

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Mr. Grey will see you now

Mercadeo y mitos sobre la sexualidad, el amor y la pareja en el fenómeno Fifty Shades

Ensayo académico

Camila Carrillo Camacho

Artes Contemporáneas

Trabajo de titulación presentado como requisito

para la obtención del título de

Licenciada en Artes Contemporáneas

Quito, 07 de noviembre de 2016

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES

CONTEMPORÁNEAS

HOJA DE CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Mr. Grey will see you now

Mercadeo y mitos sobre la sexualidad, el amor y la pareja en el fenómeno Fifty Shades

Camila Carrillo Camacho

Calificación: A+ 98/100

Directora de tesis Paola Rodas

Título académico M.A. Antropología Visual y Documental Etnográfico

Firma de la profesora

_____  _____

Quito, 07 de noviembre de 2016

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES

CONTEMPORÁNEAS

TRIBUNAL DE TESIS

HOJA DE CERTIFICACIÓN DE LA CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Mr.Grey will see you now

Mercadeo y mitos sobre la sexualidad, el amor y la pareja en el fenómeno Fifty Shades

Camila Carrillo Camacho

Comentarios:

Consideramos que esta es una investigación relevante e interesante dentro del área académica de la estudiante, y que propone nuevas miradas y formas de acercarse a temas de género, arte y medios masivos. Además, recalcamos que hay una reflexión sólida y provocadora que indica un alto nivel intelectual y un espíritu cuestionador. Recomendamos que Camila continúe investigando en este y otros temas.



Wendy Ribadeneria
M.A. en Estudios Fotográficos



María Soledad Romero
B.A. en Artes



Gabriela Rota
M.A. en Literatura
Latinoamericana

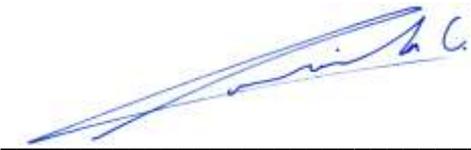
Quito, 07 de noviembre de 2016

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante:



Nombres y apellidos:

Camila Carrillo Camacho

Código:

00122530

Cédula de Identidad:

1711793800

Lugar y fecha:

Quito, noviembre de 2016

AGRADECIMIENTOS

Agradezco el apoyo y la alegría de compartir la vida y nuestros logros:
a Martina y Manuela, a Patricio, mi papá; y a mi mamá, Margarita.

El amor y la fuerte presencia de mis abuelas, Betty e Hipatia.

Carolina, por enseñarme que el texto puede ser bonito y la escritura inspiradora.

Kassandra, Benjamin, Grindy, y Mimosa, gracias por acompañarnos.

A las amigas, las risas y el aguante:
Valeria, Gabo, Daniel, Vikcy, Victoria, Ana, Alvaro, Anaís, Belén, Lisa, Kani, Pia,
Ángel, Mateo, Sari, Mota, y Coca.

Wendy, Gabriela y Marisol, por su tiempo e interés genuino que alimentó mi trabajo.

Paola, gracias por no poner límites a mi creatividad, al siempre valorar y enriquecer
mis ideas; también por haberme guiado a encontrar mis propias reflexiones, para darles
profundidad y forma.

RESUMEN

Fifty Shades of Grey es un romance erótico con dos secuelas: *Fifty Shades Darker* y *Fifty Shades Freed*. Los tres libros de E L James se publicaron en el 2012 y rompieron records de bestsellers, muy pronto la trilogía *Fifty Shades* se convirtió en un boom¹ cultural, mediático y económico. Esta tesis explora y estudia, desde una perspectiva de género, los contenidos y los procesos que forman parte de este fenómeno. La investigación es interdisciplinaria y busca diálogos, vínculos y rupturas entre posturas contemporáneas y anacrónicas acerca del amor, la sexualidad y la pareja. Este análisis funciona a partir de la deconstrucción: se plantea la moda como un conjunto de ideales y el acceso a los mismos, asociados al estilo de vida. Se entiende la historia de amor como una mezcla de, y una respuesta a múltiples mitos.

Palabras clave

Moda, relaciones de género, estética, historias, contenidos mediáticos, amor, ideal, feminidad, feminismos, relaciones de poder.

¹ Palabra en inglés. Onomatopeya para el sonido de una gran explosión, o de un sonido ruidoso y profundo. También se refiere al alto impacto, la resonancia, el crecimiento veloz en cantidad e importancia de un evento, idea u objeto.

ABSTRACT

Fifty Shades of Grey is an erotic romance with two follow ups: *Fifty Shades Darker* and *Fifty Shades Freed*. These three books by E.L. James were published in 2012 and broke bestselling records, very soon the *Fifty Shades* trilogy turned into a cultural, media, and economic boom. This dissertation explores and studies from a gender perspective the contents and processes which make part of the phenomenon. The investigation is interdisciplinary and it seeks for dialogues, links and ruptures within both contemporary and anachronistic positions regarding love, sexuality and the couple. The analysis draws from deconstruction: fashion is conceived as a set of ideals and the possibility to access them, associated to lifestyle. The love story is understood as a mixture of, and a response to multiple myths.

Key Words

Fashion, gender relations, aesthetic, stories, media contents, love, ideal, femininity, feminisms, power relations.

ÍNDICE

<i>Introducción: porqué, cómo y qué</i>	9
<i>Maquinarias en la fábrica de sueños: imagen y entertainment</i>	15
Imaging: metáforas de la agencia.	21
Entre el deseo y el control.	30
<i>Fashion: no se trata sólo del vestido</i>	37
Glitters & glamours de una cultura sexualizada.	38
Tematización: Beyoncé y feminismo.	41
El sexo y la otredad.	46
<i>Wish upon a star: mitos del amor y la feminidad</i>	61
Anastasia Steele: ¿princesa Disney o chica Cosmo?	74
Sexy, pura y casta.	80
Entre brillos y escarchas: la princesa y la plebeya.	87
Dressing-up: al interior del encanto.	92
<i>Conclusiones</i>	97
<i>Anexos</i>	101
<i>Referencias</i>	112

Introducción: porqué, cómo y qué

Sí, personas de ambos géneros asisten a los eventos a perorar sobre asuntos irrelevantes y teorías de conspiración; sin embargo, en mi experiencia esas confrontaciones confianzudas e ignorantes, sin duda tienen género. Los hombres me explican cosas, a mí y a otras mujeres, ya sea que ellos sepan o no de lo que están hablando. Algunos hombres.

—Rebecca Solnit, *Men Explain Things to Me*, 2014

E.L. James, la autora de la trilogía *Fifty Shades*, describe su novela como una historia de amor con un fetiche, mediante el cual hay un empoderamiento de la mujer en la relación de pareja. [video] (Skavlan, 2014, 1'45").

La historia se desarrolla en Seattle, una ciudad-puerto en la costa oeste de Estados Unidos mejor conocida como la “ciudad de la lluvia” o “ciudad gris”. Anastasia Steele: una joven universitaria de veintidós años, virgen, inocente, bella se encuentra con Christian Grey: un hombre atractivo, multimillonario e inalcanzable. Se conocen y poco a poco se van enamorando, el problema es que él es sadomasoquista y las únicas relaciones que ha tenido han sido de dominio y sumisión. Con él, ella se introduce en un mundo nuevo de misterios, placeres, lujuria. Ella quiere dismantelar los enigmas y miedos de Grey y enseñarle el amor, el compromiso. Poco a poco Anastasia va logrando que Christian cambie y se convierta en un hombre de familia. Finalmente se casan y tienen hijas.

