



LA MUJER EN LOS CARTELES CINEMATOGRAFICOS DE JANÓ DESDE 1940-1970

The woman in Jano film posters from 1940-1970

M^a AZUCENA GARCÍA GARCÍA , JAVIER LÓPEZ ALARMA
Universidad de Valladolid, España

KEYWORDS

Janus
Afiche
Cinema
Woman
Uncover
Gender studies
Art 20th century

ABSTRACT

Francisco Fernández-Zarza Pérez, known as Jano, was a multifaceted artist in the world of advertising and film. He stood out for his versatility when portraying film stars belonging to the national and international "star-system" during the postwar period and the Spanish transition.

Starting from the importance of the poster as a means of transmitting the message, we intend to discover if its posters, between the years 1940 and 1970, in addition to acting as a claim to publicize the films, also acted as a reflection of social stereotypes through the representation of the female roles.

PALABRAS CLAVE

Jano
Cartel
Cine
Mujer
Destape
Estudios de género
Arte s. XX

RESUMEN

Francisco Fernández-Zarza Pérez conocido como Jano, fue un artista polifacético dentro del mundo publicitario y cinematográfico. Destacó por su versatilidad a la hora de retratar a las estrellas cinematográficas pertenecientes al "star-system" nacional e internacional durante la época de la posguerra y la transición española. Partiendo de la importancia del cartel como medio de transmisión del mensaje, pretendemos descubrir si sus carteles, entre los años 1940 y 1970, además de actuar como reclamo para dar a conocer las películas también actuaron como reflejo de los estereotipos sociales mediante la representación de los roles femeninos.

Recibido: 11/ 07 / 2022

Aceptado: 18/ 09 / 2022

1. Introducción

Los carteles de cine son un componente esencial para la industria cinematográfica, puesto que constituyen una carta de presentación y en ocasiones la única referencia de la que dispone el público para decidir visionar o no una película, o entrar en una sala de proyección. A pesar de su importancia, se les dedica poca atención, sin tener en cuenta que son su principal escaparate, e incluso a veces el único documento al que el público tiene acceso antes de estar sentado disfrutando de la película.

Desde sus orígenes muchos han sido los autores que han dedicado su vida profesional y personal al diseño y elaboración de unas piezas que, desde dimensiones normalmente estandarizadas, debían captar la atención del público, transmitirles un mensaje y finalmente convencerles de que su elección era la más adecuada.

Con esa misma intención muchas también han sido las diversas técnicas artísticas que han dejado su impronta sobre tan importante pieza comunicativa, desde el puntillismo, el carboncillo, el art decó, la ilustración, el collage, el cubismo y tantos y tantos otros movimientos artísticos para los que el cartel, en general, y no sólo el cartel cinematográfico en particular, haya servido de ventana al mundo exterior como una de las mejores opciones para convencer y entretener al público.

De hecho, en este trabajo de investigación nos hemos centrado en el análisis de una parte de la obra de Francisco Fernández-Zarza Pérez, más conocido por su seudónimo Jano, uno de los cartelistas más geniales y desconocidos a partes iguales. Admirado, respetado y reconocido, eso sí, por todas las personas que de una u otra manera formaron parte de la industria del cine, desde directores, productores, distribuidores, actores o actrices, a los que retrató en múltiples carteles. Algunos de ellos nacionales, otros internacionales, pero tanto unos como otros han pasado a formar parte de un legado cultural indescriptible y no solo por sus bellas interpretaciones sino por las maravillosas e irrepetibles ilustraciones que hizo de todos ellos, Jano, en sus carteles y que nada tienen que envidiar a la técnica fotográfica, siendo unas reproducciones tan realistas que bien mereció tener en vida el reconocimiento que no tuvo. En cambio, fue un gran desconocido para la sociedad en general, siendo uno de los artistas que con sus carteles más ha influido en el ocio y disfrute de los españoles durante muchas décadas. Nos sorprendería saber los innumerables carteles de Jano que están detrás de películas que tanto y tanto nos han hecho disfrutar durante muchos momentos, cabe señalar en este caso alguno de ellos, nacionales, como *Vaya par de gemelos* o *La ciudad no es para mí*, retratando al admirado Paco Martínez Soria; o el cartel para la mítica película *¡Bienvenido Mister Marshall!*, retratando al querido José Isbert. También señalaremos algunos carteles para películas internacionales como *La quimera del oro*, con Charles Chaplin; *Vacaciones en Roma*, con Gregory Peck y Audrey Hepburn; *Por un puñado de dólares* con Clint Eastwood; *Apache* con Burt Lancaster; *Ataque al carro blindado* con John Wayne y Kirk Douglas o el inigualable cartel para la película *Mogambo* donde retrató a Clark Cable y Ava Gardner junto a la tristemente desaparecida Grace Kelly. Todos ellos han formado parte de nuestro entorno, no solo de entretenimiento y tiempo libre, sino también han pasado a formar parte de un bagaje histórico, social y cultural del que ni siquiera somos conscientes, ayudando en no pocas ocasiones a modificar comportamiento y estilos de vida, comúnmente aceptados quizás en aquella época, pero muy denostados en la actualidad.

En este sentido, pretendemos llegar a determinar si el cartel, lejos de actuar solo como reclamo para anunciar películas y llenar las salas de cine, también cumplía una función de reflejo de la realidad social que se estaba produciendo en España durante la época de la dictadura y la llegada de la democracia. En esa tarea, nos propusimos una serie de objetivos, entre ellos determinar la proporcionalidad presencial entre hombres y mujeres y si ello respondía a la hegemonía de una sociedad patriarcal. En ese mismo sentido también pretendíamos conocer los roles o tipos de mujer que tienen representatividad en los carteles de Jano y, finalmente, llegar a determinar la ubicación más utilizada por el autor para mostrar a la mujer en la composición final de los mismos.

Por todo lo anteriormente expuesto y partiendo de la idea de que los carteles son un medio para transmitir un mensaje, en el caso que nos ocupa resulta interesante determinar la funcionalidad final del cartel en cuanto a la visibilidad de roles o estereotipos y su influencia en la modificación de comportamientos y estilos de vida. Por tanto, a continuación, se profundizará en el objeto de estudio.

2. Marco teórico

2.1. El cartel cinematográfico

El cartel publicitario ha sido desde tiempos antiguos uno de los medios de publicidad con más auge en la industria artística, musical, de teatro, circense, de eventos, fiestas, y especialmente en el medio cinematográfico; ya que al igual que cualquier otro producto que se lanza o se trabaja en un mercado altamente competitivo, necesita una herramienta de comunicación, marketing y publicidad, y el cine no es la excepción, puesto que en el arte

del cine el principal medio de transmisión de información y atracción de público ha sido y sigue siendo el cartel cinematográfico.

Aunque el cartel es un anuncio de carácter oficial y tiene ciertas características, el cartel cinematográfico tiene características propias que lo hacen único y distinto al cartel comercial; por ejemplo, en la elaboración del cartel cinematográfico debe quedar definida la elaboración, producción, montaje, postproducción y específicamente que esté destinado a la explotación comercial en las salas de cine según refiere Collado (2015).

A finales del siglo XIX, con el nacimiento del mundo cinematográfico, el cartel, que es, sin duda alguna, un medio de comunicación que informa de manera simultánea del título, los actores, los lugares o el director, pasó a realizar la función más importante por el cual existía, que es captar la atención del público para persuadirle haciéndole partícipe de la obra o el espectáculo que estaba comunicando. Con el establecimiento o creación de las salas de cine, el cartel se convirtió en el principal medio de comunicación de las películas.

La historia del cartel cinematográfico permite evidenciar avances en lo que un día empezó como una proyección de algo que aparentaba ser simple mediante técnicas ilustrativas. En la actualidad la evolución del cartel influye en la calidad de las fotografías e imágenes, en la participación de los protagonistas del cartel, en la claridad de la información, incluso en elementos naturales, como la misma luz, que se busca sea de manera natural, o el arte del dibujo que busca sea lo más prolijo y delicado en detalle que brinde al público la claridad del contenido a transmitir, un ejemplo de ello ha sido que la cinematografía puede realizarse con roles de películas o un sensor digital de la imagen.

Aquellos que estudian el cine y quienes lo consumen hacen referencia al punto de vista artístico, que crea ilusión y magia. No en vano entre los primeros creadores del cine se encontraban magos profesionales, como es el caso de Georges Méliès, verdadero iniciador de los efectos especiales. Podemos recordar su película *Viaje a la Luna*, que se estrenó en 1902. Por eso hablamos del séptimo arte. Pero el cine es también industria (la industria cinematográfica) que da de comer a muchas personas. Así, actores, directores, y todo el personal dedicado a la producción, a la distribución, a la exhibición o comercialización... esperan sacar beneficios (Núñez, 2008).

