Su sueldo, para empezar, va a ser menor que el de un hombre. Además, su puesto de trabajo nunca dejará de ser provisional en tiempo de guerra, y algunas empresas incluso obligan a sus empleadas a firmar contratos que incluyen una cláusula de despido en caso de que la guerra acabe y el antiguo ocupante del puesto de trabajo quiera reincorporarse.<sup>7</sup>

A pesar de los nuevos valores de belleza, feminidad, e incluso de sexualidad, la mujer no deja de estar sometida al hombre. Pasa de ser modosa y tímida a ser bella y sociable, pero simplemente para agradar al varón. Es la sociedad masculina quien impone la imagen correcta de la mujer, por lo que la homosexualidad femenina o la soltería son duramente criticadas, pues de nada sirven al hombre. A la mujer que no encuentra un marido, más aún ahora que se la incita a disfrutar de su sexualidad, se la tacha de irracional, enfermiza, marimacho o simplemente frígida.<sup>8</sup>

No es de extrañar que una vez acabe la II Guerra Mundial, la mujer sea incitada a recuperar el papel de esposa, madre y compañera, ya que nunca hubo un auténtico proyecto por parte de la sociedad estadounidense de convertir a la mujer en una igual, por muy avanzada y moderna que pareciera a los ojos del resto del mundo.

Todos estos cambios, sobre todo los negativos, van a ser fielmente reflejados en los cómics estadounidenses a lo largo de su primer medio siglo de existencia. ¿Pero con qué intención es utilizada la imagen de la mujer? ¿Quiénes son y qué pretenden los autores?

## **2. La importancia de la imagen**

Los cómics comienzan siendo un reclamo de los periódicos para conseguir mayores ventas. Y como a principios de siglo son los hombres los que compran la prensa, es a ellos a quienes van dirigidos los cómics. Incluso si se pretende que un cómic sea leído por niños o amas de casa, deberá gustar previamente al padre/marido, que es quien elige el periódico que se compra.

<sup>3</sup> No obstante, en los años previos a la guerra algunos estados ya habían otorgado ese derecho. En 1920 lo que se hace es recoger el derecho a nivel nacional a través de la XIX Enmienda.

<sup>4</sup> Merced de técnicas anticonceptivas tales como el *coitus interruptus*, abstinencia, aborto, ducha espermicina, condón.

<sup>5</sup> COTT, Nancy F.: "Mujer moderna, estilo norteamericano", *Historia de la mujer: El siglo XX Tomo 5*, Madrid, Taurus Ediciones, 1993, p.94.

<sup>6</sup> COTT, *op. cit.*, p.105.

<sup>7</sup> AA.VV.: *La Segunda Guerra Mundial*, Barcelona, Círculo de Lectores, Barcelona, 2004, p.125.

<sup>8</sup> COTT, *op. cit.*, p.97.

Al hablar de cómics<sup>9</sup> hemos de tener presente que nos referimos a un producto destinado a las masas, lo que contribuirá a la consolidación de una narrativa estereotipada, con personajes fijos y tramas muy predecibles.<sup>10</sup> No debe de extrañarnos entonces que la imagen de la mujer que aparece en los primeros años del cómic sea anecdótica. Se hace hincapié en los estereotipos que el lector ya conoce, pero no se llega más allá, porque la función del cómic es simplemente la de divertir, no la de ser espejo de la realidad.

Sin embargo, a lo largo de los años 10 la mujer gana importancia en las viñetas. Por un lado, muchas mujeres comienzan a tener recursos propios, fruto de su trabajo, y pueden permitirse elegir qué periódico comprar. Por otro lado, el estallido de la I Guerra Mundial hará que la propaganda bélica muestre a una nueva mujer, capaz de trabajar igual que un hombre, tan valiente y tan fuerte como para poder mantener en pie al país.