Una de mis primeras propuestas para la investigación de tesis fue hacer un análisis sobre representaciones de erotismo y feminidad a partir de las imágenes en campañas publicitarias de moda. Como estudiante especializada en moda y fotografía el tema parecía perfecto. Tenía otras tres propuestas alrededor de la sexualidad, todas eran muy interesantes, pero ninguna convincente. Mi tutora, sorprendida, me preguntó por mi interés en el tema publicitario, le contesté que me interesaba lo canónico como lugar de

encuentro de ideales y fragilidades. Al mismo tiempo, la película *Fifty Shades of Grey* se estrenaba en cines a nivel mundial y mientras yo llegaba a su oficina ella terminaba de ver una parodia de la película hecha por actrices porno; me sugirió que fuera a ver la película, pues era lo último en el mainstream² alrededor del erotismo.

El cine no está lleno, un señor se me acerca a preguntar si es la sala para *Cincuenta Sombras de Grey* y se sienta a unos tres asientos de distancia. Empieza la película con una vista aérea de Seattle y ese mismo señor comienza a masturbarse. En vez de escuchar el eco de masticar los nachos en mi cabeza, oigo el crujido de su impermeable chocar entre sus piernas, su pene y su mano. Me cuesta concentrarme en la película y empieza a darme asco comer, me siento extraña y a los veinte minutos le pido al señor que por favor deje de masturbarse. Él se disculpa un par de veces y me extiende la mano, yo casi salto del puesto de pensar que puede tocarme con su mano llena de semen. La siguiente vez que regreso a ver él ya no está en su asiento y se acaba el problema.

Este evento me hace pensar que a *Fifty Shades* le atraviesan dos temas centrales. El uno es el de la sexualidad y el consumo erótico. Y el otro, uno de género: ¿por qué un hombre se siente con el derecho de masturbarse a mi lado en plena sala de cine? Entonces, decidí que el fenómeno *Fifty Shades* es un tema de estudio interesante, fascinante e importante para mí.

Propongo un análisis de género a partir del estudio sobre el mercadeo y los mitos de la sexualidad, el amor y la pareja en el fenómeno *Fifty Shades*. Esta tesis está dividida en tres capítulos:

² Palabra en Inglés. Es todo lo que comprende o se refiere a la cultura de masas. Hay un juego de palabras por el doble significado del término, su definición literal es: una corriente dominante o influencia.

Para el primer capítulo: “Maquinarias en la fábrica de sueños: imagen y entertainment” empecé por investigar el proceso de mercantilización del libro y la marca. En esta parte, tomo en cuenta la importancia de gestionar los contenidos en las industrias del mass media³ y el entertainment⁴ que plantea Frederic Martel en *Cultura Mainstream*. Luego, exploro la construcción de la agencia masculina en el protagonista a través del análisis de la imagen publicitaria según Roland Barthes y en comparación con los memes⁵ de las Greyexpertas⁶ en redes sociales. Para luego, plantear la agencia como la posibilidad de acción y el acceso a posiciones privilegiadas.

En el segundo capítulo: “Fashion: no se trata sólo del vestido” indago sobre las narrativas que construyen la moda por fuera de la vestimenta para entenderla como una o varias formas de ser ideal. Me interesa qué puede significar estar a la moda, o no, para el consumo y las consumidoras de sociedades globalizadas, y la relación de esta moda con las imágenes y el estilo de vida que presenta *Fifty Shades*. En conversación con Feona Attwood, introduzco el tema de la cultura sexualizada y cómo el sexo vende, para plantear la fantasía sexual y el erotismo en *Fifty Shades* como una fantasía de élites blancas. Cuando discuto sobre el peligro de las únicas historias del feminismo me refiero a Chimamanda Ngozi para abordar la cuestión alrededor del empoderamiento de las mujeres. La participación de Beyoncé en la banda sonora de la película me permite

³ Palabra en inglés. Son los medios de comunicación de masas que incluyen todas las formas de difundir ideas o productos a grandes grupos de personas.

⁴ Palabra en inglés. Se refiere a todas las industrias dedicadas al entretenimiento masivo.

⁵ Un meme (término acuñado por Richard Dawkins) se usa para describir una idea, situación o expresión que se difumina por medios virtuales de persona a persona y alcanza mucha difusión. Los memes son usados por los mercados para hacer propaganda de sus productos a través del internet.

⁶ Las mujeres que están obsesionadas o saben todo sobre Christian Grey. Se expresan mayormente en internet a través de blogs y redes sociales. En inglés se llaman: Greysessed.

traer a la discusión el tema de la artista como “la cara del feminismo” en el showbiz⁷, frente a la figura de la “diosa sexual blanca”.

Finalmente, en “Wish upon a star: mitos del amor y la feminidad”, el tercer capítulo de esta tesis, enfoco el análisis sobre la construcción de la feminidad en la historia de amor. Para esta parte, trabajo principalmente con el producto literario y el estudio de las escenas, es decir alrededor de la novela. “If Disney couples starred in *Fifty Shades of Grey*”⁸ me permite hacer una comparación directa entre los cuentos Disney y la historia *Fifty Shades*; abro contraponiendo y vinculando la castidad y la sexualidad de las protagonistas. El ensayo de Cassandra Stover sobre las princesas Disney me sirve para desarrollar ideas acerca de la infantilización de las heroínas en los cuentos de hadas y en *Fifty Shades*, como una estrategia para desautorizar o ridiculizar el lugar de la mujer frente a la figura masculina. Me apoyo en el trabajo de Sally L. Kitch y Stefania Biscetti para explorar mitos más antiguos sobre la pareja y el amor que se adhieren a estas historias modernas y posmodernas, como un ejercicio para desmitificar las categorías binarias que sitúan a la feminidad como inferior.

Nuevamente regreso al tema de la moda, pero ahora desde el vestuario: en la novela se enfatiza una transformación de la protagonista a través de la noción de que una niña inocente se viste diferente a una mujer sexualmente empoderada. Aprovecho un cuento de Rosa Montero para llamar la atención hacia los estereotipos del amor a través de la imagen y el cuerpo. Los comparo con los estereotipos construidos, no a través de la moda, sino de cómo ésta se deconstruye y utiliza para reforzar imágenes e ideas que están presentes en otras narrativas: la publicidad, la literatura, el cine y los medios.

⁷ Palabra en inglés. Son los negocios del espectáculo vinculados a la industria del entretenimiento.

⁸ Publicación en línea de la revista *Cosmopolitan*. En el segundo capítulo hay una descripción más detallada de la publicación.

Resalto la importancia de las miradas sobre la construcción del cuerpo para armar el personaje de una misma, para acceder a las posibles historias.

Fifty Shades of Grey empezó como un producto literario que muy pronto se convirtió en una franquicia transnacional. Mi intención es hacer un análisis que dé cuenta de la complejidad de los vínculos que se crean entre mercado, cultura y género. Por este motivo, escogí estudiar el fenómeno cultural *Fifty Shades* desde los principales productos que salieron al mercado: los bestsellers⁹ y la adaptación al cine, junto con la maquinaria mediática que les acompaña. Trabajo directamente en el análisis de la historia de la novela, más que en la película; sin embargo, la producción cinematográfica es fundamental para consolidar el fenómeno mediático y es por esto que la incluyo en mi estudio.