La finalidad última del cartel cinematográfico es que logre transmitir la síntesis del filme y que el diseño de este responda a los rasgos más característicos de la obra. De hecho, las peculiaridades de la industria cinematográfica convertirán al cartel del cine en un género específico, ya que contiene características esenciales, que en otros ámbitos quizá no se utilizarían o que son principalmente elementos del cartel cinematográfico. En el cartel cinematográfico el referente no es un objeto o una idea sino otra imagen, lo que debe provocar, transmitir, informar y atraer al público con solo la observación de dicha imagen.

2.2. El cartel cinematográfico y la censura

El cartel es parte de la historia de una de las representaciones artísticas más influyentes en el mundo actual: el cine. Cuando se habla de cine se está hablando de una obra artística que comenzó siendo un medio de novedad fotográfica para convertirse en un negocio de la era digital; es decir, el cine se muestra como la realización en el tiempo de la objetividad fotográfica, según señala el influyente crítico de cine y teórico cinematográfico francés Bazin (1966). Cabe destacar que el cine y por ende los carteles cinematográficos utilizan en términos generales un lenguaje único y expresivo que no es usado de manera habitual en el día a día. Por tal razón, dicho lenguaje no es inocente y nos informa, de manera consciente o inconsciente, sobre muchas cuestiones acerca de la sociedad que produce las películas, las recibe y las asimila, según reseña Gil (2010) en su trabajo en el que reconoce que mucha de esa información en la época del nacimiento del cine eran tabú, censura y motivo de sancionamiento, como el sexo, la política e incluso la mujer dentro de estos personajes o sus representaciones.

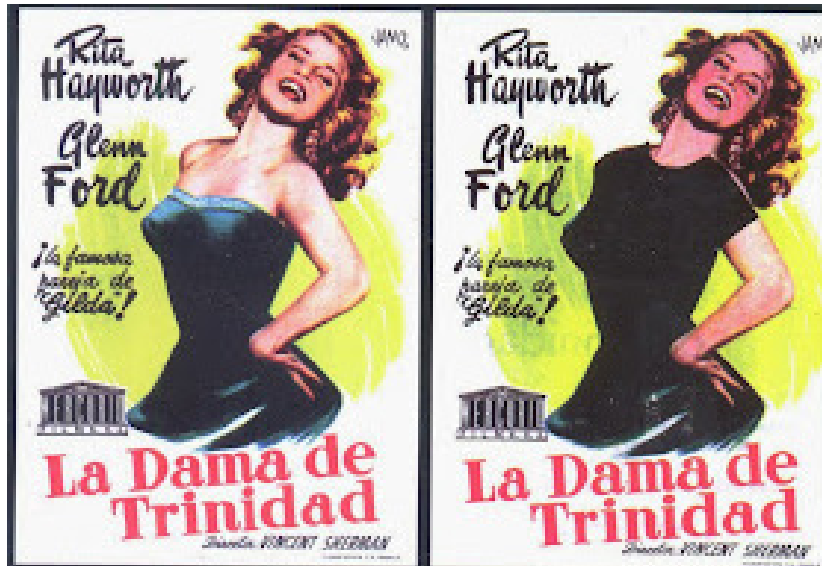
Por esta razón, por ser el medio para transmitir la información de la manera más clara y pura, se buscaba que el cartel no tuviera datos o transmitiera un mensaje equivocado al público, que su representación se ajustara a estar dentro de los límites de censura que se cuidaban en esa época. Y aunque un gran número de carteles fueron ratificados, lo más habitual era que tuvieran que modificar las ilustraciones o el formato de éstos (Nerviñ, s.f.).

El cartel ejercía una enorme influencia, más que cualquier otro medio artístico, por esa razón, se situaba bajo la atenta mirada de la censura. De hecho, en el año 1937 se creó el Gabinete de Censura Cinematográfico, para poner especial atención en toda la publicidad cartelista que saliendo a la luz hiciera peligrar la "modestia" de la época. Los censores ponían especial hincapié en aquellos contenidos de carácter religioso, sexual, político o incluso de género. De hecho, en los años de la posguerra surgieron cartelistas importantes, como Jano o MAC, quienes realizaban diseños sugestivos, los cuales tuvieron que ser cambiados o modificados en algunas ocasiones. Sin embargo, pese a que existieron grandes representantes cartelistas, el cartel, posterior a la guerra civil en España, viviría momentos difíciles y determinantes, a causa de que gran parte de los cartelistas huyen al exilio (Nerviñ, s.f.).

Algunos ejemplos de lo anteriormente expuesto lo podemos observar en el artículo *Los carteles de cine prohibidos por la censura de Franco* que publica el blog Quo (2014); en él podemos comprobar que en muchas ocasiones la censura en el cartel no fue solo por las características en el dibujo, sino también cuestiones como la pose de la artista, la vestimenta, los colores o incluso el texto. Uno de los carteles diseñados por Jano que sufrieron

el filtro de la censura es el que diseñó para la película del mismo nombre *La Dama de Trinidad* (Fig.1) dirigida por Vincent Sherman en 1952. En él los censores quitaron todo lo que tuviese un componente erótico. En el cartel, Rita Hayworth aparece en una posición alegre y desenfadada con un vestido negro escotado, al estilo de Gilda. La censura ordenó a Jano cerrar el vestido de Rita Hayworth para ocultar el escote, indicándole además que debía utilizar un color negro opaco con el objetivo de disimular el volumen de los senos.

Figura 1. Cartel censurado por cuestiones estéticas en 1952.



Fuente: QUO. Diario digital, 2014.

Otro ejemplo de censura lingüística a destacar es el cartel de *Alarma en la Flota* (Fig. 2) dirigida por Duilio Coletti en 1953. En este caso concreto la censura no se centró tanto en cómo aparece la protagonista del cartel sino en la información textual, por esa razón, se eliminó la palabra “Gibraltar” para evitar cualquier alusión al Peñón y a Gran Bretaña, puesto que iba en contra de los principios de exaltación nacional del régimen.

Figura 2. Cartel censurado por cuestiones lingüísticas en 1953.



Fuente: QUO. Diario digital, 2014.

Ejemplos como los mencionados anteriormente dejan claro que el cartel cinematográfico fue uno de los más perseguidos por la censura en comparación con otras expresiones artísticas. Y no respondía solo al deseo de los censores, que actuaban como funcionarios reguladores del régimen, sino que en los carteles veían amenazas reales a su sistema de valores que ponía en peligro su dominio hegemónico. Además de esta manera mantenían el

control y manejaban la información que trasladaban a la sociedad, presentando en muchas ocasiones a la mujer bajo un prisma muy estereotipado.

Uno de los temas dentro de la censura más revisado o supervisado fue el papel que jugaba la mujer en el cartel y lo que sus representantes buscaban transmitir a través de ella. De hecho, con la dictadura franquista la mujer perdió todos sus derechos y era considerada solo para ciertas funciones que nunca la igualaban respecto al hombre; así la mujer en épocas del nacimiento del cartel solo se debía a la autoridad de su marido o en otros casos de su padre, sin embargo, con el paso del tiempo la mujer pasó a ser más autónoma, a tener derechos igualitarios a los hombres e incluso a ejercer derechos en la nación que antes no podían ejercer. Justamente en el cartelismo, la mujer también tuvo un papel representativo que con el paso del tiempo fue evolucionando y cambiando para hacerla protagonista del arte en este oficio.

2.3. La industria cinematográfica en España

La primera proyección pública del cinematógrafo tuvo lugar en Madrid el 14 de mayo de 1896 a cargo de Alexandre Promio, un joven francés de 25 años enviado por los hermanos Lumière. La función, con un coste de una peseta, fue todo un éxito. El cine había llegado para quedarse y convertirse en un negocio rentable. En 1897, se filmó *Riña en un café*, considerada la primera película española, dirigida por Fructuós Gelabert. De aquí a la primera década del siglo XX, el cine toma como base los dramas teatrales nacionales según lo recogido en el blog titulado Historia del cine español (s.f.).

Según se puede leer en el mismo artículo, España en aquel momento vivió su época dorada en el cine, las productoras españolas dedicaron parte de su tiempo y recursos a la realización de películas, exactamente 242 dentro de las que se encontraban 77 documentales. Este periodo de oro permitió a España posicionarse y expandirse a nivel nacional, ya no solo se producía cine en Madrid, sino también ciudades como Valencia y Bilbao empezaron a tomar relevancia y a postularse cinematográficamente hablando, aunque nunca lograron el éxito de Madrid.