Puesto que la imagen de la mujer está cambiando, y como hay un nuevo público de lectoras al que dirigirse, las *strips* comienzan a mostrar protagonistas femeninas a principios de los años 20. Desde temas clásicos, como la moda, que se muestra en series como *Winnie Winkle* de Martin Brammer, hasta las primeras protagonistas que trabajan fuera del hogar, como la oficinista *Tillie the Toiler* de Russell Channing. También aparecen personajes entrañables que alcanzan cifras millonarias de lectoras, un ejemplo sería *Little Orphan Annie* -- Anita Buen-Corazón en España --, cuyas aventuras inicia Harold Gray en 1924, y que aún hoy día se siguen publicando.

Sin embargo, estos cómics están hechos por hombres, y dan una visión masculina y edulcorada de la realidad. Aunque el público femenino puede elegir, lo que se le ofrece es una serie de estereotipos nuevos que obvian los temas más controvertidos, como los métodos anticonceptivos que usan la mayoría de las mujeres en la época, el maltrato doméstico, o el libre uso de la sexualidad.

Con el *Crash* del 29 aparece un nuevo género en los cómics: la aventura. Tarzán, Buck Rogers, Príncipe Valiente, Flash Gordon, Terry y los Piratas... son héroes masculinos que van a entretenir, aunque sólo sea durante unos minutos, a los estadounidenses de sus problemas cotidianos. Todos van a tener una compañera femenina junto a la que vivirán fascinantes y exóticas aventuras que encandilarán a varias generaciones de lectores.

Al ir recuperándose la economía, y sobre todo desde las movilizaciones de guerra a partir de los últimos días de 1941, la mujer vuelve a elegir qué leer. Aparecen entonces toda una serie de heroínas a imitación de los héroes masculinos, que tienen un éxito doble, ya que atraen tanto al lector masculino -- son mujeres bellas y, a veces, poco vestidas -- como al lector femenino, que se identifica más con personajes de su mismo sexo. También es durante la guerra cuando, al igual que en otras industrias, las mujeres comienzan a trabajar en los cómics ante a la falta de dibujantes masculinos.<sup>11</sup>

Esta es una de las razones por las que se dice que las mujeres, al menos en los cómics, alcanzan durante los años 40 la ansiada igualdad. En el epígrafe de Conclusiones, no obstante, daremos cifras que desmienten esta idea.

Al finalizar la guerra se intenta sin éxito que la mujer olvide su puesto de trabajo y resuma su anterior papel de madre y ama de casa.<sup>12</sup> Los medios de masas (cine, seriados y cómics) intentan recuperar el estereotipo de chica dulce y hogareña, desechariendo la imagen fuerte

<sup>9</sup> Los cómics -- también llamados tebeos, historietas, fumetti, manga, etc. según el país -- no tienen una fecha clara de nacimiento. En cada país se fueron desarrollando de forma más o menos original a lo largo del siglo XIX. En EE.UU. suele darse como fecha del cómic patrio 1895, siendo publicados al principio como sección dentro de los periódicos (*strips*). Luego, entre 1929 y 1934, se probaron nuevos formatos, como el que hoy día conocemos: el cuadernillo o tebeo, que se compra independientemente del periódico (*comic-book*).

<sup>10</sup> SCOLARI, Carlos A.: *No pasarán. Las invasiones alienígenas de Wells a Spielberg*, Madrid, Editorial Páginas de Espuma, 2005, p.23.

<sup>11</sup> SABIN, Roger: *Comics, Comix, & Graphics Novels*, Londres, Phaidon Press Limited, 1996, p.90.

<sup>12</sup> LEFAUCHEUR, Nadine: "Maternidad, familia, Estado", en *Historia de la mujer: El siglo XX Tomo 5*, Madrid, Taurus Ediciones, 1993, p.444

y valiente que la propaganda -- y los cómics fueron, qué duda cabe, una propaganda excelente -- había mostrado durante los años de guerra.<sup>13</sup>

### **3. Arquetipos y estereotipos**

Vamos a repasar los roles y las conductas que adoptan las mujeres de los cómics. Nos ha parecido interesante comentar también qué géneros había y cómo se retrataba en ellos a la mujer.