Notas:

1. He redactado esta tesis usando el femenino como genérico, en lugar del genérico masculino. Por ejemplo, escribo: “todas sabemos” o “las lectoras”, y no: “todos sabemos” o “los lectores”. He tomado esta decisión para llamar la atención sobre la generalización que solemos hacer al referirnos a personas de ambos sexos bajo un mismo género, que por regla, y usualmente es el género masculino. Además, lo hago como un acto reivindicativo de visibilizar lo femenino y su género, llamado por su nombre propio.
2. En las citas textuales que he traducido del inglés al castellano a lo largo de la tesis, cuando el texto original no especifica un género he decidido utilizar el género femenino. Por ejemplo, reemplazando “the” por “la”.
3. Durante el texto hay veces en las cuales escribo: *Fifty Shades* en itálicas y otras que no: *Fifty Shades*; esta diferencia se debe a que son distintas. En el caso de

⁹ Palabra en inglés. Obra literaria con un gran éxito en ventas.

que escriba con itálicas es porque me refiero a las obras como las novelas de la trilogía o la película, y en el caso de que escriba sin itálicas es porque me refiero al fenómeno.

4. A lo largo del ensayo menciono constantemente a los personajes de la novela, me refiero a ellos por sus nombres, como se presentan en los libros de la trilogía *Fifty Shades*. La protagonista es Anastasia Steele, se le llama también: Ana, señorita Steele o Anastasia; su pareja es Christian Grey, a quien también se le conoce como: Mr. Grey, Christian o Grey.
5. Dentro de la tesis utilizo algunas palabras en inglés en vez de traducirlas al castellano, porque las connotaciones y significados para ellas en cada lengua son distintas. Por ejemplo, “entertainment” en inglés y en los Estados Unidos se utiliza para aludir a las industrias y los mercados del entretenimiento, mientras que en castellano el término “entretenimiento” vagamente se refiere a lo mismo, y más bien se lo asocia con la acción y efecto de entretenerse. Además, en un contexto globalizado parece absurdo pensar en la pureza de los idiomas. Sin embargo, muchas veces parece que como efecto de esta globalización el inglés es el idioma dominante que logra colarse en el habla de otras lenguas y no viceversa; aunque este no es el tema de mi tesis, por este motivo uso en el texto términos en inglés sólo con el propósito de sus connotaciones específicas. Y para llamar la atención sobre el dominio del idioma inglés y también para jugar con ello: decidí referirme siempre a “Mr. Grey” y no a “señor Grey” o “Sr. Grey”.

Maquinarias en la fábrica de sueños: imagen y entertainment

Ningún hombre me había impactado como Christian Grey, y no entiendo por qué. ¿Porque es guapo? ¿Educado? ¿Rico? ¿Poderoso? No entiendo mi reacción irracional.

—Anastasia en *Cincuenta sombras de Grey*, 2012

Durante el 2011 y enero de 2012, Erika Leonard James¹⁰ bajo el seudónimo “Snowqueen’s Icedragon” publicó *Master of the Universe*, un fanfiction¹¹ de la saga *Crepúsculo*, en *The Writer’s Coffee Shop*¹². Estos textos se publicaron virtualmente por entregas y posteriormente en versión impresa bajo pedido. Los escritos se volvieron viral¹³ sin necesidad de publicidad y el 10 de marzo de 2012 la división Vintage Books de la editorial Random House, en Nueva York (Osno, 2012, parr. 5), compró los derechos de publicación y lanzó una edición electrónica de las entregas en un libro llamado *Fifty Shades of Grey*¹⁴. Enseguida la publicación alcanzó el lugar número uno en la lista de bestsellers de libros electrónicos del New York Times y de Amazon, con lo que se decidió lanzar una edición impresa para el 17 de abril de 2012 (Kit, 2012, párr. 2-5). La novela es parte de una trilogía que está traducida oficialmente a más de cincuenta idiomas. Los libros pueden ser comprados tanto en formato electrónico como impreso y son consumidos principalmente por mujeres; pero al menos un veinte por

¹⁰ E.L. James, autora de la trilogía *Master of the Universe/Fifty Shades of Grey*.

¹¹ Son historias de ficción escritas a partir de otro producto cultural. Usualmente estas historias son escritas por fans que quieren cambiar la historia original para que cumpla con sus propios deseos.

¹² Editorial Independiente de Australia que empezó en octubre 2009 como una plataforma en-línea para discutir y compartir lecturas. En enero de 2010 se lanzó como editorial y publica en su mayoría libros electrónicos.

¹³ Palabra en inglés. Que se difunde rápidamente y entre muchas personas, especialmente por internet.

¹⁴ Título original. *Cincuenta sombras de Grey* es título oficial en castellano.

ciento de los compradores son hombres (Bowker, 2012, parr. 1). Cuando digo que los libros son consumidos en lugar de leídos es porque los estoy posicionando como bienes de consumo que forman parte del fenómeno Fifty Shades y quizás incluso de una moda o estilo de vida alrededor de su adquisición y lectura. *Fifty Shades of Grey*, *Fifty Shades Darker*¹⁵ y *Fifty Shades Freed*¹⁶ son bestsellers a nivel internacional que actualmente han superado los ciento veinte y cinco millones de copias vendidas (Flood, 2015, parr. 6).

Simultáneamente, el éxito en ventas y el apasionado furor de las lectoras por la novela llamaron la atención de Hollywood. En marzo de 2012 en una subasta la Universal Studios¹⁷ y su división de cine independiente Focus Features compraron los derechos de la serie erótica escrita por E.L. James, se cree que por un valor mayor a los cinco millones de dólares. Universal Studios se quedó con los derechos sobre los libros mientras que Focus Features mercadea y distribuye las películas (Kit, 2012). Universal Studios es una de las grandes productoras de cine de Hollywood y también una de las más antiguas, forma parte de la Motion Picture Association of America (MPAA).

El 14 de febrero de 2015 fue el estreno internacional de la adaptación al cine de *Fifty Shades of Grey*. Según IMDb¹⁸ (2016) en febrero de 2017 se estrenará *Fifty Shades Darker*, la película. Entre tanto ¿Qué alimenta el interés de las fans? por lo pronto está la publicación de una secuela de la serie. *Grey* es el nuevo bestseller, cuenta la misma historia de *Fifty Shades of Grey* pero desde la voz narrativa de Mr. Grey, en vez de la de Anastasia.

¹⁵ Título original. *Cincuenta sombras más oscuras* es título oficial en castellano.

¹⁶ Título original. *Cincuenta sombras liberadas* es título oficial en castellano.

¹⁷ Productora de cine con bases en Hollywood, Japón y Singapur.

¹⁸ Siglas en inglés para *Internet Movie Database*, una base de datos en línea sobre cine.

En esta introducción hago énfasis en las fechas y las principales empresas involucradas en la producción de *Fifty Shades* porque son pistas acerca de cómo funciona la maquinaria del *entertainment*. Hay que notar la velocidad con la que la trilogía dejó de ser un proceso y obra personal de la autora y pasó a ser una propiedad y un proceso industrial mediatizado. Sólo en ventas de boletería *Fifty Shades of Grey*, la película, superó los cuatrocientos millones de dólares (Tuttle, 2015, parr. 6). Aunque la trilogía surgió en el Reino Unido, a partir de la compra de los derechos de la historia por parte de la Universal Studios, *Fifty Shades of Grey* como franquicia se establece y se maneja desde los Estados Unidos. En el libro *Cultura Mainstream*, Frédéric Martel plantea que la lucha de poderes mundial actualmente es globalizada y transnacional; es transnacional por las políticas internacionales pero también por un mercado y sus empresas que funcionan y se expanden a varios países. El mercado transnacional teje una red de relaciones económicas que se moderan de forma globalizada, es decir bajo un patrón de valores culturales y de consumo. Esta red tiene la capacidad de concentrar el poder de ciertas empresas y naciones sobre territorios y poblaciones a nivel mundial, publicitándoles valores comunes o uniformados. Martel (2010) plantea que el poder se concentra en Estados Unidos de Norteamérica.