Para 1928 España vive un ambiente de inquietud cultural y en especial la capital, así fue como nació el primer cineclub en Madrid, ubicado en la Residencia de Estudiantes. De allí salieron intelectuales y artistas como Federico García Lorca, Luis Buñuel, Salvador Dalí y Severo Ochoa. En este famoso recinto se llegaron a proyectar las vanguardias rusas y francesas. Los años cincuenta comienzan con la apertura de España al resto del mundo, ejemplo de esto fue, en 1953, el nacimiento de la Semana Internacional de Cine, después conocida como el Festival de San Sebastián, uno de los festivales más prestigiosos de España y del mundo (Historia del cine español, s.f.).

Como recoge Collado (2012), desde sus comienzos, el cine español trajo consigo la manera de publicitar sus producciones y atraer al público de la forma más ágil y efectiva posible hacia las salas de cine. Así fue como nació el cartel publicitario y con ello sus principales exponentes, dentro de los que se encuentran Fernández Ardevín (Vinfer), Josep Renau, Josep Soligó Tena, Francisco Fernández Zarza (Jano), sobre el que desarrollaremos el análisis, Macario Gómez Quibus (Mac), José María Cruz Novillo, Iván Zulueta, Javier Mariscal, Carlos Vermut, Clara León e Iñaki Villuenda, quienes mostraron su valor artístico y comunicativo desde sus inicios hasta el tiempo presente.

Estos ilustradores y sus maravillosas obras en muchas ocasiones fueron directamente prohibidas o pasadas por un tamiz riguroso de censura, que les permitiera salir a la luz sin generar controversia o problemas por lo que pretendían transmitir y no era permitido. Sin embargo, con el paso del tiempo y las ayudas necesarias se empezaron a ver cambios notorios abriéndose numerosos talleres de ilustradores y dibujantes que podían empezar a expresarse de manera libre.

2.4. La mujer y el cartel

Es a través del cine que el cartel se ha convertido en un medio de comunicación que difunde y refleja estereotipos sociales sobre las mujeres que enfatizan la idea de que estas están dotadas por la naturaleza de diferentes aptitudes que los varones. Por lo que, siguiendo con esta creencia, lo “natural” es que ellas realicen trabajos y tengan responsabilidades distintas a ellos, es decir, que las mujeres pueden cumplir funciones o actividades no solo que realizan los hombres, sino que pueden hacer cosas diferentes a ellos, como cuidar el hogar y su familia, pero también ser trabajadoras.

En muchas ocasiones, desde sus inicios, la mujer en el cartel ha sido proyectada únicamente como un cuerpo para ser mirado, un objeto, un fetiche. Estas imágenes estereotipadas de la mujer constituyen una crítica hacia un sistema patriarcal en el cine donde se le atribúan funciones según su género, impidiendo un desarrollo personal debido a la repetición de esquemas estáticos y convirtiendo a la mujer en un objeto en lugar de un sujeto, anulando de esta manera la creación de su propia imagen.

Aunque poco a poco esta imagen se ha ido diluyendo y ha dado paso a una categorización en positivo, donde el cartel ha permitido visibilizar la contribución que la figura femenina aporta en todos los ámbitos, consiguiendo de esta manera una equidad con respecto a la figura masculina.

Es por ello por lo que desde mediados de los años setenta y principios de los ochenta, se aprecia una involución en los carteles donde la mujer se empieza a convertir, por fin, en sujeto y comienza a ser protagonista de la información que se desea transmitir. Aunque llegar a esa posición no ha sido un camino de rosas sino de obstáculos y rechazo que hizo que la historia de la mujer en el cartel sea realmente impactante y enriquecedora.

Sin embargo, no todo se puede centrar en las dificultades, estereotipos o tabús que existen entorno a la mujer y el cartel, de hecho, la participación de la mujer en este arte se presenta en todos los roles posibles como podremos observar en el presente trabajo. Ya no solo es aquella que actúa, y aparece empoderada frente a la mujer desconocida, sino también es quien protagoniza y se convierte en el punto central de la historia; son múltiples los carteles que dan cuenta de ello desde ámbitos locales, regionales, nacionales o internacionales, transmitiendo un tipo de información claro y real.

2.5. Representación de la mujer en el cine español

2.5.1. La mujer hogareña (Años 50-70s)

Los años de la dictadura española que comprenden desde 1939 hasta 1975 se caracterizaron por un régimen franquista que mantenía un predominio de miseria, hambre y represión. Fue justo en este periodo donde la mujer era más censurada, ejerciendo sobre ella férreos sistemas de control y sumisión. Siendo es esta época su única y principal función la de ama de casa, el cuidado del hogar y protectora de la familia, quedando fuera de la vida política, social, cultural y laboral. Sin embargo, por otra parte, el franquismo también les dio un papel fundamental, consolidándolas como la base social del Estado. Es decir, le permitió ser una herramienta de progreso y protagonismo bajo la mira de la censura en ámbitos como el cine, el teatro y otras manifestaciones artísticas, como se puede observar en los carteles de Jano que han servido de muestra para este trabajo.

Durante estos primeros años la mujer representaba un eje principal de consumo y hacia ella se dirigían casi la totalidad de los mensajes publicitarios, sin embargo, lo que realmente se buscaba en esta época era crear un modelo de comportamiento, representar una mujer perfecta que encajara con los preceptos de la sociedad que se pretendía crear (Gil, 2012). En esta época existía una moral centrada en el catolicismo, lo que conllevó que la mujer regresara al hogar, ya que muchos de los derechos que se habían logrado antes del franquismo se perdieron con la dictadura. De hecho, la situación de la mujer se plasmó en los carteles de una forma positiva que buscaba que a través de ellas se persuadiera a otras mujeres a “hacer lo bueno”, a ser lo que se esperaba de ellas y que en esa época se debía hacer según el régimen y según lo que querían transmitir a la sociedad. Al final lo que se buscaba era remarcar ese estereotipo de familia perfecta basada en el modelo patriarcal.

Sin embargo, entrados los años sesenta y coincidiendo con la creciente modernización del país, la mujer empezó a desempeñar otros roles de importancia como señala Balaguer (1985) dando lugar a lo que se conoce como la edad dorada de la publicidad. Posteriormente a finales de los sesenta y los setenta el cartel se consolidó como un medio muy adecuado para la transmisión de mensajes, en gran parte debido al papel que empezaba a desempeñar la mujer en la sociedad, ocupando puestos profesionales como maestras, deportistas, institutrices, mecanógrafas..., surgiendo de esta manera el segundo tipo de mujer según Balaguer (1985), el rol dicotómico y profesional.

2.5.2. La mujer moderna y liberada (Años 80s-actual)

Resulta realmente sorprendente la evolución que la mujer ha tenido con el paso del tiempo en la representación de ella misma en el cartel y su papel predominante en este, aunque desde sus inicios la mujer se ha considerado el elemento clave para el éxito de este medio publicitario, es en los tiempos modernos cuando el cartelismo ha tenido que reinventar un tipo de mujer que tiende a ser independiente, moderna y conocidas en la actualidad como empoderadas. Sin embargo, a comienzo de los años ochenta esto distaba mucho de ser la realidad en la vida de las mujeres y todo lo que se veía reflejado en los cartelistas de la época.

La mujer paso de ser la sumisa, bajo el régimen de su esposo o sus padres, a ser una mujer independiente, ejecutiva, elegante, segura y fuerte; y es justamente aquí que los cartelistas empezaron a reflejar esta realidad en sus trabajos, en los dibujos y en los mensajes que pretendían transmitir. En el cartel la apariencia física de la mujer de la época se convirtió en un requisito esencial para su representación, los aspectos domésticos pasaron de ser predominantes a ser ausentes como señala Perales (2013).

Una de las características principales al inicio de los años ochenta, cuando la mujer moderna y liberada empezó a salir a la luz, son los atributos físicos utilizados como una herramienta visual. Aun desde los años treinta hasta la actualidad se ha convertido en una constante que se repite hasta nuestros días. Desde carteles como *La venus rubia*, *La condesa descalza* o *La sirena y el delfín*, el cuerpo de la mujer ha sido uno de los recursos visuales más utilizados en la cartelería cinematográfica. Un diseño que revela un propósito inequívoco: Transmitir un mensaje erótico, como reseña Perales (2013).

