

## EL CINE ROMÁNTICO HOLLYWOODIENSE DE LA PRIMERA DÉCADA DEL S. XXI: ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO


### *Romantic Cinema of Hollywood in the First Decade of the 21st Century: Analysis from the Gender Perspective*

Dra. Beatriz MORALES ROMO

Profesora Asociada. Departamento Didáctica, Organización y Métodos de Investigación

Universidad de Salamanca. España

E-mail: [bemor@usal.es](mailto:bemor@usal.es)


 <http://orcid.org/0000-0002-2793-7034>

Dra. Noelia MORALES ROMO

Profesora Contratada Doctora. Departamento Sociología y Comunicación

Universidad de Salamanca. España

E-mail: [noemo@usal.es](mailto:noemo@usal.es)

 <http://orcid.org/0000-0002-0048-2607>

Fecha de recepción del artículo: 14/03/2019

Fecha de aceptación definitiva: 13/03/2020

#### RESUMEN

Este trabajo se adentra en el cine de corte romántico para reflexionar, por un lado, sobre las características y evolución de este género a través de las grandes producciones hollywoodienses y, por otro, sobre las implicaciones que la imagen que refleja puede tener sobre los espectadores más jóvenes en cuanto a los valores e ideales sobre la construcción del género que transmiten. Se pretende determinar si hay un perfil de público al que se dirigen estas películas románticas, conocer las imágenes ofrecidas de los hombres y las mujeres, así como de sus relaciones de pareja y qué modelo o modelos de relación se trasladan desde la gran pantalla. Se ha empleado una metodología mixta tanto cualitativa (entrevistas en profundidad con expertos y análisis de 20 filmes) y cuantitativa (251 estudiantes universitarios fueron encuestados). Tras un repaso por el cine romántico a través de profesionales, estudiantes universitarios y los veinte filmes románticos más taquilleros de la primera década del siglo XXI, se extraen una serie de conclusiones sobre su contribución a una perspectiva de género más igualitaria en las relaciones de pareja partiendo de su potencial influencia en el imaginario social en general, y en el de los espectadores más jóvenes en particular.

**Palabras clave:** cine romántico; igualdad de género; cine hollywoodiense; género; relaciones de pareja.

#### ABSTRACT

This work studies the romantic cinema to reflect, on the one hand, the characteristics and evolution of this genre through the great Hollywood productions and, on the other, the implications that the reflected image can have on younger viewers, regarding the values

and ideals on gender construction that they transmit. The aim is to determine whether there is a public profile to which these romantic films are targeted, to know the images offered of men and women, as well as their relationships and which model or models of relationships are transferred from the big screen. A mixed methodology was used, both qualitative (personal in-depth interviews were conducted with professionals and the study of 20 films) and quantitative (251 Spanish university students were surveyed). After a review of romantic cinema through professionals, university students and the twenty most viewed romantic films of the first decade of the 21st century, a series of conclusions are drawn about their contribution to a more egalitarian gender perspective in couple relationships starting from their potential influence on the social imaginary in general, and on the younger audiences in particular.

**Key words:** romantic cinema; gender equality; Hollywood cinema; gender; couple relationships.

## 1. Introducción

El cine es un potente instrumento transmisor que, según Leigh (2002), promueve las habilidades sociales, facilita la reflexión y el análisis crítico. Hay autores que señalan su potencial como generador de valores (Blasco et al., 2015; Escámez y Gil, 2001; González Lucini, 1996; Alonso y Pereira, 2000), e incluso quien certifica el uso del cine como terapia de educación familiar (Higgins y Dermer, 2001), su utilidad en las relaciones sentimentales (Molina, 2016; Caballo, 2014) o su potencial con relación a la educación ambiental (Stadler, 2012). Estos estudios dejan patente que las repercusiones del cine van mucho más allá de su contribución al ocio, pues que ya desde sus orígenes tuvo una vocación didáctica (San Román, 2010).

La teoría del cine feminista ha evolucionado desde la década de los años 70 con el firme apoyo de los trabajos de Laura Mulvey, Kaja Silverman, Teresa de Lauretis, y Barbara Creed, cada una de las cuáles aportó un nuevo enfoque para el estudio del cine. Con este trabajo queremos realizar una pequeña contribución a la evolución que ha experimentado el cine y los debates críticos feministas que genera y que ha puesto de relieve Chaudhuri (2006).

Con estos antecedentes, profundizamos en este artículo sobre el cine romántico producido en Hollywood desde el análisis de las películas más taquilleras entre los años 2000-2010, contando con la perspectiva tanto de profesionales vinculados al ámbito de la Comunicación Audiovisual como de estudiantes de titulaciones de esferas audiovisuales y educativas. De este modo, se tratará de vislumbrar si ha habido una evolución en cuanto a las imágenes de las relaciones de pareja proyectadas en estos filmes y en la reproducción o no de patrones conservadores basados en el patriarcado o si, por el contrario, se están implantando modelos más igualitarios que contribuyan a la creación de un imaginario social de las relaciones de pareja basados en mayores cotas de igualdad.

Para Adela Kohan (2006) las imágenes cinematográficas tienen un poderoso efecto sobre el inconsciente. «Las situaciones vividas por los personajes pueden ser para ti una advertencia, una revelación, un camino a seguir una herramienta para analizar, si debes cambiar, o un impulso para el cambio y la reconciliación con tu persona». (Kohan, 2006, p. 24). Más concretamente, la autora propone que una película puede ser una herramienta para solucionar conflictos personales. La visualización en la ficción de experiencias similares a la situación personal del espectador/a tiene efectos

transformadores, incluso terapéuticos y, además, viene acompañada de posibles soluciones que pueden resultar aplicables para quien vive situaciones homólogas.