#### **\* Family Strips:**

Muestran a una familia cotidiana y hacen reír al lector con las desventuras que les ocurren a sus miembros. Suele ser un humor cotidiano y realista, casi costumbrista. Este estilo de narrar historias se da principalmente en la prensa, comenzando a hacerse popular en la década de los años 10 y manteniendo el tirón hasta hoy día.

El papel escaso y estereotipado de la mujer en las *strips* de la primera mitad del siglo XX queda patente en dos estudios estadounidenses de mediados de siglo. El primero, un estudio llamado *Male and Female Relations in the American Comic Strip (Relaciones entre hombres y mujeres en las tiras de prensa americanas)*, dirigido por Gerhart Saenger, determina que, en las *strips*, el 96% de los hombres solteros que aparecen son más altos que las mujeres que les acompañan, pero sólo el 50% de los hombres casados son más altos que sus esposas. La mayoría de los personajes solteros muestran una fuerza inusitada, a veces sobrehumana, mientras que los personajes casados son normales o débiles. El segundo estudio, *The World of Sunday Comics (El mundo de los tebeos dominicales)*, de Francis E. Barcus, descubre que en las *strips* el 72% de los seres humanos que aparecen son varones. Las estadísticas son bastante sorprendentes, ya que en las viñetas de prensa los hombres llegan a la vejez con mayor facilidad que las mujeres y es más probable que un hombre permanezca soltero a que lo haga una mujer; eso sí, una vez casado el hombre pierde todas sus ambiciones, mientras que la mujer se vuelve más dominante y ambiciosa.<sup>14</sup>



**Ilustración 2 –**  
*Bringing Up Father*, de George McManus (1884-1954), es un ejemplo de dualidad entre mujeres hermosas y solteras (la hija del protagonista, las mujeres jóvenes que aparecen por la serie) y damas desagradables y poco agraciadas (la esposa del protagonista).

<sup>13</sup> SABIN, *op. cit.*, p.90.

<sup>14</sup> Ambos estudios citados en HORN, Maurice: *Women in the Comics*, EE.UU., Chelsea House Publications, 1977, pp.3-6.

Es indudable que existe una fuerte simbología que muestra al hombre como un ser independiente y fuerte, mientras que la mujer es más dada al matrimonio. Dicho de otro modo, la concepción de la relación de pareja existente en estos años es la de un individuo débil (la mujer) que se une a otro fuerte (el hombre), que la protege. En las *strips*, el matrimonio causa la pérdida de iniciativa y fuerza del hombre, que pasa a la mujer, cambiándose los roles de dominante y dominado.<sup>15</sup>

#### \* Girl Strips:

Aparecen a finales de la I Guerra Mundial, y van a tener difusión tanto en la prensa como en los *comic books*. Muestran a mujeres, solteras o casadas, y los pequeños problemas cotidianos que tienen que afrontar. Suelen estar escritas en clave de humor.



**Ilustración 3** - Dos ejemplos de mujer trabajadora aceptados socialmente: la secretaria y la enfermera.

Aunque son muy similares a las *family strips*, las *girl strips* tienen el aliciente de mostrar a mujeres trabajadoras. Son un modelo de conducta y de aspiraciones para las lectoras. Sin embargo, vemos que los trabajos que desempeñan son bastante conservadores: amas de casa, estudiantes, enfermeras, oficinistas, secretarias, enfermeras o modelos.

<sup>15</sup> Este trasvase se explica porque, tras la II Guerra Mundial, hay una auténtica preocupación por la pérdida de autoridad del hombre frente a la mujer, lo cual se caricaturiza no sólo en los cómics, sino también en el cine y la televisión. PASSERINI, Luisa: "Sociedad de consumo y cultura de masas", *Historia de la mujer: El siglo XX Tomo 5*, Madrid, Taurus Ediciones, 1993, p. 352.