Sin embargo, desde finales de los años ochenta hasta la época actual comenzó a desvanecerse el papel de esa mujer como icono sexual y a generarse un cambio de valor, la belleza del cuerpo femenino como recurso recurrente

para captar la atención de público, rol que coincide con el último categorizado por Balaguer (1985) conocido como mujer que aporta valor estético. Aunque en estos momentos se sigue recurriendo a este rol para enviar mensajes sexuales a través del cuerpo de la mujer, donde sus labios, sus senos y sus piernas son representados en el cartel como un elemento estético para realzar y embellecer la composición visual final consiguiendo proyectar un perfil de mujer simbólico de madurez, independencia y de activa integrante de la sociedad de esta época.

2.6. Jano y los carteles

Francisco Fernández-Zarza Pérez, más conocido como Jano, nació en junio de 1922, en España, en la ciudad de Madrid, donde murió en mayo de 1992. Fue conocido como el más polivalente cartelista cinematográfico español. Francisco Fernández, conocido como JANO tomó dicho seudónimo del nombre del personaje central (un pintor de vida bohemia) de un serial para el cómic que el mismo dibujó durante los años 40, aunque parece también muy evidente la referencia a Janus/Ianus, el dios bifronte de la mitología romana, según Collado (2012) quién en su trabajo realizó un recorrido por la vida y obra de diferentes cartelistas, entre ellos Jano.

En el amplio reportaje biográfico que Sánchez (s.f.) realizó para *La incineradora*, revista de opinión cinematográfica digital, se puede destacar que su carrera como ilustrador comenzó a temprana edad, cuando a los 14 años ya ilustraba portadas de comics, como *Superman* o *El príncipe Valiente* para las ediciones españolas de la Editorial Dólar. Muchas de sus obras fueron realizadas en su estudio de la calle Bordadores de Madrid, allí realizó más de 5000 carteles, aunque, años después, en una revista admitió que solo se sentía satisfecho de algunos de ellos. Su talento y formación fue más empírica, autodidacta, siguiendo a los grandes ilustradores de la época.

Fue uno de los mejores retratistas de la *star-system* español y norteamericano, y, en ocasiones, tuvo problemas con la censura franquista. En especial con el cartel de *Surcos* (1951) (Fig. 3) de José Antonio Nieves Conde, que, curiosamente, —y esto según declaraciones del propio Jano— acabó en poder del mismo personaje que actuaba como censor y que había ordenado su secuestro.

Jano también se caracterizó por ser uno de los cartelistas con problemas; y no fue solo con la censura franquista sino también con la censura erótica, ya que este no solo controlaba las posibles licencias eróticas, también hacia retocar sus rostros, cuerpos o ropa demasiado sugerente (Sánchez, s.f.). De hecho, antes de ser impresos muchos de sus carteles, debían pasar por la Delegación Provincial del Ministerio de Información y Turismo. Una de las grandes obras y más polémicas de Jano fue el cartel de *El Gran Juego* (Fig. 3) que se creía pasaría todos los estándares de censura, sin embargo, no fue así, fue censurado y no publicado en la época que se había planeado, sin embargo, se estrenó tiempo después y con otros distribuidores.

Figura 3. *Surcos* cartel secuestrado y prohibido. *El gran juego* censurado y modificado.



Fuente: Arte e iconografía. 2015. / Pinterest (s.f.).

Este artista poseía una gran capacidad para el retrato y la eficiencia de sus carteles era lo que buscaban aquellos que lo contrataba. Esto le aseguró un estatus, trabajo y lo convirtió en la encarnación gráfica del cine que se había visto en España entre los años 40 y los 70. Y aunque desarrolló mayoritariamente su carrera en el cine, Jano también hizo carteles de teatro, circo, portadas de libros, y comics. Una muestra de su genialidad como caricaturista se puede comprobar en las que le encargó el productor de cine y amigo, Enrique Cerezo Pérez, quién posteriormente al fallecimiento del artista recogió y publicó en *Las estrellas del cine español vistas por JANO* no como homenaje póstumo sino como en palabras del productor “es una forma de agradecer a Jano todo

lo que ha hecho en este maravilloso mundo del cine. No es un homenaje a Jano, que creo se lo merecía, sino un agradecimiento permanente”, (Cerezo, 2005, p. 7). Además de él dijo que “cada vez que venía con dos o tres dibujos no tenía que decirnos a quién había plasmado en el papel. Eran tan buenos y tan reales, que el adivinar el nombre de los actores o actrices era facilísimo” (Cerezo, 2005, p. 7).

En el cartel español las primeras barreras de la censura en caer fueron las sexuales, lo que produjo una verdadera fiebre de películas en las que todo estaba pensado en función de la exhibición de desnudos más o menos moderados. Dos carteles de Jano de 1977 ofrecían reflejos de ese ambiente: *Del amor y de la muerte* (Fig. 4) del director Antonio Giménez Rico y *Deseo carnal* (Fig. 4) de Manuel Iglesias, composición, igualmente mórbida, sobre un fondo menos idílico que el anterior, pero más apasionado en su trazo desigual, casi expresionista.

Figura 4. Primeros carteles del “destape” a comienzos de la democracia.



Fuente: Benito Medela, (s.f.).

Su vida finaliza, como hemos comentado anteriormente, en mayo de 1992, exactamente el día 12 y muere sin haber obtenido el reconocimiento y admiración como artista y creador de obras maravillosas. No fue sino tiempo después de su muerte que muchas de sus obras fueron consideradas decisivas en el papel que el cine ha tenido en la historia, no solo en España sino a nivel mundial.

2.7. Jano y la mujer en la industria del cine

Jano tenía una particularidad al representar el papel de la mujer en los carteles que realizaba: destacaba la esencia de lo que veía, él se sentía complacido con poder expresar la verdad desde el interior hacia el exterior del cartel que pretendía publicitar y que tenía como protagonista a una mujer; por esa razón mucho de su trabajo fue censurado, o tuvo que ser modificado porque sobrepasada la línea de lo que era “correcto” para quienes estaban en evidente contradicción a lo que él realizaba.

Jano lograba captar el espíritu de cada película, la esencia de esta estaba plasmada en cada uno de sus trazos, lo que contribuyó a acercar el cine al público e incluso en demasía, de hecho, en una ocasión a finales de los años ochenta se le acercó Terenci Moix y agarrándole de las manos le dedicó uno de los elogios mejores que podría recibir, “no sabes la cantidad de malas películas que me he tragado por culpa de tus carteles” (Casco, 2017).

La representación de la mujer, muchas de ellas cargadas de sugestión y erotismo para la época, son dignas a destacar, ya que se convirtieron en iconos y representantes de su obra a nivel mundial. Algunas de esas obras representativas y cargadas de controversia que catapultaron su talento y su relación con la mujer en la cartografía cinematográfica estuvieron cargadas de una ingenua tolerancia en los temas sexuales, ya que lo liberal y lo moderno se manifestaba en forma de despampanantes mujeres en bikini. Jano representó las obras de la época que buscaban caracterizar los cambios en el ámbito de lo moral, de la familia, de la juventud, el matrimonio y especialmente fueron carteles cargados de abundante referencias sexuales y chistes picantes que se agudizaba en la década de los setenta con el llamado fenómeno del “destape” (Collado, 2004).

En sus obras Francisco Fernández-Zarza Pérez sabía que la figura de la mujer, como elemento comunicador y persuasivo dentro de los carteles era uno de los puntos clave para lograr que el público se viera atraído por la película que intentaba transmitir y así poder lograr los objetivos de los productores que le encargaban los trabajos.

Su extensa producción y su fino trazo le permitió lograr la admiración tanto del público que acudía a ver la película, como de directores, actores, productores y demás profesionales del mundo del cine, lo que logro que

Jano se hiciera acreedor de una fama y admiración en todo el mundo, porque no solo logró éxito en España sino incluso también en países latinoamericanos como México (Sánchez, s.f.).

Por su estilo ágil y efectista, fundamentado en el dibujo, Jano era capaz de acertar con el sentido y deseo de la productora o sus clientes aun sin tener una imagen o un boceto facilitado por ellos, como comentó su hijo Víctor Zarza que reconocía que solo con conocer la trama de la película o incluso sus protagonistas él lograba plasmar la esencia de esta y llevarlo a niveles que sorprendían a quienes los veían (Casco, 2017).

Sus obras, aunque con el tiempo pasaron a ser grandes y especialmente admiradas, en ocasiones provocaron controversia ante la sociedad. Jano representó la mujer en diferentes facetas representativas de ella en el mundo del cartel cinematográfico: como mujer española que es una decente ama de casa dedicada a su marido y a sus hijos, guardiana de los valores morales de la familia; la mujer trabajadora, actrices que como mujeres se incorporan al mundo laboral; mujeres supeditadas al hombre apareciendo en segundos planos; también representó a la mujer que aporta valor estético y por último la mujer marcada como símbolo sexual y sugestivo, donde su cuerpo era visto como un instrumento u objeto erótico.