Joseph Nye ha puesto de relieve las «interdependencias complejas» de las relaciones de las naciones en la era de la globalización y ha inventado el concepto de *soft power*. Es la idea de que para influir en los asuntos internacionales y mejorar su imagen, Estados Unidos debe utilizar su cultura y no su fuerza militar, económica e industrial (el *hard power*). «El *soft power* es la atracción y no la coerción y está en el corazón mismo de ese poder de influencia tanto si es *high* como si es *low*, tanto en el arte como en el *entertainment*, tanto como si se produce en Harvard como si se produce en Hollywood... Y no hay que olvidar que actualmente nuestra influencia se ve reforzada por Internet, Google, YouTube, MySpace y Facebook.» (pp. 14-15).

La lucha de poderes se hace desde los contenidos y su movilidad o circulación, son los valores culturales con los que se negocian las transacciones transnacionales. Martel (2010) dice que “estamos en la era de la guerra de los contenidos” (p. 22). Estados

Unidos no es la única nación que comercia y maneja poder, sin embargo sí es la nación-empresa que propone el modelo de los contenidos, es decir que domina el mercado. Por lo tanto “hay que empezar por entender la increíble máquina americana de fabricar imágenes y sueños, la máquina del *entertainment* y la cultura que se convierte en *mainstream*” (Martel, 2010, p. 22).

El *entertainment* se programa y se construye específicamente para los momentos de ocio, que son parte de la vida personal, en la cual se satisfacen deseos o gustos individuales e incluso íntimos. Muchas de las actividades de ocio las hacemos en espacios públicos, como vivencias individualizadas pero compartidas. Los conciertos o los multicines son eventos y espacios para experiencias híbridas de este estilo. En ellos se da un tipo de sociabilización muy particular en que a pesar de la gran confluencia de personas, las actividades de socialización como conversar o hacer amistades, son mínimas y el interés central está en la experiencia personal. Vivir la misma experiencia al mismo tiempo genera un sentido de conexión o comunidad; esto permite que la noción de intimidad se cruce con lo colectivo, y a su vez con lo masivo.

Ahora quiero volver sobre el planteamiento de estar en “la era de la guerra de los contenidos”. En el caso de los multicines y las grandes productoras de cine como la Universal Pictures, la MPAA se encarga de defender los intereses del cine de Hollywood ante las políticas de gobierno tanto dentro como fuera de los Estados Unidos.

A escala internacional este brazo político de los estudios también se apoya en el Congreso para favorecer la exportación de las películas de Hollywood, y con la ayuda del Departamento de Estado y de las embajadas estadounidenses, presiona a los gobiernos para que liberalicen los mercados, supriman las cuotas de pantalla y los aranceles, y suavicen la censura. Con ello y con una docena de despachos y un centenar de abogados en todo el mundo, fomenta en el extranjero determinadas prácticas anticompetencia y concentraciones verticales que en territorio estadounidense están prohibidas por el Tribunal Supremo (Martel, 2012, p. 29).

Es decir que en gran parte consumimos contenidos a partir de la programación y no solamente de la preferencia y la selección, en todo caso es una selección dirigida. Los mercados compiten por exposición, por ser presentados y poder representarse dentro de la red económica transnacional que distribuye soft power.

Me interesa cómo se transnacionaliza o globaliza el ocio y las actividades que le competen. Por ejemplo, en los multicines se congregan cientos y hasta miles de personas para consumir un mismo producto a la vez, este rito es grupal pero individualizado. La globalización cultural permite este tipo de consumo homogenizado y masivo, pero que se siente personalizado. Y lleva consigo una ideología con un estilo de vida, unas prácticas, y unos valores culturales específicos. Por esto es importante el dominio sobre la producción y distribución de los contenidos.

De igual manera que la MPAA favorece la exportación de las películas de Hollywood, todos los mercados mundiales tienen regulaciones de liberalización o prohibición sobre su oferta. Además de la distribución, hay el consumo a partir de la demanda. No existe un control directo sobre las preferencias en el consumo, pero el soft power, “la atracción y no la coerción” (Nye en Martel, 2010, p. 14), sí influye sobre el deseo. Y en el deseo se encuentra la decisión sobre qué contenidos enganchan y cuáles no. Los contenidos globalizados se vuelven familiares y así pueden masificarse.

¿Cómo es que los libros *Fifty Shades* cautivan? Pues, rememoran una historia vieja, sus protagonistas, Anastasia y Grey, son muy similares a las princesas y príncipes de Disney, de los cuentos de los hermanos Grimm, de los cuentos de hadas y las historias de amor. Estas historias, sus personajes, sus ideales han acompañado el pensamiento occidental desde hace tiempo. La historia que cuenta *Fifty Shades of Grey*, es una que parece repetirse y actualizarse desde hace siglos.

Al incluir singularidades como la temática sadomasoquista y el sexo explícito en *Fifty Shades* se personaliza y se da alguna particularidad a los temas fundamentales, homogéneos y constantes dentro de esta historia y tantas otras que la acompañan, temas sobre el lugar de la sexualidad en la historia de amor, el pudor sobre el cuerpo, la disciplina como camino de realización personal. Los contenidos de esta historia nos resultan familiares y por eso pueden masificarse. Es decir que, los personajes y las historias que estos libros, y este fenómeno cuentan sobre el enamoramiento, la pareja, la sexualidad, no generan rechazo porque los conocemos con anterioridad.

La estrategia de globalizar los contenidos, obliga a las masas a reaccionar ante *Fifty Shades*. El fenómeno fue tan grande y mediatizado que se fue expandiendo. Sea que la trilogía nos guste o disguste, que hayamos visto la película o no, somos parte del diálogo y el fenómeno *Fifty Shades* de una u otra manera porque mínimamente hemos escuchado mencionar el tema. Además, no se puede opinar sobre *Fifty Shades* sin siquiera haber visto la película. Deja de importar si individualmente nos agrada el producto y su contenido, sino que nos atrae por permitirnos ingresar al rito social colectivo.

Lo masivo nos relaciona como “parte de”, se vuelve inescapable incluso en el Ecuador, que es un contexto en muchas formas lejano a los contenidos *Fifty Shades*. El éxito de este fenómeno, además de estar en el reciclaje de la historia y la exposición mediática masiva, se encuentra en los vínculos de proximidad con el deseo. Como estrategia, los contenidos del entertainment para los momentos de ocio, se hacen a partir de lo que ya está en demanda. Me refiero a que una ya aspiraba a ser millonaria, caminar la alfombra roja, y encontrar “la media naranja”, antes de leer los libros y ver la película. En el caso de *Fifty Shades*, la historia nos ofrece el dinero, el amor, el glamour

y la fama. Esto lo reconocemos como el éxito personal, y así es como eso masivo ingresa a lo individual y se vincula con lo íntimo.

Parte del proyecto de la MPAA desde Hollywood es que sus contenidos ocupen el mayor espacio y se distribuyan eficazmente. Cuando *Fifty Shades* forma parte del ocio ingresa al estilo de vida de quienes consumen sus productos e idolatran a sus personajes. Es decir que *Fifty Shades* entra al ámbito personal e íntimo de sus consumidoras. Dentro del campo de lo personal están los deseos, los ideales, los valores, las aspiraciones de cada quien y sus decisiones en cuanto a estilo de vida, vínculos con otras personas, con los objetos, consigo misma. Hay un lugar donde lo material, que puede ser el cuerpo, las mercancías, las industrias, se mezcla con lo inmaterial, como las emociones, los hábitos, la cultura. Ese espacio híbrido es el núcleo y la fuerza del *soft power*.

Imaging¹⁹: metáforas de la agencia.

Una no puede pensar bien, amar bien, dormir bien, si una no se ha alimentado bien.