El cine se puede estudiar o definir dentro de distintas ópticas; en este artículo partimos de su contribución como medio de comunicación social, abordamos el género romántico, su relación con la perspectiva de género, las actitudes que se reflejan o la identificación de los espectadores con los personajes. Sobre estas premisas sustentaremos un análisis del cine romántico en relación con la imagen que ofrece de las relaciones de pareja y de las posibles influencias que ello tiene en los espectadores, haciendo hincapié en los más jóvenes.

El cine es un medio de comunicación de masas que tiene la capacidad de establecer un contacto con millones de espectadores y, en consecuencia, con la sociedad. A través de la gran pantalla se transmiten historias impregnadas de valores y realidades muy diferentes que exponen al público a diversas realidades, unas cercanas a su cotidianidad y otras alejadas, unas cargadas de dosis de realismo y otras completamente fantásticas y, entre este continuum, podemos situar buena parte de las películas de corte romántico que tienen dosis de realidad y también de fantasía e ilusión. Realidad y ficción se entremezclan en los espectadores del cine pudiendo ejercer influencias en sus comportamientos pues, como manifiesta Moratalla (2017), el cine permite ejercer actos de deliberación. Más allá de sus aportaciones al entretenimiento, el cine es una herramienta deliberativa que facilita que podamos tomar mejores decisiones. El autor puntualiza que hay películas que son especialmente recomendables para reflexionar sobre la deliberación y señala como ejemplos las películas de juicios, de catástrofes o filmes de situación o periodos de guerra y apunta películas concretas sobre las que aplicar su sistema de deliberación.

La eficacia educativa del cine es muy relevante, en parte por las numerosas evidencias que apuntan a la gran capacidad de influencia de la imagen frente a otros signos comunicativos, de ahí que abunden los trabajos sobre el potencial del cine como instrumento educativo en distintas etapas desde la Educación Infantil (Robles-Núñez y Fernández-Oliveras, 2017) hasta la formación de nuevos docentes (Miranda, 2018). Por su parte, Nova Grafió (2013) destaca la imagen como una de las principales fuentes de conocimiento en una sociedad donde el imperialismo audiovisual es incontestable. Los jóvenes, por los elementos evolutivos y psicosociales que le son inherentes, son especialmente permeables a un medio de comunicación que les resulta atractivo y, por ello, en este artículo nos centramos en su análisis para reflexionar sobre su potencial para favorecer y motivar actitudes y creencias en cuestiones relativas al género.

Dentro del cine es amplia la tipología de producciones existentes, centrándonos en este estudio en el género romántico. Según la aportación de Lema (2003) en el mundo occidental el romance es un fenómeno relativamente reciente, que hasta el siglo XIX estuvo destinado especialmente a grupos sociales privilegiados. Ya en el siglo XX se extendió a la cultura de masas, sobre todo a través del cine y de la música popular, logrando trasladar el mito del romance a todas las clases sociales y mostrando claramente la influencia social que tiene y ha tenido el cine.

El mito del amor romántico con orígenes en el amor cortés y el romanticismo sigue vigente en el imaginario social, así como muchos de los estereotipos asociados al modelo de relación hegemónico de nuestra cultura occidental, dificultando abolir las estructuras emocionales de carácter patriarcal (Herrera, 2012).

Lapsley y Westlake (1992) se interesaron por las características del género romántico fundamentalmente a partir de dos aspectos clave: las figuras que tratan de suplir

la carencia en el otro y la estructura de la narrativa romántica. Westlake (1992) identifica numerosas películas de Hollywood en las cuales el hombre se presenta como un personaje idealizado que trata de salvar la carencia que observa en la vida de las mujeres, entre las que destaca *Casablanca* y *Pretty Woman* como los dos principales exponentes, aunque con varios años de diferencia en su producción.

Autores como Kaplan (1997), Rodowick (1991) y Cowie (1997) ya consideraron en sus investigaciones que en el cine las identificaciones con ambos géneros rebasan los límites de definición de sus propios géneros sexuales.

Por otra parte, el vínculo entre medios de comunicación y estereotipos ha sido objeto de interés en varios trabajos. «La mejor manera de dominar los estereotipos y si se desea, desterrarlos, es estudiarlos y comprenderlos. Y los Medios son el lugar idóneo para acometer esa obra» (González Gabaldón, 1999, p. 26).

La capacidad de influencia de los medios de comunicación es aún más fuerte en la infancia y adolescencia cuando la capacidad para discernir entre la esfera real e imaginaria es menor. Los espectadores más jóvenes perciben la diferencia, pero desearían vivir en una realidad de ficción, lo que explica que adquieran una mayor importancia en esta etapa evolutiva mecanismos como los de identificación y proyección. Varios trabajos han profundizado en las relaciones entre cine y socialización (Ojeda, 2016; Castro, 2006). Después de grandes agentes socializadores como son la familia, la escuela y el grupo de pares, los medios de comunicación desempeñan una función importante en razón principalmente del aprendizaje sobre temas vinculados a moda, música, cine y televisión (Téramo, 2006).

En esta misma línea argumentativa, la Teoría del Cultivo analiza cómo los sujetos se ven afectados en su exposición a los medios de comunicación social. Esta teoría social mantiene que hay una relación directa entre el tiempo prolongado dedicado a consumir productos audiovisuales y la recreación de una realidad social que se asemeje más a las representaciones de esas ficciones visionadas. Paralelamente, es relevante la contribución del cine a la creación del imaginario colectivo al retratar distintos hitos de la historia. El caso más representativo es el de Estados Unidos donde, a partir de la narración fílmica, subyace una determinada cultura y un imaginario social específico a través las distintas temáticas mostradas en el cine (Rubio, 2011).