Para Jano, refinado ilustrador, ninguna técnica o estilo tuvieron secreto, nada fue superior para él a la hora de representar lo que se buscaba y menos cuando encontró en la mujer la conjunción perfecta. Muchos de sus trabajos pertenecen al denominado “realismo social”, donde buscaba mostrar a través de sus carteles la realidad de lo que la sociedad vivía pero que quizá deseaba ocultar. De hecho, en la gran época del “destape” se vivía un tiempo de cambio social y propaganda política, Jano pone al servicio de los encargos una gran versatilidad que da como resultado la creación de unos carteles diferentes a la mayoría (Collado, 2012).

En definitiva, aunque su trabajo era admirado y solicitado de forma que le permitieron expresar su talento de una manera relativamente libre, hubo una época en la que algunos de sus coetáneos tuvieron que huir al exilio para poder preservar su vida y desarrollar su obra. Jano supo ganarse el respeto de la profesión, aunque no tuvo el reconocimiento que su obra se merece.

3. Objetivos y metodología de análisis

En base a todo lo anteriormente expuesto, el objetivo de este trabajo es comprobar si los carteles de Jano, además de servir como reclamo para anunciar las películas y llenar las salas de cine, eran también capaces de reflejar la realidad social que se estaba produciendo en España durante la época de la dictadura y la llegada de la democracia. Para ello hemos considerado conveniente el establecimiento de los siguientes objetivos secundarios:

- Cuantificar la aparición de la figura masculina y femenina dentro de los carteles de Jano.
- Analizar los roles o tipos de mujer que aparecen.
- Conocer la ubicación más utilizada por el autor para mostrar la figura femenina en la composición de sus carteles.
- Descubrir si existen diferencias en estos aspectos en función de la década en que fuera expuesto el cartel.

Conseguir los objetivos anteriormente establecidos nos permitirá comprobar si existe una relación directa entre cada rol de mujer y la ubicación utilizada para actuar como medio visibilizador de géneros, así nos permitirá llegar a determinar si existen diferencias en las distintas décadas en las que se desarrolló su trabajo, por ello tanto los roles femeninos como su ubicación en la composición constituyen el objeto de estudio de la presente investigación.

Para ello, se utiliza una metodología basada en el método de análisis de contenido según las directrices de Wimmer y Dominick (1996). Partimos de la idea de que dicho método es el más idóneo para el objeto de estudio que nos ocupa ya que según define Kerlinger (1986) “el análisis de contenido es un método de estudio y análisis de comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa, con la finalidad de medir determinadas variables” (Wimmer y Dominick, 1996, p. 170).

El universo de estudio está compuesto por 337 carteles cinematográficos que Jano diseñó a lo largo de su carrera profesional. Conviene destacar que no hemos realizado un análisis completo de toda su obra, puesto que su producción abarca cerca de dos mil quinientos carteles, de los que solo se conservan entre mil y mil trescientos, de los cuales muchos pertenecen a colecciones privadas. A pesar de ello la muestra se compone de 337 unidades de análisis recopiladas a través de una búsqueda intensiva en diferentes fuentes y otros suministrados por sus descendientes directos.

El diseño de la retícula de análisis consta de cuatro bloques de estudio: temporalidad, género, tipos de roles femeninos y ubicación espacial de la figura femenina. El primer bloque, relativo a la temporalidad, se ha subdividido en cuatro categorías que coinciden con cuatro décadas: Años 40 (1940/49) $n = 18$; Años 50 (1950/59) $n = 209$; Años 60 (1960/69) $n = 96$ y Años 70 (1970/79) $n = 14$. Hemos escogido esta división por décadas puesto que corresponde a la etapa más productiva del artista, y, aunque el autor tiene carteles anteriores al año 1940, estos principalmente son comerciales. Tampoco hemos ampliado a la década de los ochenta porque la producción al final de su carrera descendió considerablemente. El segundo bloque de estudio corresponde al de género, en el cual se ha optado por categorizar por género para comprobar si realmente los carteles reflejaban el protagonismo masculino como corresponde a una sociedad patriarcal. El tercer bloque de estudio lo forman las categorías

correspondientes a los cinco tipos de roles según la clasificación establecida por Balaguer (1985). Podemos decir que muchos han sido los autores que han establecido diferentes clasificaciones de roles femeninos (Del Moral, 2000; Gallego, 1990; Kagelmann y Wenninger, 1986; Peña-Marín y Fabretti, 1990), aunque la mayoría de ellos se han basado en la categorización de Balaguer (1985) para formular las suyas propias. También nosotros en este trabajo nos hemos basado en su clasificación de estilos de mujer a los que con frecuencia recurre el mundo publicitario y que son los siguientes: mujer ama de casa al frente del hogar; mujer dicotómica que comienza a ocupar un cargo laboral y profesional; mujer objeto de deseo; mujer subordinada al hombre y mujer que aporta valor estético. Y puesto que el cartel cinematográfico mantiene su función de ser un medio persuasivo y es una variante del cartel publicitario recurre con frecuencia a figura de la mujer para reflejar la realidad social (Collado, 2012) y por ello hemos considerado oportuno realizar el análisis de los carteles de Jano en función de los tipos de mujer que propuso Balaguer.

En el último bloque hemos pretendido estudiar la ubicación espacial de la figura femenina dentro de la composición de los carteles de Jano, con la intención de averiguar si colocar la figura en un lugar u otro tiene alguna intencionalidad o significado concreto. Por lo tanto, para analizar la importancia que Jano concede a la mujer en sus carteles, hemos creído conveniente analizar su composición basándonos en lo establecido por Villafañe (2006) que considera que “la composición es el procedimiento que hace posible que una serie de elementos inertes cobren actividad y dinamismo al relacionarse unos con otros” (p. 177). Además, afirma que el orden visual de los elementos es un factor importante a la hora de determinar el peso e importancia de los elementos compositivos, siendo la “simplicidad y la economía de medios”, características fundamentales hacia las que debería orientarse toda composición (Villafañe, 2006, p. 177). Añadiendo que la simplicidad debería entenderse como sinónimo de estructura. Por lo tanto, analizar la composición significa observar el orden y ubicación que el autor ha otorgado a los elementos que aparecen en dicho cartel buscando el equilibrio compositivo.

Desarrollando esta idea en la búsqueda del equilibrio o “equilibrio dinámico”, el autor considera dos cosas, la primera que “el equilibrio dinámico se apoya en la jerarquización del espacio plástico; la diversidad de elementos y relaciones plásticas y el contraste” (Villafañe, 2006, p. 182). Por otra parte, el autor sostiene que “el peso visual de los elementos plásticos y las direcciones de la imagen, parecen ser los dos factores generales de los que depende el equilibrio de una composición o, al menos aquellos que son formalizables” (Villafañe, 2006, p. 187). Entendiendo que:

La jerarquización del espacio plástico es -característica fundamental de las composiciones con equilibrio dinámico- es producto del peso de cada elemento, pero para que exista tal jerarquización es preciso que todos los elementos se interrelacionen, sólo así es posible establecer esas diferencias en cuanto al peso visual de cada uno (Villafañe, 2006, p. 189).

Por tanto, para llegar a determinar el peso visual o importancia de la figura femenina en los carteles de Jano debemos observar la ubicación de la figura dentro del cartel. Entendiendo que para el autor “la ubicación como se ha visto al analizar la jerarquización que existe entre las distintas zonas de la superficie del cuadro, esta variable puede incrementar o disminuir el peso visual específico de cualquier elemento” (Villafañe, 2006, p. 188). Con la idea de determinar el peso y la ubicación de los elementos el autor explicó la “Ley de los tres tercios” en un blog dedicado a la ilustración: sobre la composición visual, como “Principio de heterogeneidad del espacio plástico” dicho principio considera que el “espacio visual es anisótropo, en función de dónde se coloque un elemento, su valor de actividad plástica varía. Como un campo de fuerzas físicas” (Villafañe, s.f.).