**\* Pornografía:**

La pornografía, sobre todo en los cómics, es teóricamente imposible de producir en EE.UU. durante la primera mitad de siglo. Vender un cómic pornográfico es granjearse la enemistad de los miembros más respetables de la comunidad, por lo que los vendedores de cómics no querrán ese tipo de material en sus tiendas, y consecuentemente las editoriales no lo producirán a sabiendas de que no podrán venderlo.

No obstante, a partir de los años 20, surgen las *Tijuana Bibles* (Biblias de Tijuana), pequeños cómics pornográficos que muestran a personajes famosos de la época -- reales o de ficción -- manteniendo relaciones sexuales. Nunca se ha sabido quienes eran los autores, ni quien las editaba, ni siquiera dónde se vendían. Eran una mercancía prohibida, y por lo tanto muy rentable.

Se calcula que pudieron publicarse un millar de historias diferentes entre 1920 y 1960.<sup>16</sup> Acabarán desapareciendo debido a la aparición de revistas con material erótico a finales de los años 50, como *Playboy*.

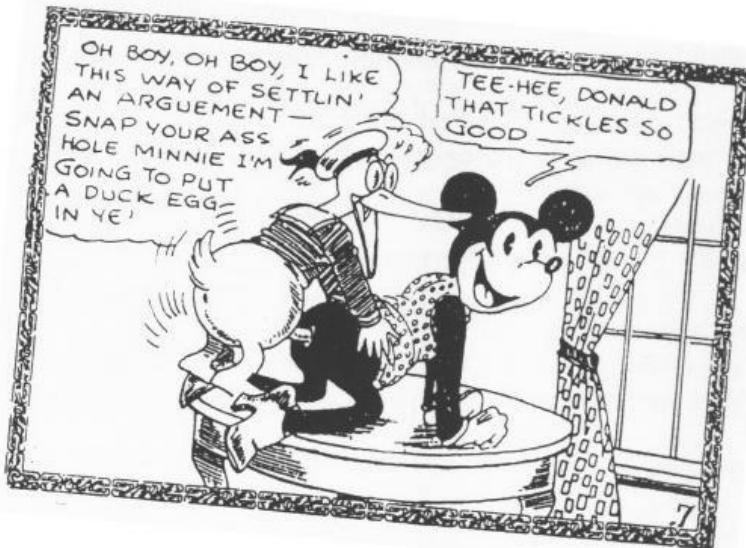


Ilustración 4 - Los personajes de Walt Disney no se salvaron de ser caricaturizados en las Biblias de Tijuana.

Las Biblias de Tijuana son bastante curiosas a la hora de mostrar los gustos y tabúes sexuales de la época. Están hechas para un público varón y heterosexual, por lo que sólo se van a preocupar de reflejar cierto tipo de fantasías. Encontramos, por ejemplo, que las mujeres atadas y sumisas son bastante frecuentes, algo que también encontraremos más adelante en los cómics de aventuras. Los penes enormes dan prestigio y masculinidad, mientras que los extremadamente pequeños pretenden ridiculizar a su portador. Las mujeres tienen una especial predilección por el sexo oral y, sobre todo, por el anal. La visión de la homosexualidad dependerá de los actores: entre hombres es una forma de ridiculización, pero entre mujeres está bien vista, ya que el

<sup>16</sup> ADELMAN, Bob: *Art and Wit in America's Forbidden Funnies, 1930s-1950s*, EE.UU., Simons Schusters Editions, 1997.

hombre presupone que las mujeres poseen tal carga erótica que pueden caer fácilmente en el lesbianismo.<sup>17</sup>

**\* Aventuras:**

Los cómics de aventuras aparecen a raíz de la Gran Depresión, como ya indicamos anteriormente. Podían tener un marco histórico y realista (Príncipe Valiente, Terry y los Piratas), de ciencia-ficción (Flash Gordon) o exótico (El Hombre Enmascarado, Tarzán). A partir de 1938 aparecen también los superhéroes (Superman en 1938, Batman en 1939, Capitán Marvel en 1940, Capitán América en 1941...), con sus coloridos uniformes, mezcla de ciencia-ficción yrealismo social.