Las películas desempeñan un papel fundamental en la vida de los adolescentes puesto que la cultura popular es uno de los espacios más importantes en que los niños y jóvenes construyen su identidad (Morduchowicz, 2008). Si bien hay determinados perfiles de espectadores más influenciados por el cine, lo cierto es que este medio de comunicación social influye en el imaginario social de pequeños y mayores: «Lo que somos y lo que creemos ser, lo que vemos y creemos ver se deduce de los medios. El consenso se establece allí, donde todos confluimos» (Gutiérrez Martínez, 2009, p. 67).

## 2. METODOLOGÍA UTILIZADA

El estudio se sustenta en una selección de los veinte filmes románticos hollywoodienses más taquilleros estrenados en la primera década del Siglo XXI. Para determinar la selección nos apoyamos en los datos de la FAPAE (Federación Española de Productores Audiovisuales). La pretensión ha sido contar con las películas más vistas y con mayor repercusión social. En consecuencia, la muestra cinematográfica ha estado compuesta por las siguientes producciones cinematográficas:

- *Como la vida misma* (Life as we know it, Greg Berlanti, 2010)
- *Querido John* (Dear John, Lasse Hallström, 2010)
- *Todo Incluido* (Couples Retreat, Peter Billingley, 2009)
- *El diablo viste de Prada* (The Devil Wears Prada, David Frankel, 2006)
- *Chocolate* (Chocolat, Lasse Hallström, 2000).
- *¿Qué les pasa a los hombres?* (He's just not that into you, Ken Kwapis, 2009)
- *Mi gran boda griega* (My Big Fat Greek Wedding, Joel Zwick, 2002).
- *Los padres de ella* (Meet the Parents, Jay Roach, 2000).
- *Cómo perder a un chico en 10 días* (How to lose a Guy in 10 days, David Newman, 2003).
- *Cartas a Julieta* (Letters to Juliet, Gary Winick, 2010)
- *Historias de San Valentín* (Valentine's Day, Garry Marshall, 2010)
- *¿En qué piensan las mujeres?* (What Women Want, Nancy Meyers, 2000)
- *El Diario de Noa* (The Notebook, Nick Cassavetes, 2004)
- *Hitch, Especialista en ligues* (Hitch, Andy Tennant, 2005)
- *50 Primeras Citas* (50 First Dates, Peter Segal, 2004)
- *American Pie II* (James B. Rogers, 2001)
- *Espera al último baile* (Save the Last Dance, Thomas Carter, 2001)
- *La cruda realidad* (The Ugly Truth, Robert Luketic, 2009)
- *Sexo en Nueva York I* (Sex and the City I, Darren Start, 2008)
- *Sexo en Nueva York II* (Sex and the City, Darren Start, 2010)

A cada uno de los 20 filmes seleccionados se le aplicaron tres fichas: una ficha descriptiva una ficha analítica y una ficha de análisis de las imágenes de relaciones de pareja.

Figura 1. Ficha descriptiva

Título:	
Año:	
Intérpretes:	
Guión:	
Duración:	
Edad a la que está dirigida:	
Música:	
Valores que defiende:	

Fuente: elaboración propia

La ficha Descriptiva incluye elementos definitorios como año, edad recomendada, guionista, dirección, música, etc. (aspectos característicos de las fichas cinematográficas) a los que añade los principales valores que se muestran en cada film.

Figura 2. Ficha Analítica

Contenido Formativo:	
Argumento:	
Roles y estereotipos:	
Perfil varón protagonista:	
Perfil mujer protagonista:	
Contexto:	
Clases sociales:	
Esfera pública /privada:	
Valoración de la película:	

Fuente: elaboración propia

La ficha Analítica persigue profundizar en una serie de elementos como los roles y estereotipos reflejados, perfiles de los hombres y/o mujeres protagonistas o contenido formativo entre otros.

Figura 3. Ficha análisis relaciones pareja

MODELO TRADICIONAL	
Sumisión	Manipulación/ engaño
Dependencia	Inevitabilidad
Violencia	Amor-sufrimiento
Maltrato	Celos
Ocultación/ infidelidad	Rechazo / miedo
MODELO ALTERNATIVO	
Amistad	Fidelidad
Igualdad	Ternura
Amor	Transparencia
Independencia	Compartir
Respeto	Diálogo entre iguales

Fuente: elaboración propia

En la ficha de análisis de la imagen de relación de pareja partimos de dos modelos de relaciones: el tradicional y el alternativo. El modelo Tradicional se apoya en estereotipos de género, es desigualitario y sexista, mientras que el modelo Alternativo se

basa en la igualdad entre los miembros de la pareja como eje en la relación. Dicha ficha está conformada por una serie de variables dentro de cada uno de los modelos. En cada película se ha identificado la ausencia o presencia de las distintas variables para determinar si sus relaciones se corresponden con uno u otro modelo o suponen una simbiosis entre ambos.