Por consiguiente, establece varias zonas de ubicación posible de los elementos, que nosotros incluiremos como categorías dentro de nuestra ficha de análisis. Estas zonas de ubicación son: tercio superior, tercio central y tercio inferior. Según esta distribución ubicar la figura femenina en el “tercio superior” significaría según la *Ley de los tres tercios*, que “se produce un incremento del peso visual y la inestabilidad y riesgo para el equilibrio compositivo”; ubicar la figura femenina en el “tercio central” significa que “la estabilidad inestabilidad de un elemento depende de los demás elementos y factores compositivos” y finalmente ubicar la figura en el “tercio inferior” significa que “se produce estabilidad y el peso visual no tiene ganancia”. Lo que podría interpretarse como qué ubicar la figura femenina en el centro permite interrelacionarse con el resto de elementos para conseguir estabilidad, equilibrio y peso compositivo. Situar la figura en la parte superior provoca ganar peso e importancia visual pero perder equilibrio puesto que se saca el elemento de una zona de confort y por último ubicar la figura femenina en el tercio inferior del cartel significaría que el peso visual queda estable y no gana en estabilidad ni equilibrio (Villafañe, s.f.).

Figura 5. Retícula de análisis del estudio.

| Unidad de análisis 337 Carteles Jano | TEMPORALIDAD: DÉCADAS | | | | GÉNERO | | TIPOS DE ROLES FEMENINOS - M.ª LUISA BALAGUER | | | | | UBICACIÓN ESPACIAL J. VILLAFANE LEY 3 TERCIOS | | |
|---|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------|---------------|---|------------------------------------|-----------------|-----------------------------------|---------------------------------------|---|-------------------|--------------------|
| | AÑOS 40 (1940/49) | AÑOS 50 (1950/59) | AÑOS 60 (1960/69) | AÑOS 70 (1970/79) | NE HOMBRES | NE MUJERES | MUJER AMA DE CASA | MUJER DICOTÓMICA PROFESIONAL | MUJER OBJETO | MUJER SUBORDINADA AL HOMBRE | MUJER QUE APORTA VALOR ESTETICO | TERCIO SUPERIOR | TERCIO CENTRAL | TERCIO INFERIOR |
| | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Una vez determinadas las categorías que componen la ficha de análisis se procedió a la aplicación y codificación de los datos tomando como referencia la existencia, ausencia o coexistencia de dichas categorías en las unidades de análisis, puesto que la mayoría de las categorías no son excluyentes.

4. Resultados

A continuación, se detallan los resultados extraídos de acuerdo con los cuatro objetivos planteados, teniendo en cuenta que los resultados del cuarto de ellos: comprobar las diferencias en función de la década del cartel se mostrará en relación con los tres primeros.

El primero de los objetivos secundarios era cuantificar la aparición de la figura masculina y femenina dentro de los carteles de Jano, los datos analizados muestran como la figura del hombre aparece en el 91 % de los carteles, mientras que la figura de la mujer aparece en el 84 % (Tabla 1). En total en los 337 carteles analizados aparecen 1.107 hombres frente solo a 510 mujeres.

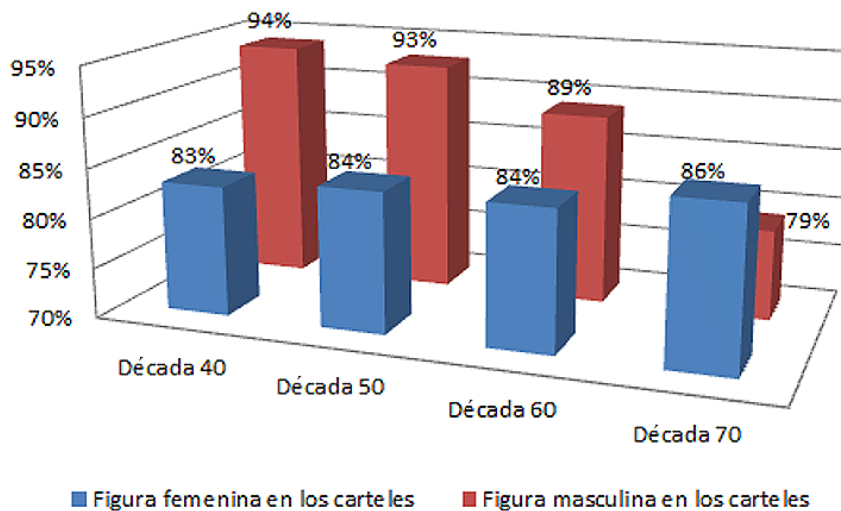
Tabla 1. Datos de representación de las figuras masculina y femenina en los carteles de Jano.

| | Figura en los carteles | No figura en los carteles |
|--|------------------------|---------------------------|
| Figura masculina | 91 % | 9 % |
| Figura femenina | 84 % | 16 % |
| Total de figuras de hombres que aparecen en los carteles | | 1.107 veces |
| Total de figuras de mujeres que aparecen en los carteles | | 510 veces |

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Si analizamos estos datos en función de la década en la que se originó y/o generó el cartel se puede observar (Gráfico 1) como la figura femenina fue ganando protagonismo en los carteles con el paso de los años a la vez que la perdía la figura masculina. En la década de los años 40 el hombre aparecía en el 94 % de los carteles de Jano mientras que la mujer solamente en el 83 %. Por el contrario, en la década de los años 70 la figura del hombre se mostraba en el 79 % de los carteles y las mujeres en el 86 %.

Gráfico 1. Porcentaje de representación de las figuras masculina y femenina en los carteles de Jano por décadas.



Fuente: Elaboración propia, 2022.

El segundo de los objetivos secundarios se centraba en analizar los roles que tenía la mujer dentro de estas composiciones. Los resultados muestran como principalmente la mujer aparece en los carteles de Jano con el rol mujer que aporta valor estético (67 %) seguido del rol mujer objeto (51 %) y como rol mujer subordinada al hombre (47 %). Destaca en general lo poco que aparecen los roles de mujer dicotómica (27 %) o el rol mujer como ama de casa (22 %) a pesar de ser un rol vinculado al sexo femenino (Tabla 2).

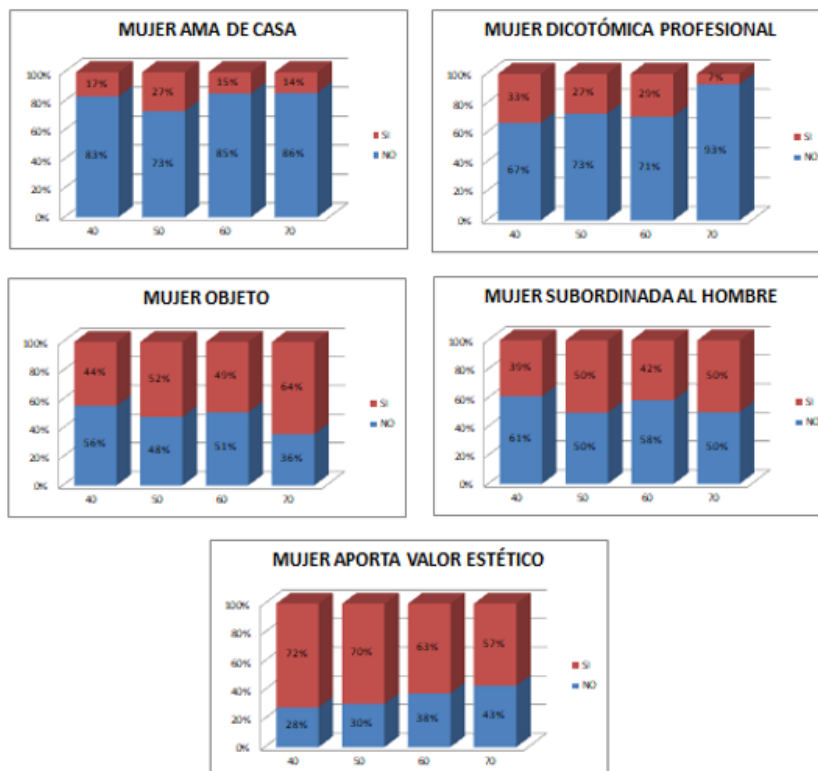
Tabla 2. Porcentajes en términos generales de los tipos de roles femeninos según Balaguer:

| | Figura en los carteles | No figura en los carteles | Total |
|---------------------------------|------------------------|---------------------------|-------|
| Mujer Ama de casa | 22 % | 78 % | 100 % |
| Mujer dicotómica | 27 % | 73 % | 100 % |
| Mujer objeto | 51 % | 49 % | 100 % |
| Mujer subordinada al hombre | 47 % | 53 % | 100 % |
| Mujer que aporta valor estético | 67 % | 33 % | 100 % |

Fuente: Elaboración propia, 2022.