Al principio, los personajes femeninos no protagonizan las historias, simplemente aparecen como villanas o acompañantes:

\* Aunque el villano es por naturaleza feo y desagradable, *la villana* es todo lo contrario: bella, atractiva, y profundamente sensual. Diseñada para despertar el interés del lector masculino, la mujer que se enfrenta al héroe muestra una estética donde las cadenas, el látigo y el cuero juegan un papel muy relevante. Se insinúa un cierto tono sadomasoquista que, no obstante, nunca se llega a desarrollar plenamente, pues no olvidemos que estas historias también las leen niños.

Debemos diferenciar entre distintos tipos de villanas. Algunas, las que menos, quieren reformarse, dejar de ser mujeres fatales y quedarse con el héroe. Otras, la mayoría, no quieren renunciar a lo que son, aunque intentan atraer al héroe a su lado. Ahí tenemos otro de los rasgos de estos personajes: no tienen escrúpulos a la hora de intentar seducir al protagonista del cómic, ya tengan para ello que quitar de en medio a otra rival, mentir, o drogar / hechizar al héroe.

\* La acompañante del héroe suele ser su *novia* (novia eterna, obviamente, puesto que casar al héroe supondría castrarlo), o al menos aspira a serlo. Salvo excepciones, como en Príncipe Valiente o Terry y los Piratas, suele ser mostrada como el sexo débil. Aunque es igual de bella que la villana, la novia se diferencia de ésta por su bondad y por su buen corazón. Al contrario que sus rivales, juega limpio e intenta conquistar a su hombre con cariño y con insistencia, nunca con "malas artes". Curiosamente, esta candidez y bondad, despiertan el interés de multitud de villanos, que querrán conseguir a la chica para ellos mismos.

Generalmente, la novia es un personaje soso, mientras que la villana resulta profundamente atractiva, justamente por no seguir las normas sociales de su época. Una mujer "decente" -- según los cánones de la época -- no viste con trajes de cuero tan escotados, ni se insinúa de forma tan libidinosa. Y justamente por tener una conducta tan excepcional, el lector y el propio héroe van a sentirse fuertemente atraídos hacia las villanas. Resulta curioso que al héroe sí se le permita tener algún que otro escarceo romántico con alguna villana, mientras que la heroína nunca cede ante las insinuaciones de los villanos. La infidelidad masculina es excusable, la femenina no.

No obstante, aunque el héroe tenga sus devaneos con la chica mala, al final siempre se queda con la novia decente. Les gustan las malas pero, puestos a casarse y tener algo estable, prefieren a las otras.

---

<sup>17</sup> COTT, *op. cit.*, p.98.



**Ilustración 5** - Las heroínas representaron un papel muy activo en la propaganda bélica, pero una vez acabada la guerra se volvieron incompatibles con el modelo de mujer que la sociedad masculina quería restablecer.

Las heroínas aparecen algo más tarde, principalmente a partir de que EE.UU. entre en la II Guerra Mundial, y permiten ver a una mujer que compite en igualdad con los hombres. Fuertes, valientes, bellas y patriotas, acaban rompiendo con el estereotipo de débiles y enamoradizas que las mujeres arrastran desde sus primeras apariciones en el cómic.

Suelen ser, eso sí, versiones feminizadas del héroe: Wonder Woman es en cierta medida Superman, Miss América es el Capitán América en mujer, y Miss Marvel un remedo femenino del Capitán Marvel. La mujer no tiene una identidad propia en el cómic, sino que mayormente imita al hombre al realizar un trabajo que hasta hacía muy poco era eminentemente masculino.