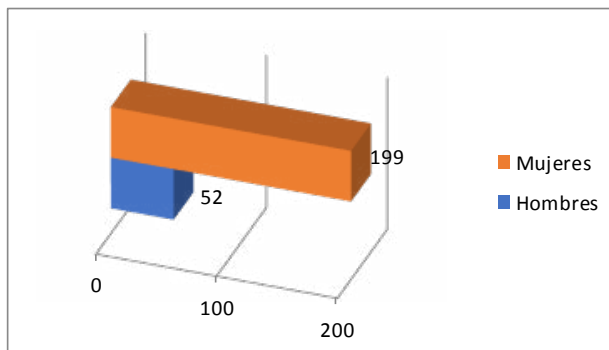
Paralelamente se han realizado 6 entrevistas personales semiestructuradas a profesionales de tres ámbitos directamente relacionados con la esencia del proyecto investigador: la educación, la comunicación y expertos en género e igualdad que ostentaban los siguientes perfiles:

- E1: Profesora titular de Comunicación Audiovisual. Universidad, 52 años.
- E2: Profesor titular del área de Filología. Universidad, 45 años.
- E3: Profesora Catedrática de Máster sobre estudios de Género. Universidad, 59 años.
- E4: Profesor Contratado Doctor del área de Comunicación. Universidad, 47 años.
- E5: Licenciada en Ciencias de la Educación Física y del Deporte y alumna de un doctorado sobre estudios de Género, 28 años.
- E6: Profesor de un Máster sobre estudios de Género. Universidad, 36 años.

Como tercera técnica se ha aplicado una encuesta a una muestra formada por 251 estudiantes universitarios de titulaciones relacionadas con la educación y la comunicación, siguiendo los compromisos éticos en la recogida y el tratamiento desagregado y anonimizado de los datos. La forma de administración fue presencial contando para ello con la colaboración de varios docentes de las titulaciones universitarias participantes en el estudio que facilitaron el acceso a la población encuestada.

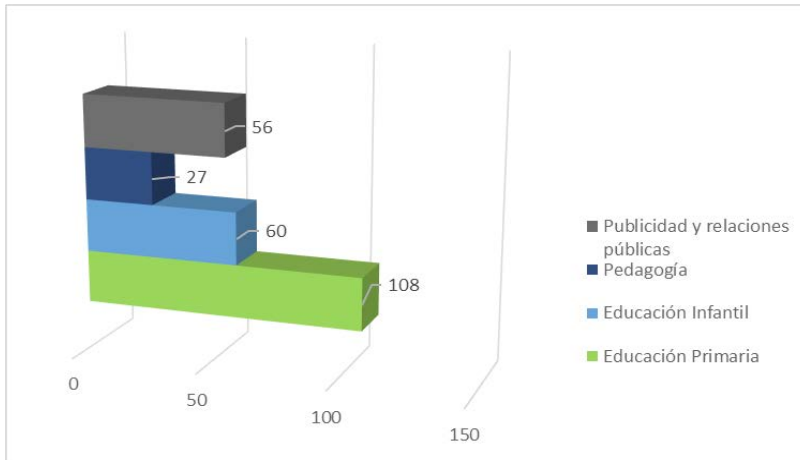
El gráfico 1 refleja la distribución muestral por sexo y el gráfico 2 muestra la composición en cuanto a titulaciones con una variabilidad de 3 titulaciones del ámbito educativo y 1 en el ámbito de la Comunicación Audiovisual. Se eligieron estas carreras universitarias por considerar que están especialmente vinculadas al objeto de estudio y, consecuentemente, sus estudiantes tendrán mayor conocimiento y criterio a la hora de realizar algunos análisis requeridos. Ello conlleva, como se observa en el gráfico 1, una sobrerrepresentación de las mujeres ya que son titulaciones bastante feminizadas (especialmente las de Educación).

Gráfico 1. Sexo de los encuestados.



Fuente: elaboración propia

Gráfico 2. Titulación de la muestra universitaria encuestada



Fuente: elaboración propia

Una vez recabados los datos procedentes de las técnicas descritas, se realizó una triangulación Inter métodos simultánea, es decir, se utilizaron métodos cualitativos y cuantitativos a la par y se analizaron transversalmente los datos.

### 3. RESULTADOS

De la numerosa información recopilada, se extraen a continuación los principales resultados derivados de los objetivos planteados.

#### 3.1. Público al que van dirigidas las películas románticas

Las entrevistas a expertos, aún sin ser concluyentes, refieren determinados elementos con ciertos vínculos al perfil de quiénes visualizan las películas románticas. Este estaría más ligado a aspectos referidos a la personalidad del espectador/a que a su género. En cambio, entre la población universitaria de nuestra muestra se determinan notables diferencias respecto del tipo de producto fílmico que consumen hombres y mujeres, considerando de forma mayoritaria que las producciones románticas están enfocadas especialmente a un público femenino.

*En este último gráfico me he dado cuenta de que la mayoría de las películas románticas que he visto están dirigidas a mujeres y que ellas son las que salen bien paradas. C51<sup>1</sup> Creo que el cine sigue mostrando la realidad social: las mujeres buscan a su príncipe azul y se consuelan viendo películas románticas, sin embargo, la sociedad, comienza a avanzar y la liberalización de la mujer se hace más patente cada vez, por lo que creo que esta debería representarse más fielmente. C100*

1. C51: cuestionario n.º 51



Por otra parte, del total de 20 películas analizadas las universitarias encuestadas habían visualizado una media de 10 filmes, mientras que los universitarios tenían un consumo notablemente inferior: 4 películas, mostrando diferencias de género en el consumo de las películas seleccionadas.

En una pregunta abierta del cuestionario se preguntó acerca de las imágenes de mujeres y hombres en las relaciones de pareja plasmadas en el género romántico. Algunos encuestados manifestaron que no consumían este tipo de género pues no se encontraba entre sus gustos y, en una línea discursiva muy alejada, encontramos a quiénes elegían esas películas románticas por el reflejo idealizado de las relaciones de pareja que ofrecen, aunque entendían que muy frecuentemente se alejaban de la realidad. La primera posición fue relatada mayoritariamente por varones y la segunda por mujeres, por lo que parece desprenderse la idea de que el cine romántico ofrece una realidad más atrayente para las mujeres universitarias encuestadas que para los hombres de este perfil educativo.