—Virginia Woolf, *A Room for One's Own*, 1929

Clásicamente los estudios de la comunicación han llamado a la fábrica del *entertainment* industrias culturales, yo prefiero hablar de industrias creativas o industrias de contenidos como lo hace Martel:

...unas expresiones que incluyen a los medios y lo digital. Porque ya no se trata simplemente de productos culturales, trata también de servicios. No solo de cultura sino también de contenidos y formatos. No solo de industrias, sino de gobiernos que buscan *soft power* y de micro empresas que buscan innovaciones en los medios de comunicación y en la creación desmaterializada (2010, p. 17).

¹⁹ Palabra en inglés. Es el acto de representar visualmente un objeto o una idea, hacerlo imagen.

Dentro de esta fábrica, *Fifty Shades of Grey* se volvió logotipo, es decir que ya no es solamente el título de la película o el libro sino la marca de un estilo de vida que se puede comprar, ¿o no? Los productos y servicios de la marca, como las novelas, vinos tinto y blanco, instrucción sexual estilo *Fifty Shades*, sexo telefónico pagado, lencería para mujeres, juguetes sexuales, juegos de mesa, libretas de diario, la película, se pueden adquirir y consumir. Sin embargo sigue pareciendo imposible llegar a tener una vida similar a la de los personajes.

La marca se vale de las industrias de contenidos para ganar soft power con la reproducción e idealización de las prácticas propuestas en los libros. Lo que luego se convierte en hard power: como es la ganancia del dinero en ventas, la exposición mediática, la producción y consumo de servicios y mercancías tematizadas.

Me interesa profundizar sobre la imagen y sus metáforas en *Fifty Shades of Grey*. La imagen es una forma de materialización de esta «creación desmaterializada» de la que habla Martel. Los significados de las imágenes están reconstruyéndose mientras hay diálogos entre ellas y las personas. Sobre la imagen se proyectan las formas de nuestros placeres, deseos, miedos. Así mismo, la imagen se re proyecta sobre las personas, dando una forma de ver y una estética a esos placeres, deseos y miedos. Por lo tanto el contenido de una imagen es plural y se resignifica constantemente. Esto implica que la imagen es polisémica, como resalta Barthes, “todas las imágenes implican una 'cadena flotante' de significados, la lectora puede escoger unos e ignorar otros. La polisemia cuestiona el sentido y este cuestionamiento siempre pasa por disfunción” (1977, p. 39, trad. propia).

Para entender cómo se puede resolver esta supuesta disfuncionalidad, es decir cómo significamos las imágenes, voy a hacer un análisis del afiche utilizado para publicitar el estreno de la película *Fifty Shades of Grey*. El cartel usa una fotografía de un hombre

que mira a través del ventanal, es casi una sombra negra dibujada a contraluz del tenue gris del cielo. Debajo de las nubes y entre una suave neblina se extiende un vasto paisaje urbano, la ciudad se muestra distante ante nuestra mirada. Él está contemplando hacia abajo, firme al filo del inmenso panel de cristal. Lleva el pelo corto y alineado, después resalta el cuello de su camisa blanca en una franja perfecta que se corta a la altura del cuello de la chaqueta de su traje sastre de un color negro profundo; destella suavemente el brillo de sus oxfords²⁰ de cuero negro. Está de espaldas a la cámara en una toma frontal y centrada verticalmente entre las dos barras de metal negras y largas que sostienen los vidrios, no vemos el fin del ventanal ni de las barras. Su silueta sobresale debido al contraste del negro sobre el blanco, algo de la luz le alcanza y hacia los bordes podemos ver el detalle de la textura de sus ropas y su cabello; además la toma está hecha levemente en picada con respecto a su cuerpo, destacando su presencia. Parece haber dos espacios distintos y separados dentro de la imagen. Un espacio exterior que es difuso, extenso, de tonos grises y de formas orgánicas en comparación al otro. El espacio interior es nítido, de líneas rectas y definidas, blancos y negros más puros, parece encapsulado en un espacio hermético. El piso es un espejo blanco sobre el cual se refleja hacia abajo la figura del personaje y los soportes del ventanal, que nuevamente se cortan antes de que podamos ver su fin (ver Fig. 1, pg. 25). ¿Quién es él? ¿En dónde está? No sabemos ¿o sí? Existen pistas dentro de la imagen que sirven como claves para descifrarla, tanto dentro de la fotografía, como en el afiche publicitario. Esta distinción entre la imagen y la imagen publicitaria se hará clara a lo largo del siguiente análisis.

Ahora podemos hablar de lo que Roland Barthes llamó la imagen denotada y la imagen connotada (1977, p. 37). Cualquier imagen, pero también ésta en particular

²⁰ Palabra en inglés. Es un estilo de mocasín que apareció primero en Irlanda y Escocia, pero se popularizó en la Universidad de Oxford en el siglo XIX.

(Fig. 1, pg. 25) tiene signos, información icónica. Esta es la información figurativa, como los colores y las formas, es la que compone a la imagen como tal y es la que denota a la imagen. Estos signos denotativos se convierten en símbolos cuando culturalmente se les connota de significados. Barthes propone que una imagen es siempre doble, denotada y connotada, ambas cualidades son distintas pero nunca son independientes.

La descripción que he hecho sobre esta imagen no es puramente denotativa, nunca podría serlo. Cuando empiezo a describirla como una escena ya la estoy interpretando. Hablo de una ciudad y de la neblina, en la foto lo que veo son diversos tonos de gris, sin embargo, hay figuras que identifico como edificios y esto, por acuerdo cultural, me da permiso para catalogar al paisaje como urbano, por ejemplo. La imagen tiene más signos que me son familiares: un hombre, una ventana, el cielo, entonces asumo que está representando algo. La representación no es sólo figurativa, me resulta escénica y entonces la relaciono con eventos, acciones e interacciones: como mirar al paisaje a través de la ventana.

Cuando nos enfrentamos a las imágenes solemos connotarlas, ya lo he hecho en esta descripción; pero esta fotografía tiene símbolos incluso más específicos. Quiero releer la imagen e ir sobre algunos de ellos.

Al asumir la polisemia de la imagen como disfunción, solemos querer atar la imagen a significados específicos para resolver este supuesto error. En mi descripción inicial empecé identificando a un hombre en la fotografía. ¿Cómo supe su género?, por el largo del cabello, su vestimenta y su postura erguida. Es un hombre formal y elegante, esto lo sé por su traje de acabados pulidos, su peinado y corte muy cuidados. ¿De dónde es él? Está observando la metrópolis desde el último piso de un altísimo rascacielos, tan alto que la “Aguja Espacial” de Seattle en verdad parece una aguja.



Fig. 1, fotografía utilizada para el afiche de *Fifty Shades of Grey* (2015)

Seattle está entre las once capitales económicas metropolitanas de los Estados Unidos, es una ciudad puerto. Microsoft y Amazon se han asentado allí, por lo que se ha establecido como un centro del desarrollo de software, biotecnología e internet. La llaman Grey City o City of Rain, es famosa por su espectacular paisaje y “The Seattle Freeze”, la actitud distante, fría y de superioridad de su gente.

El hombre misterioso, sin cara, tiene que ser un gran hombre de negocios; un gerente corporativo, un magnate poderoso, exitoso, educado. ¿Quiénes más tienen acceso a tan alto lugar, a tan amplio espectro? La vista panorámica sólo es posible desde un espacio sumamente despejado y desde un sitio muy elevado. Esta podría ser la vista de un vigilante desde su torre de control. Dios también puede mirar desde arriba, desde el cielo y la distancia. ¿Será que este hombre es un dios? o ¿hay otros hombres como él?