No deja de ser significativo que, al ser la mujer fuerte, el novio se vuelve débil. La pareja de Wonder Woman, un militar llamado Steve Trevor, necesita continuamente ser rescatado por su heroína. Cuando las superheroínas no tienen pareja, algunas voces conservadoras no dudan en afirmar que, puesto que realizaban un trabajo de hombres, deben de ser lesbianas.<sup>18</sup>

#### \* Romance:

Surgen después de la II Guerra Mundial, y hay diferentes lecturas sobre su mensaje. Roger Sabin va a defender la idea de que estos cómics rompen con la mujer pasiva que se enamora platónicamente o que acepta casarse con cualquier hombre que le de amor. No negamos estos argumentos, pero es evidente que se encasilló al cómic femenino en el plano romántico, mientras que el cómic masculino tocó muchos más géneros: el terror, la ciencia-ficción, la aventura, la guerra. Igual que las muñecas serían para las niñas y los bates de *baseball* para los niños, se intentó -- y en gran medida se logró -- crear cómics diferenciados para el hombre y la mujer, mostrándose el mundo masculino y femenino de formas muy diferentes en cada tipo de publicación.

<sup>18</sup> Esto pasa principalmente una vez acabada la guerra, en 1945. El libro *Seduction of the Innocent* (La seducción del inocente) de Frederic Wertham, publicado en 1953, muestra claramente el miedo de algunos sectores conservadores a que las mujeres se masculinicen o incluso se vuelvan homosexuales al querer ser como sus heroínas.



**Ilustración 6** - El primer beso, los amores imposibles y la búsqueda del caballero andante redujeron las fantasías femeninas al plano sentimental, dejando para los chicos los cómics más violentos y críticos con el sistema.

#### 4. Público y ventas

Aunque hoy día tengan un público relativamente reducido, los cómics fueron tremadamente populares en la primera mitad del siglo XX. A ello hemos de sumar que podían adquirirse en cualquier sitio, incluso en supermercados y tiendas de ultramarinos, y sin apenas competencia, pues la televisión no se popularizaría hasta los años 50 y los videojuegos eran todavía ciencia-ficción.

A los pocos meses de entrar EE.UU. en la II Guerra Mundial, se vendían quince millones de *comic books* al mes<sup>19</sup>. Al finalizar la guerra, tres años después, la cantidad había ascendido hasta los sesenta millones de ejemplares.<sup>20</sup> La cifra ya de por sí es enorme en un país que por aquellos años contaba con algo más de ciento treinta millones de personas<sup>21</sup>, más aún si tenemos en cuenta que rara vez un cómic es leído por una sola persona.

Durante la II Guerra Mundial, los cómics dejaron de ser, si es que alguna vez lo fueron, cosa de niños. Sólo la cifra de lectoras de *comic books* es impresionante; según la revista militar *Yank*, el 91% de las niñas entre seis y once años leían cómics, entre las adolescentes de doce a diecisiete años la cifra era del 81%, del 28% entre los dieciocho y los treinta, y del 16% a partir de la treintena.<sup>22</sup> Las cifras son algo menores en las mujeres que en los hombres, pero queda claro que la generación que nació con los *comic books* (finales de los años 20 y principios de los 30) resultó ser fiel sin que importara demasiado el sexo.

¿Cómo se explica entonces que no hubiera protestas a la hora de desmantelar a las heroínas y sustituirlas por bondadosas y enamoradizas adolescentes casaderas? En primer lugar, porque la mayoría de los superhéroes y héroes perdieron parte de su atractivo tras finalizar la

<sup>19</sup> WRIGHT, Bradford W.: *Comic Book Nation: The Transformation of Youth Culture in America*, Baltimore, EE.UU., The Johns Hopkins University Press, 2003, p.31.