Sin poder llegar a determinar un perfil estandarizado de espectador que consume películas románticas, parece que hay una ligera tendencia en las encuestas que señala a las mujeres. Los expertos no suscriben esta tendencia. De hecho, los profesionales entrevistados se han mostrado más bien distantes como espectadores del género romántico, aunque todos admiten haber visto películas de forma más o menos ocasional. Quizás por ello, se han empleado términos con una cierta connotación despectiva en relación con este género con caracterizaciones como: pasteleo, ñoño, melodrama, me resulta aburrido, es previsible, reiterativo o abusa de esquemas repetitivos y reconocibles, entre otros.

### *3.2. Imagen de las relaciones de pareja en el cine romántico*

Tanto las entrevistas como el análisis de las películas orientan a favor de la idea de que en las películas románticas se tiende a mostrar las relaciones amorosas como idílicas y con patrones poco realistas. Los estudiantes, al preguntarles si el género romántico representa la realidad de las relaciones de pareja tienen una perspectiva diferente. Como muestra la siguiente tabla, el 61,3% de ellos, sin apenas variación en función del sexo, considera que el género romántico representa de forma realista algunas veces las relaciones de pareja. Por otra parte, casi una cuarta parte de los encuestados y encuestadas considera que nunca tiene un reflejo realista y sólo un 2,8% afirma que las películas románticas reflejan las relaciones de pareja con realismo. Aunque las posiciones están repartidas, casi la mitad de la muestra indica que falta realismo muchas veces. Por sexos, los hombres perciben menor realismo que las mujeres con un 10% de diferencia.

Tabla 1. El género romántico como representación realista de las relaciones de pareja

			Nunca	Algunas veces	Muchas veces	Siempre	TOTAL
SEXO	H	Valor absoluto	12	31	5	2	50
		%	24,0%	62,0%	10,0%	4,0%	100,0%
	M	Valor absoluto	49	121	23	5	198
		%	24,7%	61,1%	11,6%	2,5%	100,0%
Total		Valor absoluto	61	152	28	7	248
		%	24,6%	61,3%	11,3%	2,8%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Algunas de las aportaciones literales de los estudiantes universitarios corroboran esta idea de falta de realismo que subyace de forma clara a las películas románticas:

*Las películas románticas pueden crear una imagen idílica de las relaciones, pueden confundir con la realidad. C18.*

*Muchas veces las imágenes acerca de las relaciones de pareja que se reflejan en el cine no tienen nada que ver con las relaciones de pareja en la realidad. C14*

Los profesionales muestran un consenso al afirmar que las relaciones de pareja que aparecen en films románticos están muy alejadas de la realidad y ofrecen unas imágenes irreales. Se muestran especialmente críticos a este respecto.

Pero el cine no sólo no ofrece una visión realista de las relaciones de pareja, sino que tampoco es muy fiel al reflejo de actitudes y valores del mundo real tal y como recoge la tabla 2.

Tabla 2. El cine como reflejo de actitudes y valores del mundo real.

			Nunca	Algunas veces	Muchas veces	Siempre	TOTAL
SEXO	H	Valor absoluto	1	32	16	1	50
		%	2,0%	64,0%	32,0%	2,0%	100,0%
	M	Valor absoluto	2	120	69	6	197
		%	1,0%	60,9%	35,0%	3,0%	100,0%
Total		Valor absoluto	3	152	85	7	247
		%	1,2%	61,5%	34,4%	2,8%	100,0%

Fuente: elaboración propia

A la hora de valorar el cine como reflejo de actitudes y valores de la vida cotidiana, hay grandes similitudes entre hombres y mujeres. Ambos centralizan sus opiniones

entre algunas y muchas veces, teniendo el primer valor casi el doble de respuestas. Los extremos, nunca y siempre, apenas son elegidos por un 4% de la muestra.

### 3.3. Modelos de relación de pareja en el cine romántico

En 9 de los 20 filmes seleccionados conviven el modelo Tradicional de relaciones de pareja con el Alternativo (ver figura 3), en 2 solo se refleja el modelo Tradicional y en otras 9 se vislumbra una mayor presencia de los elementos que conforman el modelo Alternativo (basado en la igualdad entre géneros). Se aprecia, por tanto, una coincidencia con la percepción de los expertos que destacan cambios en los últimos tiempos hacia relaciones más igualitarias y un contraste con las opiniones de los estudiantes universitarios que perciben un mayor reflejo del modelo tradicional

El trabajo de Morales (2017a) ya apuntó la influencia del cine romántico en las relaciones de los espectadores, encontrando que casi la mitad de las mujeres asume esta influencia frente a un 7% de los hombres. Los expertos a los que hemos consultado coinciden en señalar que las imágenes mostradas en el cine influyen en los espectadores, especialmente en los más jóvenes y alguno de ellos se inclinan por identificar una mayor influencia en las mujeres.

*Creo que está influencia es mayor en aquellas personas que aún no tienen definida su identidad, como puede ser la población adolescente. En este sentido, pienso que esta influencia es mayor para la mujer porque en ellas recae una mayor exigencia acerca de cómo ser o cómo enfrentarse a una relación. [E5]*

*Yo creo que más en mujeres, en principio, pero también en hombres, lo que pasa es que no lo dicen, porque también buscan a la mujer ideal, y la mujer ideal lo que sucede es que no existe... la mujer ideal es la que te complementa y el hombre ideal pues lo mismo... [E1]*

En cuanto a los resultados obtenidos acerca de la imagen que ofrecen las películas del cine romántico sobre las mujeres, los hombres y las relaciones entre ambos, las opciones señaladas más frecuentemente por los estudiantes en la encuesta se muestran sombreadas en la tabla 3.