Las imágenes también se construyen desde el archivo y la memoria, se refieren unas a otras, tanto en lo figurativo como en las connotaciones. Esta fotografía del hombre que mira el paisaje me recuerda a *El caminante sobre el mar de nubes* (ver Fig. 2, pg. 27). Ambas imágenes son de contextos muy distintos y sus connotaciones no son las mismas, aun así, yo encuentro ciertos lugares estéticos que las conectan e incluso posibles significados que las vinculan. La inmensidad del paisaje, por ejemplo, se vuelve casi palpable para estos hombres que están tan arriba. Esta grandeza no logra disminuirlos o achicarlos, es más bien como si la tuvieran a su alcance. En el caso del magnate ejecutivo, se lo presenta con la misma libertad que al caminante: no está atado a un escritorio, a su celular o al papeleo. Este magnate tiene el lujo de poder pararse a admirar el paisaje, en un acto casi tan sublime como el del caminante. Pero aquí hay una gran diferencia entre ambos personajes; el caminante no tiene una barrera física entre él y el entorno, es parte del mismo; mientras que el magnate está en un espacio cerrado, no se distrae ni se absorbe en el viento y los sonidos de la gran ciudad. Su contemplación es vigilante.

La pintura: *El caminante sobre el mar de nubes* de Caspar David Friedrich pertenece al Romanticismo; este movimiento se caracterizó por una reconquista del espacio de la naturaleza, por el hombre. En ése acto sublime de contemplar el paisaje de espaldas a la



Fig. 2, comparación entre la pintura: El caminante sobre el mar de nubes (1818) y la foto para el afiche de: Fifty Shades of Grey (2015)

cámara: el magnate, al igual que el caminante, está conquistando todo ese espacio que examina, esa gran ciudad, el vasto paisaje sin límite en el horizonte. Quizás la versión actual del hombre todopoderoso es la del hombre y la tecnología o el hombre y los negocios globales.

En *Retórica de la imagen* (1977) Barthes reflexiona sobre nuestra relación con la incertidumbre de la imagen dentro de la publicidad. En esta reflexión está la clave que define a la imagen publicitaria, la cual en este caso es el afiche para el estreno de *Fifty Shades of Grey*.

En la publicidad la significación de la imagen, sin duda, es intencional; los significados del mensaje publicitario se forman *a priori* por ciertos atributos del producto y estos significados deben transmitirse tan claramente como sea posible... Hoy en día parece ser que en lo que respecta a las comunicaciones de masas, el mensaje lingüístico está presente en toda imagen; ya sea como título, subtítulo o leyenda, boletín de prensa adjunto, diálogo de película, globo de tira cómica... toda

sociedad desarrolla varias técnicas que pretenden *fijar*²¹ la cadena flotante de significados de tal manera que contrarresten el terror a los signos inciertos; el mensaje lingüístico es una de estas técnicas (p. 33-39, trad. propia).

Originalmente, en el afiche oficial para la película *Fifty Shades of Grey*, la fotografía del hombre misterioso con la metrópolis a sus pies tiene dos leyendas que “anclan el significado de la imagen, lo denotan” (Barthes, 1977, p. 39). (ver Fig. 3, pg. 29). En la parte superior sobre el cielo está escrito como título: “Mr. Grey Will See You Now”, una de las frases célebres de Christian en la novela. Se resuelve el misterio, el hombre es Christian Grey. ¿Desde qué torre contempla Seattle? Está en su oficina, en lo más alto del edificio de Grey Enterprises. Su oficina es amplia y luminosa; el color blanco y materiales como el acero de acabado liso, aluden a una estética sobria, industrial y fría. La transparencia del vidrio permite visibilidad pero encapsula el espacio en un ambiente cerrado y estéril. Esto nos dice que desde su posición, Grey es intocable.

Las cualidades del entorno, aluden y definen al personaje y no solamente al espacio. Esta fotografía parece ser blanco y negro, lo que nos remite a lo clásico, tradicional, formal. Además, usa una estética que se puede interpretar como sobria o limpia: es una estética cercana a la de las imágenes para anuncios de higiene y belleza o las fotografías de arquitectura interior. Éstas son imágenes que usan prominentemente el color blanco, son muy luminosas, con texturas u objetos brillantes y líneas rectas, más bien verticales y horizontales, evadiendo las líneas diagonales. Todos estos elementos generan un sentido de orden, especialmente en la publicidad, donde el mensaje debe transmitirse de forma clara (1977, p. 33), como resalta Barthes. La fotografía para el afiche de *Fifty Shades of Grey* no es hecha en blanco y negro; hay tonos de color casi imperceptibles: en la piel de Mr. Grey el negro es algo rojizo y la sombra del soporte de la ventana

²¹ En el texto original la palabra utilizada es *fix*, esto puede tener un doble sentido o aludir a ambos significados de la palabra en inglés, el de fijar y el de arreglar.



Fig. 3, Afiche oficial para el estreno de: *Fifty Shades of Grey* (2015), imagen publicitaria según Roland Barthes

sobre el piso es verdosa. Esto, más bien, sugiere sutilmente un toque novedoso, de una estética actual, que está a la moda. Es decir que la imagen no se queda en el pasado.

La siguiente leyenda en el afiche se encuentra debajo de los pies de Grey, sobre su reflejo en el piso dice: “Valentine’s Day 2015”. Además de anunciar el día de estreno de la película, esta información nos dice que *Fifty Shades of Grey* es una historia de amor, una película para ver en pareja. Todos los signos del mensaje icónico, o sea la imagen, y el mensaje lingüístico que aluden a los tonos de gris, a la lluvia o al frío,

además de definir el personaje que ya está descrito, aluden a su construcción emocional y psicológica e incluso a su historia. Esto nos da una pista de que esta historia de amor es dura y tormentosa, otro cliché más sobre el amor: que duele. “Cuando se trata del 'mensaje simbólico' el mensaje lingüístico deja de guiar la identificación para guiar la interpretación, constituyéndose en una especie de vicio que detiene la proliferación de los sentidos connotados; ya sea hacia regiones excesivamente individuales o hacia valores desagradables” (Barthes, 1977, p. 39, trad. propia).

Hay una ideología, un código de valores culturales que construyen la retórica de la imagen. En la publicidad esta retórica crea lugares comunes para conducir a una audiencia a encontrar puntos de encuentro, acuerdo y consumo, como por ejemplo, hacer del estreno de la película, la cita del Día de San Valentín.

Entre el deseo y el control.

En la era de la globalización, Christian Grey: Presidente de Grey Enterprises Holdings, es la personificación del éxito. En éste sentido el personaje: Christian Grey, su imagen, su postura, sus hábitos se vuelven un modelo de lo deseable que fortalece a la marca y al fenómeno Fifty Shades. Él representa al hombre ideal porque, además de ser multimillonario y heterosexual, es increíblemente joven y sexy. Las millones de Greysessedes y Greyexpertas que crean memes, publican, conversan, abren cuentas, juegan trivias y rebloguean sobre Christian en Facebook, Twitter, Pinterest, y demás redes sociales confirman lo atractivo que resulta Mr. Grey.

He seleccionado algunos memes e imágenes hechas por las Greyexpertas que me han llamado la atención, me han hecho reír y me han parecido algo dramáticos: pero aun así, son representativos de lo que siente y expresa el fandom²² (ver páginas. 101-111).

²² Palabra en inglés. Un grupo de personas aficionadas o fanáticas de una actividad, persona o fenómeno.