El análisis de los roles de la mujer en función de la década en que se originara o exhibiera el cartel (Gráfico 2) muestran como la aparición de la mujer como ama de casa siempre ha tenido una presencia similar en los carteles de Jano y solamente aumentó ligeramente en la década de los años 50, pero nunca superando el 30 % de su aparición en los carteles. Por su parte, el rol de mujer dicotómica profesional ha ido perdiendo protagonismo con el paso de las décadas, mientras en los años 40 aparecía en el 33 % de los carteles, en los 70 estas apariciones se redujeron al 7 %. Respecto al rol de mujer como objeto, los datos muestran como su presencia fue similar durante los años 40, 50 y 60, pero aumentó un 15 % en la década de los años 70, apareciendo la mujer en este rol en el 64 % de los carteles analizados. Algo opuesto a lo que ocurre con el rol de mujer que aporta valor estético cuya presencia en los carteles de Jano disminuyó con el paso de las décadas. Para finalizar el rol de mujer subordinada al hombre no ha presentado grandes variaciones a lo largo de las décadas y siempre suele aparecer entre el 40 % y el 50 % de los carteles de Jano.

Gráfico 2. Porcentajes de los tipos de roles femeninos según Balaguer por décadas.



Fuente: Elaboración propia, 2022.

Por último, el tercero de los objetivos secundarios buscaba conocer la ubicación más utilizada por el autor para mostrar a la mujer en la composición de sus carteles en función de la “Ley de los tres tercios”. Los resultados del análisis de contenido muestran cómo, en general, la figura femenina aparece principalmente en el tercio central (68 %) seguida del tercio superior (66 %) (Tabla 3).

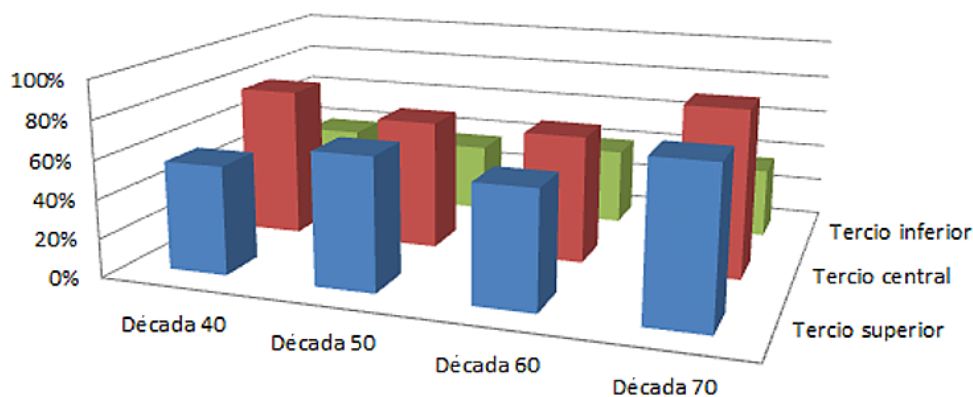
Tabla 3. Porcentajes en términos generales de las ubicaciones según la Ley de los tres tercios.

| | NO | SI | Total |
|-----------------|------|------|-------|
| TERCIO SUPERIOR | 34 % | 66 % | 100 % |
| TERCIO CENTRAL | 32 % | 68 % | 100 % |
| TERCIO INFERIOR | 63 % | 37 % | 100 % |

Fuente: Elaboración propia, 2022.

El análisis por décadas (Gráfico 3) muestra como progresivamente la mujer ha ido apareciendo en un porcentaje mayor de los casos en el tercio superior y en el tercio central, mientras que su aparición en el tercio inferior de los carteles se ha mantenido casi estable durante las cuatro décadas analizadas.

Gráfico 3. Porcentajes de las ubicaciones según la Ley de los tres cuartos por décadas.



| | Década 40 | Década 50 | Década 60 | Década 70 |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| ■ Tercio superior | 56% | 68% | 60% | 79% |
| ■ Tercio central | 78% | 67% | 66% | 86% |
| ■ Tercio inferior | 39% | 36% | 40% | 36% |

Fuente: Elaboración propia, 2022.

5. Conclusiones

Este estudio pone de manifiesto que el análisis realizado sobre los carteles de Jano en función de los objetivos que al inicio habíamos planteado y en relación con los datos obtenidos podemos determinar que efectivamente como estableció en su tesis (Collado, 2012), los carteles cinematográficos además de mantener su función como medio persuasivo, recurren con frecuencia a la figura femenina para reflejar la realidad social. De ahí que la mujer en este período estuviera bajo la atenta mirada de los censores puesto que de ellas se esperaba que realizaran lo “bueno” y no solo eso, sino que además entre ellas se viera con buenos ojos comportamientos acordes y afines con la norma o moral católica en la que se apoyaba el régimen. Lo que en definitiva señaló (Gil, 2012), se buscaba crear y difundir un modelo de comportamiento de mujer perfecta que encajase con los preceptos de una sociedad masculina. Por esta razón los censores ejercieron sobre ellas un férreo control y sumisión, cuestión que quedó patente en los muchos carteles que tuvieron que ser modificados puesto que no cumplían la norma o aquellos que ni siquiera tuvieron la oportunidad de ver la luz, y que existen.

En cuanto a los objetivos secundarios debemos señalar que se aprecia una mayor presencialidad masculina en comparación con la femenina, lo que nos lleva a pensar que los carteles servían no solo como reclamo para dar a conocer la película y llenar las salas, sino también para reflejar un predominio masculino dentro una sociedad patriarcal dominada por hombres. Como hemos venido evidenciando a lo largo del estudio era una sociedad organizada por hombres y para hombres, que ejercían un poder supremo en todos los sentidos ya fuera a nivel

social, moral, político, económico e institucional. Ellos se construyeron un mundo a su medida con una serie de valores y criterios en el que la mujer, como figura, sí existía pero a quien dotaban de una funcionalidad manipulable y controlable.

Otro de los objetivos secundarios que nos planteamos fue analizar los roles femeninos o tipos de mujer presentes en los carteles de Jano y conforme a los datos aportados por la investigación también estamos en circunstancias de confirmar que sí aparecen reflejados los cinco tipos de mujer definidos por Balaguer, (1985). El rol de mujer ama de casa aparece en un 22% de los resultados. La mujer que representa este rol responde a una belleza clásica, es decir, no es una mujer que llame la atención especialmente por su físico, por la vestimenta con la que se presenta ante el público, o por las posturas que adopta, sino por la función de madre, amante de su hijos y protectora del hogar y la familia. En el rol ama de casa las mujeres responden a un perfil de mujer madura, en diferentes ciclos de vida y cuya importancia recae sobre el cuidado que ejercen sobre los miembros de la familia o sobre el hogar mismo. Un modelo de mujer muy acorde y en consonancia con los valores establecidos en una sociedad patriarcal en el que el cuidado de la familia era una función menor y por tanto realizada por la mujer. En conclusión este rol de mujer ama de casa sin duda fue el que menos problemas planteó al régimen pues era el que iba más en consonancia con aquello que defendía. En cuanto al rol de mujer dicotómica profesional, aparece con un 27 % del total. Debemos señalar por otra parte que el régimen franquista aunque no permitió que las mujeres accedieran con libertad al mundo laboral, sí permitió que un determinado tipo de mujer, es decir, aquellas dedicadas al mundo del cine, el teatro y en general al mundo del espectáculo pudieran desarrollarse profesionalmente en él. Lo que da lugar en los carteles de Jano al segundo rol de mujer dicotómica, presentando una figura de mujer muy diferente a la anterior, resolutiva y empoderada. En la mayoría de los casos aparecen representadas con rasgos muy trabajados, con figuras esbelta, estilizadas y con un vestuario refinado, bello y rico en detalles y adornos. Cabe señalar que en 50 carteles de los 337 analizados este rol de mujer aparece en solitario, son mujeres conocidas, admiradas y respetadas por sus trabajos en el mundo artístico. Y que en ningún caso muestran sumisión respecto al hombre, como ocurría en el rol anterior de mujer ama de casa.

Destaca el porcentaje elevado del rol de mujer objeto de deseo que aparece representada en un 51 % de los carteles de Jano. Es un perfil de mujer más joven, en poses más sensuales e insinuantes y cuyos rasgos bien definidos y sugerentes atrapan la atención de aquellos que observan los carteles. Destacando por su físico y por un vestuario que es el complemento perfecto para realzar y embellecer su figura. Muy en consonancia con los estereotipos de mujer que en los años de la dictadura estuvieron en el ojo de los censores y que después fueron protagonistas indiscutibles en los inicios de la democracia, en lo que se conoce como la época del destape.