Tabla 3. Imágenes que reflejan las películas románticas.

Mujer sumisa	1	2	3	4	5	Mujer dominante
Hombre sumiso	1	2	3	4	5	Hombre dominante
Mujer manipuladora	1	2	3	4	5	Mujer manipulada
Hombre manipulador	1	2	3	4	5	Hombre manipulado
Mujer dependiente del hombre	1	2	3	4	5	Mujer independiente del hombre
Hombre dependiente de la mujer	1	2	3	4	5	Hombre independiente de la mujer
Mujer que trata mal a los hombres	1	2	3	4	5	Mujer respetuosa con los hombres

Hombre que trata mal a las mujeres	1	2	3	4	5	Hombre respetuoso con las mujeres
Actitudes tradicionales respecto a la relación	1	2	3	4	5	Actitudes progresistas respecto a la relación
Relaciones de pasión sin compromiso, transitorias	1	2	3	4	5	Relaciones de pasión con compromiso emocional
Relaciones puramente sexuales	1	2	3	4	5	Relaciones sexuales con afecto e intimidad
Relaciones de amor-sufrimiento	1	2	3	4	5	Relaciones de amor- bienestar
Relaciones donde se trata mal al otro/a	1	2	3	4	5	Relaciones respetuosas
Atracción por la violencia por parte de las mujeres	1	2	3	4	5	Rechazo de la violencia por parte de las mujeres
Atracción por la violencia por parte de los hombres	1	2	3	4	5	Rechazo de la violencia por parte de los hombres

Fuente: elaboración propia

Por tanto, se aprecia la persistencia de los roles tradicionales recogidos al constatare que se siguen reproduciendo frecuentemente, al tiempo que es destacable que en ciertos ítems los patrones más igualitarios en las relaciones de pareja son más frecuentes que sus contrarios más desiguales.

Si trazamos una línea simétrica con la puntuación media situada en el 3, se observan ciertas tendencias. La mujer es más sumisa que dominante y el hombre en cambio es más dominante que sumiso; la mujer es considerada más manipuladora y el hombre más manipulado; la mujer más dependiente del hombre y el hombre más independiente. En cuanto al respeto, parece que este está equilibrado entre ambos. De estos resultados se desprende que siguen presentes algunos estereotipos sexistas en estas películas.

### 3.4. Influencia del cine en los jóvenes

Para los expertos el cine influye en los niños y jóvenes, pero no más que otros medios audiovisuales como la televisión u otros medios de comunicación. Esta repercusión variaría su intensidad en base al sexo, la edad y el nivel formativo de los espectadores. Por su parte, la mayoría de la muestra de los universitarios considera al cine como un vehículo de comunicación que afecta a la educación de niños, niñas y jóvenes. La siguiente tabla recoge su nivel de identificación con los personajes del cine y señala que la identificación es mayor entre las mujeres.

Tabla 4. Identificación con personajes del cine

			Nunca	Algunas veces	Muchas veces	Siempre	TOTAL
SEXO	H	Valor absoluto	14	21	13	2	50
		%	28,0%	42,0%	26,0%	4,0%	100,0%
	M	Valor absoluto	21	126	44	8	199
		%	10,6%	63,3%	22,1%	4,0%	100,0%
Total		Valor absoluto	35	147	57	10	249
		%	14,1%	59,0%	22,9%	4,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

La diferencia entre hombres y mujeres es estadísticamente significativa (Chi-cuadrado de Pearson) en la identificación con personajes del cine, aspecto diferencial respecto a la mayoría de los ítems analizados, donde las diferencias según la variable género no fueron estadísticamente significativas

Tabla 5. Identificación con personajes del cine.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,994a	3	,007
Razón de verosimilitudes	10,850	3	,013
Asociación lineal por lineal	1,467	1	,226

Fuente: elaboración propia

Al preguntar a los estudiantes por la influencia del cine en la educación y socialización del público infantil y juvenil, un 99,6 % coincidió en considerarlo una herramienta divulgadora de valores con influencia real en estos grupos etarios. Al valorar la intensidad de esta influencia las diferencias entre hombres y mujeres no fueron estadísticamente significativas. Por su parte los expertos corroboraron este poder del cine con afirmaciones como esta:

*Hay un estudio de niños entre 8 y 16 años que dice que sus procesos de comunicación los encuentran en la televisión y los videojuegos en un 85%. Es una barbaridad, y cada vez más, porque ahora ya no hablamos de la televisión... hablamos de las redes..., en las redes también hay películas, en los teléfonos móviles, entonces creo que tiene un poder, un calado, una influencia muchísimo mayor que el que nosotros pensamos. [E1]*

#### 4. Conclusiones

La bibliografía existente refleja el potencial del cine como herramienta socializadora. El estudio realizado orienta hacia un reflejo idílico y poco realista de las relaciones de pareja en las películas románticas, aunque se aprecia también una evolución hacia la reducción de representaciones patriarcales en favor de otras más igualitarias. Hemos encontrado una cierta visión contradictoria en cuanto a la representación de género en las películas analizadas, algo ya apuntado por Gill (2007a).