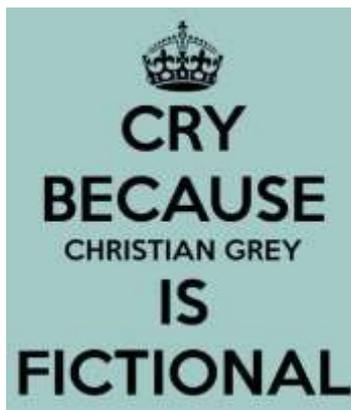


Fig. 4, meme encontrado en el tablero: "Fifty Shades" de Sisters of Sass Book Log, unas Greysesseds en Pinterest.com – pin no. 382946774540393763 – guardado en 446 tableros

Después de ver cientos de imágenes de este estilo que circulan en línea, me di cuenta que son muy repetitivas. Esto me hace pensar que la reiteración de los mensajes, desde las novelas y la publicidad, lleva al público a creer que son verdades y no supuestos o circunstancias.

Anastasia llama a Christian: "mi maniático del control", él mismo anuncia esta característica desde un principio, durante la entrevista que le hace Ana:

- Es usted muy joven para haber amasado este imperio. ¿A qué se debe su éxito?...
- Los negocios tienen que ver con las personas, señorita Steele, y yo soy muy bueno analizándolas. Sé cómo funcionan, lo que les hace ser mejores, lo que no, lo que las inspira y cómo incentivarlas. Cuento con un equipo excepcional y les pago bien...
- Parece usted un maniático del control. Las palabras han salido de mi boca antes de que pudiera detenerlas. —Bueno lo controlo todo, señorita Steele —me contesta sin el menor rasgo de sentido del humor en su sonrisa (James, 2012a, p. 18-19).

A mí me interesa hablar sobre la agencia de Christian Grey, él es quien acciona la historia y quien puede actuar. Desde su torre de control Mr. Grey is Seeing You Now: él decide cuando le pueden ver y al mismo tiempo puede verlo todo.

Esta agencia, este control, se expresa en las actividades, la imagen, la autoridad que construyen al personaje desde: el fenómeno, la novela, el filme. La película empieza con una secuencia de escenas que muestran el inicio del día de Grey. Él vive en Escala: una torre de condominios de lujo, muy temprano en la mañana se prepara para salir a

trotar, luego regresa a su casa y se viste de camisa blanca, mancuernas y corbata plateadas para dirigirse al trabajo. Más adelante en la historia, Grey le presenta un contrato a Anastasia para que puedan involucrarse en una relación sexual de Amo y Sumisa. En el Apéndice 1 del contrato están detalladas las normas de la relación y se estipula lo siguiente sobre los hábitos:

Sueño: La Sumisa garantizará que duerme como mínimo ocho horas diarias de sueño cuando no esté con el Amo. Comida: Para cuidar de su salud y su bienestar, la Sumisa comerá frecuentemente los alimentos incluidos en una lista (Apéndice 4). La sumisa no comerá entre horas, a excepción de fruta... Ejercicio: El Amo proporcionará a la Sumisa un entrenador personal cuatro veces por semana, en sesiones de una hora, a horas convenidas por el entrenador personal y la Sumisa. El entrenador personal informará al Amo de los avances de la Sumisa... Seguridad personal: La Sumisa no beberá en exceso, ni fumará, ni tomará sustancias psicotrópicas, ni correrá riesgos innecesarios (James, 2012a, p.192-193).

En alguna conversación entre ambos personajes dentro de la novela, Grey explica a Anastasia que él está en total desacuerdo con el consumo de drogas ilegales (James, 2012a, p. 237); él mismo está en muy buena forma y entonces podemos asumir que estas normas de cuidado y seguridad personal las aplica para sí, aunque nadie más que él mismo controla su cumplimiento. Estos hábitos son característicos de la cultura fitness²³ del cuerpo. La cual, comprende el bienestar de la salud física que se mantiene a través de la constancia o la rutina de hacer ejercicio, dietas y mantener el aseo, y por ende se supone que impacta en la salud mental. Aparentemente una persona es saludable bajo estos parámetros. Y, un control disciplinado bajo esta idea de salud, es una cualidad y comportamiento deseable. ¿Por qué? El control riguroso se asocia a la posibilidad de agencia, en *Fifty Shades* se lo plantea como la llave al éxito y al poder de Christian. Cuando, más bien, sucede al revés: la agencia del tan atractivo y poderoso Mr. Grey le permite tener control sobre lo que sucede con su cuerpo, con sus negocios y sus mujeres.

²³ Palabra del inglés. Traducción: estar en forma.

Durante la entrevista Grey comenta algo clave acerca del éxito de su imperio, y es que él paga bien a su equipo de trabajo. Quiero resaltar uno de los memes de las Greyexpertas; mientras todo el resto de memes se refieren al deseo por, o al dolor de corazón por la falta de Christian Grey, éste hace referencia al Escala, y resalta únicamente la euforia de mudarse a este hábitat lujoso (ver Fig. 5, pg. 33). Hay cierta erotización hacia los bienes lujosos y el estilo de vida de Christian, tanto en las redes sociales como en las novelas. Mr. Grey simboliza poder adquisitivo, señalando que esta puede ser la clave de su éxito con las mujeres y en su imperio corporativo.

Parece posible vivir esta fantasía de éxito y agencia, a través del poder adquisitivo. Si éste, podría acercarnos a ser como Mr. Grey, entonces para cualquier persona millonaria se borraría el obstáculo entre ideal y realidad personal. Yo diría que la posibilidad de cumplir la fantasía es parcial. Aunque se pueda adquirir con el dinero todo lo imaginado, esto no implica que se pueda cumplir con otros parámetros del estereotipo que se asocian al éxito y a la agencia: como ser hombre, blanco, heterosexual, guapo, joven, viril. Por otra parte, el consumo es parte de la sed del



Fig. 5, meme encontrado en el tablero: “love me some fifty shades ;)” de *monroe23*, una Greysessed en Pinterest.com – pin no. 34269647135344262 – guardado en 1400 tableros

dinero, si una no consume no gasta dinero y no tendría por qué querer más. Para el mercado de las industrias creativas es importante que Mr. Grey: este personaje ideal, consuma: o sea que consumir sea un deseo que se cumpla sin obstáculos.

El afiche de la película usa una cita de la novela, famosa entre las Greyseseds, que anuncia el primer encuentro entre Ana y Christian: “Mr. Grey Will See You Now”. Me pregunto ¿por qué esta frase tan corporativa resulta tan sugerente? Si Mr. Grey ejerce el control sobre todas las cosas, una invitación a ser observada por él, a ser juzgada por él, representa la oportunidad de ser escogida como la Sra. Grey. Ser la Sra. Grey significa acceso a un mundo que empieza a las puertas del Escala.

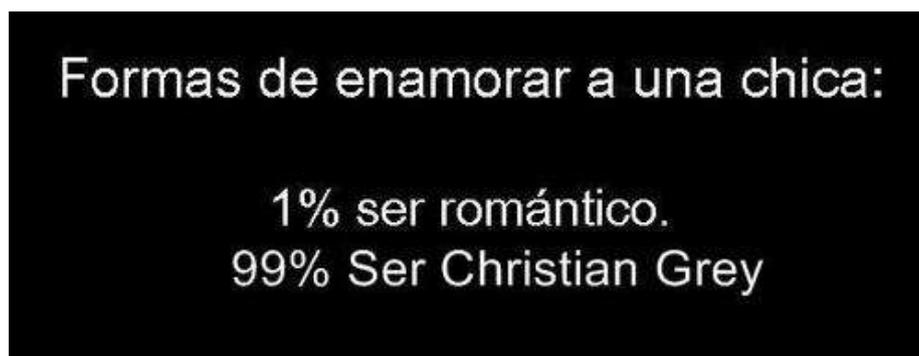


Fig. 6, meme encontrado en el perfil: *50 Shades Of Grey* de *minniecc*, una Greyexperta en Weheartit.com

Otro de los memes dice que la forma de conquistar a una chica tiene que ver en un 1% con ser romántico y en un 99% con ser Christian Grey (ver Fig. 6, pg. 34). Entonces hay que preguntarse: ¿quién es Christian Grey? En su casa tiene una gran biblioteca y se sugiere que prefiere leer a socializar, disfruta de consumir arte y tiene el dinero para permitírselo, es un hombre cultivado. Por las noches cuando no puede dormir toca prodigiosamente obras de los grandes maestros europeos en su piano de cola. Viene de una familia adinerada, pero es un hombre talentoso y trabajador que se ha hecho su propio camino en los negocios. Maneja negocios multimillonarios que trabajan con

tecnología de punta y también dirige fondos para erradicar el hambre en África.