<sup>20</sup> SAVAGE, William W.: *Comic Books and America 1945-1954*, EE.UU. Universidad de Oklahoma, 1990, p.XI.

<sup>21</sup> JENKINS, Philip: *Breve Historia de Estados Unidos*, Madrid, Alianza Editorial S.A., 2002, p.284.

<sup>22</sup> Citada en WRIGHT, op. cit., p.57.

guerra, y al no saber adaptarse a los tiempos, los viejos héroes y heroínas perdieron la simpatía del público. Además, el cambio no fue obligado para los lectores, más bien al contrario: al retirar el público su apoyo a un género y otorgárselo a otro, las editoriales no tuvieron más remedio que adaptarse a los gustos del mercado.<sup>23</sup>

No obstante, no hemos de olvidar que muchas veces eran los padres los que compraban cómics a sus hijos e hijas. Si los propios progenitores (y también progenitoras, pues no hemos de engañarnos creyendo que todas las mujeres estadounidenses deseaban la igualdad: el contexto y la educación siempre juegan un importante papel) compraban a sus hijos un tipo de cómic, y a sus hijas otro distinto, es normal que las lectoras fueran acostumbrándose al género romántico, igual que durante décadas los regalos de cumpleaños o Navidad eran igual de excluyentes.

## **5. Conclusiones**

La idea de que la mujer ha tenido un peso cada vez mayor en la sociedad estadounidense desde la I Guerra Mundial es, a todos los efectos, un mito. Cuando millones de cómics mostraron a la mujer en un papel tradicional, con apenas cambios, los lectores y lectoras lo aceptaron sin problemas, convencidos en su mayoría de que aquello era lo *normal*.

El derecho a voto de poco serviría para traer la igualdad cuando las publicaciones, los salarios y hasta los puestos de trabajo eran bien distintos, según se tratara de un hombre o de una mujer.

Incluso durante la II Guerra Mundial, cuando se supone que el papel y la imagen de la mujer tuvieron un auge sin igual, los cómics de superhéroes para chicas de una editorial importante como era Timely Comics no pasaban de ser el 12% del total de los superhéroes que se editaban.<sup>24</sup>

El peligro de la cultura de masas queda patente ante la posibilidad de bombardear a sus consumidores con unos roles *correctos* y *aceptables*, que varían según las circunstancias y las necesidades de los grupos dirigentes de la sociedad, para este caso los hombres.

Pero tampoco podemos considerar que no hubo evolución alguna. Del ama de casa dominante que se representaba a principios de siglo a la joven heroína de la guerra hay toda una evolución; de la esposa asexual a la adolescente que busca besar al hombre de sus sueños, también. Simplemente es imposible determinar si estas evoluciones son buenas o malas, porque siempre estarán lastradas por las convenciones de nuestra época, por nuestros gustos actuales, y es que cuanto más es representada la imagen de la mujer, más problemático se nos revela el estudio de dicha imagen.<sup>25</sup>

Solamente a finales del siglo XX comenzaron los historiadores del cómic a afrontar las contradicciones que había entre la manera de representar a la mujer y la manera en que la mujer se veía a sí misma. Aún así, dentro de veinte o treinta años, es muy probable que la imagen de la mujer haya vuelto a cambiar (y también la del hombre) y los historiadores no dejen de mirar con cierto asombro los cómics que hoy día nos parecen *normales*.

<sup>23</sup> En 1949 Timely Comics daba carpetazo a sus últimas superheroínas por falta de ventas, sólo para comenzar a publicar poco después historias románticas, mucho más rentables.

<sup>24</sup> Para dar ese porcentaje nos hemos basado en los datos que aporta *The Timely Comics Super-Hero Index (1939-1957)* de Michelle Nolan.

<sup>25</sup> HIGONNET, Anne, "Mujeres, imagen y representación", *Historia de la mujer: El siglo XX Tomo 5*, Madrid, Taurus Ediciones, 1993, p.369.