El análisis fílmico ha clasificado al 45% de producciones analizadas dentro de un modelo mixto en el que se alternan elementos tradicionales con otros igualitarios. Los patrones tradicionales desiguales han aparecido de forma única en un 10% de los filmes y otro 45% se corresponde con un modelo predominante Alternativo. Estos datos parecen orientar hacia mayores niveles de igualdad, aunque el análisis en profundidad de los contenidos y valores de las películas muestra que estos cambios son más de forma que de fondo y que el cine analizado aún mantiene roles y estereotipos sexistas, aunque con importantes diferencias entre films. En la investigación se aprecia, en consecuencia, una tendencia hacia una representación de las relaciones de pareja apoyada en elementos más igualitarios, si bien tanto los universitarios encuestados como los profesionales manifiestan la pervivencia de estereotipos sexistas. A este respecto, Gill propone la objetivación y las imágenes positivas para dar un sentido más igualitario a los medios occidentales (2007b).

Son varios los trabajos que se han interesado por profundizar en las influencias que ejerce el género cinematográfico en las actitudes y conductas (Sell, Martínez-Pecino y Loscertales, 2014; Gómez, 2017), sobre todo en aquellos telespectadores de menor edad. Su capacidad de influencia es innegable, por ello es fundamental que la industria cinematográfica cuide las imágenes que se ofrecen respecto a la construcción social de los géneros por la transferencia que tiene a los espectadores en general y al público más joven en particular. Tanto el Constructivismo Social como la Teoría del Cultivo focalizan la influencia de los medios en la transmisión de valores, modelos y estereotipos.

Como se ha dejado constancia en el artículo, el cine transmite una serie de valores que tienen un importante calado en quiénes lo consumen, por tanto, tiene capacidad de interferir en las percepciones de los y las espectadores y constituye una potente herramienta tanto para construir imágenes y creencias como para deconstruirlas. Más concretamente, en el caso de películas románticas cuyo argumento suele girar en torno a una o varias relaciones de pareja, el reflejo que de ellas se haga puede contribuir tanto a perpetuar modelos de relaciones desiguales que han pervivido durante siglos, o a sustituirlos por otros en los que los roles tradicionales de género dejen paso a relaciones basadas en la igualdad de sus integrantes independientemente del género.

Dada la influencia constatada del cine y los millones de personas que han visto las películas seleccionadas por ser las más taquilleras, podemos concluir que sigue siendo necesario trabajar desde la industria cinematográfica (con las producciones hollywoodienses a la cabeza) para reducir las representaciones estereotipadas y sexistas de hombres y mujeres con visiones más realistas que puedan acercar a los espectadores relaciones de pareja apoyadas en la igualdad entre géneros. En futuros estudios sería deseable sondear otro tipo de géneros cinematográficos, producciones menos taquilleras, discriminar entre películas producidas por hombres y por mujeres, para

verificar si se trata de una tendencia uniforme o existen diferencias en función de estas variables.

No hemos encontrado un consenso claro a la hora de delimitar un determinado público destinatario para las películas de corte romántico (los expertos y expertas hablan de un perfil de personalidad y los y las estudiantes universitarios se inclinan ligeramente a considerar que se dirige más a las mujeres), pero hemos constatado que son más visionadas por estudiantes universitarias que por sus homólogos varones. Esta tendencia no podemos hacerla extensiva a otras cohortes de edad que no forman parte de la muestra de este trabajo. Precisamente se eligieron universitarios y universitarias que estuviesen cursando titulaciones relacionadas con la educación y la comunicación audiovisual por considerar que podían tener mayor capacidad crítica frente al trasfondo del estudio: la contribución del cine romántico a la igualdad entre géneros. Por otra parte, se trata de un grupo de jóvenes que se están formando para ejercer en un futuro profesiones que podrán contribuir en el primer caso a emplear el cine como recurso didáctico en las aulas para mostrar relaciones basadas en la igualdad o bien fomentar una actitud crítica ante los films que no lo hagan y, en el segundo caso, se trata de estudiantes que podrán trabajar en distintos puestos vinculados al mundo de la comunicación, por tanto, con capacidad para influir sobre la imagen que los medios de comunicación (entre ellos el cine) transmiten en relación a cuestiones de género.

Los datos obtenidos apuntan a que las imágenes de hombres y mujeres ofrecidas en la gran pantalla no responden a los cánones sexistas de hace unas décadas, sino que han experimentado una evolución hacia patrones más igualitarios, pero aún mantienen elementos estereotipados y roles patriarcales que están lejos de ofrecer una imagen igualitaria del hombre y la mujer y de su papel dentro de las relaciones de pareja.

El enorme potencial del cine puede ser aprovechado desde el punto de vista de su influencia en los espectadores para propiciar relaciones de pareja basadas en mayores cotas de igualdad (Morales, 2017b). En este trabajo hemos dejado constancia de cierta evolución en las películas de género romántico hacia esta dirección, pero también de la pervivencia de elementos desigualitarios y estereotipados, además de la capacidad de influencia del cine en los jóvenes. A pesar de los avances señalados en este trabajo y avalados por otros, parte del cine romántico sigue contribuyendo a la pervivencia de un modelo de relaciones de pareja no igualitario y tradicional donde aparecen estereotipos de género e imágenes sexistas; se trata de un carácter contradictorio de las representaciones contemporáneas de género ya apuntado por Gill (2007a). Sin duda la industria cinematográfica tiene una responsabilidad y un gran reto por delante en este sentido, apoyando la construcción un posfeminismo contemporáneo y comenzando por los espectadores más jóvenes.

## 5. Bibliografía

- Ahmed, S., y Stacey, J. (Eds.) (2003) *Thinking through the Skin*. London: Routledge.
- Alonso, M<sup>a</sup> L. y Pereira, M<sup>a</sup> C (2000) «El cine como recurso para la educación en valores. Un enfoque teórico y tecnológico». *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*. Monográfico -Educación Social y Medios de Comunicación- 5, 2<sup>a</sup> época., pp. 127-147.
- Blasco, J. S. y Bueno, F. C. (2015) «Género sicalíptico y crítica social: La Corte de Faraón en el cine». *Opción*. 31(1), pp. 149-163.