En cuanto al rol de mujer subordinada al hombre apareció en el 47 % de los carteles. Este rol llama poderosamente la atención puesto que aparece en coexistencia o ausencia con otros roles, lo que significa que tiene mucha conexión con el rol de mujer ama de casa y también actúa de como complemento del rol mujer que aporta valor estético, pero en ausencia total con los roles de mujer dicotómica profesional o mujer objeto de deseo. En cualquier caso, sobre este rol podemos concluir que Jano siempre tuvo un especial trato y cuidado de pluma respecto a la representación de la figura femenina. Incluso aunque en muchos de sus carteles no aparezca, en los que sí lo hace siempre le dedica un trazo amable, bello y respetuoso. Mostrando generalmente una versión positiva y agradable de la mujer, lo que puede interpretarse como una llamada de atención o una forma de rebelarse con el objetivo de visibilizar su papel dentro de una sociedad que trataba de relegarle a un segundo plano.

Por último, podemos destacar que existe un predominio del rol mujer que aporta un valor estético con un 67 % sobre los demás, puesto que Jano siempre representó a la mujer embellecida y empodera, principalmente aquellas que además empezaban a tener un rol profesional, es decir, aquellas que no solo podían en un momento determinado cumplir el rol de amas de casa, o cualquier otro tipo de rol, sino también el rol de mujeres que se iniciaban o se dedicaban al mundo profesional. Dichas mujeres aparecen con rasgos muy bien definidos, con una vestimenta muy rica en detalles y cumpliendo los cánones de belleza establecidos y aceptados en aquella época. De ahí que las representaciones femeninas de este rol aparezcan siempre embellecidas y empoderadas.

Por décadas el rol de mujer ama de casa aparece en porcentajes muy elevados en todas ellas, lo que nos permite pensar que era un valor reconocido por la dictadura del momento. En cuanto al rol de mujer dicotómica o profesional en los años 40, 50 y 60 rondaba el 70 % mientras que en los años 70 y con la llegada de la democracia asciende al 90%. Lo que nos lleva a pensar que un cambio de régimen político también permitió un cambio de mentalidad y de orden social, económico y moral. En cuanto al rol de mujer objeto en todas las décadas estaba cercano al 50 % y sorprende que en la década de los años 70 se redujera hasta el 36 %, podemos pensar que es debido al menor número de carteles analizados en estos años. El rol de mujer subordinada también aparece en porcentajes totales cercanos al 70 % durante todas las décadas. Y por último el rol de mujer que aporta valor estético aparece en claro ascenso desde los años 40 con un 28 % hasta finalizar los años 70 con un porcentaje del 43 % lo que permite interpretar que es un rol presente como complemento o en coexistencia presencial con otros roles.

Y por último en relación con el objetivo planteado al inicio del estudio, aquel que se refiere a la ubicación espacial de la mujer dentro del cartel podemos decir que Jano, continuando con la intención de poner a la mujer en el lugar

que le corresponde, la situaba en los tercios tanto superior como central en la mayoría de las composiciones, lo que confirman los datos del 66 % y el 68 %, respectivamente frente al 37 % del tercio inferior. Lo que puede interpretarse según la *Ley de los tres tercios* es que Jano al ubicar la figura femenina en los tercios centrales y superiores lo que pretendía era aumentar el peso visual de sus composiciones con la intención de captar de manera más rápida y efectiva la atención del público. Culturalmente somos una sociedad que focalizamos la atención en la parte central de un cartel cinematográfico o anuncios comercial para posteriormente leer el documento de izquierdas a derechas y de arriba hacia abajo. Lo que confirma que ubicar la figura femenina en dichos lugares, incluso asumiendo el riesgo de perder en equilibrio compositivo, denota que Jano tenía una especial implicación con la causa femenina en un momento complicado de censura donde al no poder mostrar a la mujer como le hubiera gustado optó por otorgarle el mejor lugar del cartel o el lugar privilegiado.

Por todo lo anteriormente señalado y apoyándonos en los datos del estudio, podemos confirmar que los carteles cinematográficos además de actuar como reclamo para dar a conocer las películas actúan también como fiel reflejo de los valores sociales predominantes en las diferentes épocas que hemos analizado. Actuando no solo como medios de comunicación sino también como instrumentos para visibilizar causas, cambiar comportamientos y modificar estilos de vida.

Para concluir añadir que en futuras líneas de investigación sería interesante ampliar el abanico con roles o tipos de mujer más actuales y también sería interesante analizar la intencionalidad o no de la ubicación derecha e izquierda en la superficie de los carteles utilizando como referente lo establecido por Anheim. E incluso sería interesante plantearnos la aplicación de técnicas de medición de distancias interpersonales como es la proxémica.

Referencias

- Arte e iconografía. (2015). [Blog cultural]. <https://www.arteiconografia.com/2015/05/surcos.html>
- Balaguer, M. L. (1985). *La mujer y los medios de comunicación: el caso de la publicidad en televisión*. Arguval.
- Bazin, A. (1966). ¿Qué es el Cine? Rialp.
- Casco, C. (2017). Jano: Historia del cine español en sus carteles. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/cultura/cine/2017/12/14/5a32f8b8468aeb2a7c8b45db.html>
- Cerezo, E. (2005). *Las estrellas del cine español vistas por Jano*. El Gran Caid.
- Cinema 23. (s.f.). Historia del cine español. <https://cinema23.com:443/blog/trayecto23/historia-del-cine-espanol/>
- Collado, R. (2004). Los carteles de Jano. <https://gestion.soportegtc.com/files/Py4645/art%20-%20rocio%20-%20los%20carteles%20de%20jano.pdf>
- Collado, R. (2012). *El cartel de cine en la transición española. Realidad y cambio social*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/16333/1/T33828.pdf>
- Collado, R. (2015). Marketing y publicidad cinematográfica: El cartel de cine español. *aDResearch: Revista Internacional de Investigación en Comunicación*, (11), 58-77. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4977293>
- Del Moral, M. E. (2000). Los nuevos modelos de mujer y hombre a través de la publicidad. *Comunicar*, 14, 208-217.
- Gallego, J. (1990). *Mujeres de papel. De Hola a Vogue: La prensa femenina en la actualidad*. Icaria.
- Gil, F. (2010). *Construyendo a la mujer ideal: Mujer y censura cinematográfica durante el franquismo (1939-1963)*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/10214/1/T31303.pdf>
- Gil, F. (2012). Una mirada a la mujer en el cine del franquismo. *Ámbitos*, 21, 399-400. <https://www.redalyc.org/pdf/168/16823120028.pdf>
- Kagelmann, H.J. y Wenninger G. (1986). *Psicología de los medios de comunicación*. Herder.
- Kerlinger, F. N. (1986). *Foundations of behavioral research* (3ª ed.). Holt, Rinehart y Winston.
- Medela, B. (s.f.). Catálogo Internacional Movie Poster. <https://www.benitomovieposter.com/catalog/>
- Nervión, J. J. (s. f.). La censura franquista sobre el cartel cinematográfico. file:///C:/Users/azuce/Downloads/La_censura_franquista_sobre_el_cartel_ci.pdf
- Núñez, T. (2008). La mujer dibujada: el sexismo en películas y series de animación. En *Los medios de comunicación con mirada de género* (pp. 139-161). Instituto Andaluz de la Mujer. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/28010/lamujerdibujada.pdf?>
- Peña Marín, C. y Fabretti, C. (1990). *La mujer en la publicidad*. Ministerio de Asuntos Sociales e Instituto de la Mujer.
- Perales, F. (2013). La mujer como imagen de marca en el cartel de cine español en el periodo 2010-2013. *Historia y Comunicación Social*, 18, 189-201. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44236
- Pinterest. (s.f.). Poster. <https://www.pinterest.es/pin/320037117266054304/>
- QUO, (2014). Los carteles de cine prohibidos por la censura de Franco. <https://quo.eldiario.es/ser-humano/g40647/carteles-cine-prohibidos-franco-censura/>
- Sánchez, R. (2015). El cartel de cine en España a través de sus creadores. *Artigrama*, 30, pp. 99-121. <https://www.unizar.es/artigrama/pdf/30/2monografico/05.pdf>
- Sánchez, R. (s.f.). Jano, maestro del cartel de cine español. *La incineradora. Revista de opinión cinematográfica*, 7. <http://seronoser.free.fr/laincineradora/roberto7.htm#4>
- Villafañe, J. (2006). *Introducción a la teoría de la imagen*. Pirámide.
- Villafañe, J. (s.f.). Sobre composición visual. Teoría general de la imagen. <http://ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com/2014/03/sobre-composicion-visual.html>
- Wimmer, D. y Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Bosch