- Caballo, L. R. (2014) «Cine y problemas de pareja. El road movie/ Films and relationship problems.» *The road movie. Arteterapia*. 9, pp. 289-308.
- Castro, M. (2006) «El Cine como Instrumento de Socialización». *Revista de Filosofía A Parte Rei*, 47, 1-6.
- Cowie, E. (1997) *Representing the woman: cinema and psychoanalysis*. Basingstoke: Macmillan.
- Chaudhuri, S. (2006). *Feminist Film Theorists: Laura Mulvey, Kaja Silverman, Teresa de Lauretis, Barbara Creed*. Routledge
- De Lauretis T. (2000) *Diferencias. Etapas de un camino a través del feminismo*. Madrid: Horas y Horas.
- Escámez, J. y Gil, R (2001) *La educación en la responsabilidad*. Barcelona: Paidós.
- Gill, R. (2007a) *Gender and the Media*. Polity.
- Gill, R. (2007b). «Postfeminist media culture: Elements of a sensibility». *European journal of cultural studies*. 10(2), pp.147-166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Gómez, C. M. (2017) «Cine y Salud: Una estrategia audiovisual en la educación saludable con adolescentes». In *Forum Aragón* (p. 15).
- González Gabaldón, B. (1999) «Los estereotipos como factor de socialización de género». *Comunicar*. 12, pp. 79-88.
- González, F. (1996) *Temas transversales y educación en valores*. Madrid: Alauda.
- Gutiérrez Martínez, D. (2009) *Debates en torno a las identidades*. Volumen 122 de Documentos de investigación. México: El Colegio mexicano.
- Higgins, J. y Dermer, S. (2001) «The use of film in marriage and family education». *Counselor Education and Supervision*. 40(3), pp. 182-192.
- Kaplan, A. (1997) *Representing the Woman: Psychoanalysis and Cinema*. London: Macmillan.
- Kohan, S. (2006) *Biblioterapia y cineterapia*. Barcelona: Editorial Debolsillo.
- Lapsley R. and Westlake, M. (1992) «From Casablanca to Pretty Woman: the politics of romance». *Screen*. 33 (1), pp. 27-49.
- Leigh, J. (2002) *The cinema of Ken Loach: art in the service of the people*. London: New York, Wallflower.
- Lema, E. V. (2003) *Los modelos de género masculino y femenino en el cine de Hollywood, 1990 – 2000*. Madrid. Tesis Doctoral inédita.
- Miranda, J. (2018) «El cine en la formación inicial del docente». *RASE: Revista de la Asociación de Sociología de la Educación*. 11(3), pp. 464-473.
- Molina, R. (2016) «Género y relaciones de pareja: cineterapia y biblioterapia». *Revista Vinculando*. Recuperado de: [http://vinculando.org/psicologia\\_psicoterapia/genero-relaciones-pareja-cineterapia-biblioterapia.html](http://vinculando.org/psicologia_psicoterapia/genero-relaciones-pareja-cineterapia-biblioterapia.html)
- Morales, B. (2017a). «Cine romántico y género: hacia una deconstrucción de los modelos tradicionales de relaciones de pareja». *Género & Direito*. 3(3), pp. 173-195.
- Morales, B. (2017b). «El cine como medio de comunicación social. Luces y sombras desde la perspectiva de género». *Fonseca, Journal of Communication*. 15(15), pp. 27-42
- Moratalla, T. (2017) «De la narración fílmica a la deliberación ética. La fenomenología hermenéutica como mediación» (J. Marías y P. Ricoeur). *Revista de Filosofía*. 13, pp. 27-55.
- Morduchowicz, R. (2008) *Los jóvenes y las pantallas*. Editorial Gedisa.
- Nova Grafió, S. (2013) *El cine como recurso didáctico*. Recuperado de: <http://www2.uah.es/gipi/brujula/art/santiagonova.htm>
- Ojeda, S. L. (2016) «La política va al cine». *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública*. 5(2), pp. 198-200.
- Robles-Núñez, A. M., y Fernández-Oliveras, A. (2017) «Creamos Cine, un juego educativo para el tratamiento globalizado de las ciencias experimentales en Educación Infantil». *Enseñanza de las ciencias*, (Extra). pp. 1041-1048.
- Rodowick, D. (1991) *The Difficulty of Difference: Psychoanalysis, Sexual Difference and Film Theory*. New York: Routledge
- Rubio, C. (2011) *La historia a través del cine. Estados Unidos: una mirada a su imaginario colectivo*. San Sebastián: Universidad del País Vasco



- San Román, G. (2010) *Metamorfosis de la lectura*. Madrid: Anagrama.
- Sell Trujillo, L.; Martínez-Pecino, R., y Loscertales, F. (2014) «El cine como herramienta educativa para abordar la violencia en las aulas». *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*. (45), pp. 111-124.
- Stacey, J. (1994) *Star Gazing. Hollywood cinema and female spectatorship*. London: Routledge.
- Stadler, J. (2012) «Seeing with green eyes: Tasmanian landscape cinema and the ecological gaze». *Senses of Cinema*. 65.
- Téramo, M. T. (2006) Modas adolescentes y medios de comunicación como agentes socializadores. *Comunicar*. (27), 85-91.
- Westlake, M. (1992) «Michael Westlake interviewed by Antony Easthope». *Textual Practice*, 6, 2, pp. 283-295. <https://doi.org/10.1080/09502369208582143>