Christian Grey es la superposición de estereotipo sobre estereotipo: del hombre blanco y benevolente. Cree que los Estados Unidos es el lugar desde donde se mira al mundo desde arriba y asume que la miseria está lejos, en un continente tan exótico para él, como el África. Tan distante es su mirada que siente que él es quien puede otorgar ayudas a los demás.

Aunque es un chico rico de los Estados Unidos, se siente identificado con esta causa ya que él también sintió hambre alguna vez, y es que, aun cuando su familia es del jet-set, Grey nació de una “puta adicta al crack”, como dice en el libro. Durante los primeros cuatro años de vida, antes de ser adoptado por su familia actual, Christian vivió experiencias traumáticas que marcaron su forma de vivir los afectos. Es por este motivo que tiene comportamientos autodestructivos, los cuales ha canalizado en un gusto por la esclavitud y disciplina en su práctica sexual. ¿Por qué el amo se autodestruye? El dolor que él imprime también recibe, tiene momentos de desencanto con su propio deseo. En la novela su gusto sexual se entiende como una patología y por ende tiene un castigo natural: el sufrimiento. Esta dinámica de depravación y castigo en las sociedades occidentales es un cliché heredado de la religión cristiana. Esta misma doctrina, soluciona o disuelve la malicia con la bondad. En *Fifty Shades*, esto se resuelve así: Christian Grey es un hombre que a través del éxito y las buenas causas se ha superado casi por completo, y en el amor y el matrimonio se terminará de curar.

En la capacidad de superación de Mr. Grey también influye la agencia: su posibilidad de actuar y cambiar, y esta, está dada en el American Dream. Una ideología o identidad que se entiende como derecho innato de quienes habitan los Estados Unidos de Norte América. No se puede hablar de un solo American Dream: se le adhieren múltiples connotaciones, varía según la época histórica, la persona y el propósito con qué se lo

mencione. El término se popularizó con la publicación *The Epic of America* (1931) del historiador James Truslow Adams, quien lo define así:

Ese sueño Americano de una vida más alegre, más rica y mejor para todos nuestros ciudadanos, cualquiera sea su rango, es la contribución más grande que le hemos hecho al pensamiento y bienestar del mundo. Ese sueño o ilusión ha estado presente desde un principio (Adams en Cullen, 2003, p. 4, trad. propia).

A esto Jim Cullen responde,

...lo que actualmente parece significar que en los Estados Unidos todo es posible si se lo desea con suficientes ganas. En realidad hace tiempo ya que “American Dream” pasó más allá del bastante rancio reino de la cultura impresa hacia el brillo incandescente de los mass media, donde parece estar consagrado como nuestro lema nacional. Atletas jubilosos lo declaman después de los juegos de campeonato. Aspirantes a políticos lo invocan como la base de sus candidaturas. Hombres de negocios, de lo contrario sobrios, proponen alcanzarlo como el objetivo principal de sus empresas. El término parece ser el más elevado; así como el componente inmediato de una identidad Americana, un derecho de nacimiento mucho más rotundo y significativo que términos como “democracia”, “Constitución” o incluso “Estados Unidos” (Cullen, 2003, p. 5, trad. propia).

La idea es que Christian Grey es exitoso por tener objetivos claros y ser trabajador, no tiene que ver con nada extraordinario sobre él y tampoco es una cuestión de suerte. Se obvia, por ejemplo, que en gran medida su fortuna es posible por las conexiones de su familia con otras familias poderosas y adineradas, es decir por el “buen nombre” de su apellido. Un supuesto fundamental para este American Dream, es que dentro del territorio de los Estados Unidos las posibilidades son absolutas e infinitas, sólo basta habitar la tierra de los sueños para poder triunfar. El supuesto es que, Christian Grey como habitante de esta tierra norteamericana es dueño de este sueño y puede materializarlo.

Fashion: no se trata sólo del vestido

La moda no es algo que existe en los vestidos y nada más. La moda está en el cielo, en la calle; la moda tiene que ver con las ideas, la manera en que vivimos, lo que está sucediendo.

—Coco Chanel, 1883-1971

Al reflexionar sobre la imagen, la fantasía y el ideal como consumibles, no pude evitar pensar en la moda. Ésta tiene una cualidad fantástica por ser creativa y efímera al pasar de una temporada a otra. La moda, también tiene una cualidad tangible, al ser material, funcional y adquirible. Ambas cualidades hacen a la moda exclusiva, y productiva para el consumo. No es una necesidad estar a la moda, ni marcar la vanguardia en la moda, pero si es deseable.

A partir de este deseo se construyen imágenes, en el caso de *Fifty Shades*, alrededor del glamour femenino y elegancia masculina. Una parte de estas imágenes deseables involucran el vestir, pero el vestido queda en nada sin el cuerpo adecuado y la escena completa de llegar a la gala de beneficencia en limosina propia. Esta entrada no basta si luego del brindis con champagne no se puede mantener conversación trivial sobre las últimas investigaciones en la Universidad de Yale, o la vanguardia artística.

Entonces, ¿qué es la moda? Es una forma de ser y un estilo de vida, y es también una industria que fabrica sueños y les da forma. Propongo entender la moda por fuera de la vestimenta, como un fenómeno social y una actividad económica más amplia y compleja que el vestir del cuerpo. Planteo mirarla, en una metáfora, como el vestir del entorno y las ideas. Al entender la moda como una o varias formas de ser ideal, he podido indagar sobre el gusto y el deseo como cualidades personales, pero también como unas dinámicas y herramientas del consumo masivo y globalizado.

Fifty Shades, al ofrecer una historia reciclada y reactualizada, no está marcando la vanguardia de alguna moda; sin embargo, sí está a la moda. Como historia de amor, es un clásico, como marca y fenómeno mediático es contemporáneo, y a través de la temática sexual se hace atractivo y actual.

Me pregunto ¿cuáles vínculos se crean entre esta moda y las imágenes, los productos, y el estilo de vida que presenta *Fifty Shades*? Y, ¿qué puede significar estar a la moda, o no, para el consumo y las consumidoras de sociedades globalizadas?

Glitters & glamours de una cultura sexualizada.

Se ha catalogado a la trilogía *Fifty Shades* dentro del género ficción erótica (Warner, 2015). Esto hace que las industrias creativas que mercadean *Fifty Shades of Grey* se centren en la temática sexual. Creo que todas hemos escuchado la frase “el sexo vende,” me interesa discutir sobre cómo es que el sexo vende en *Fifty Shades*. Feona Attwood (2006) habla de la cultura sexualizada como un fenómeno posmoderno, define este término como:

una frase algo torpe usada para indicar varias cosas: una preocupación contemporánea por los valores, las prácticas y las identidades sexuales; el desplazamiento público hacia actitudes sexuales más permisivas; la proliferación de textos sexuales; el surgimiento de nuevas formas de experiencia sexual; la aparente ruptura de reglas, categorías y regulaciones diseñadas para mantener lo obscuro a la deriva; nuestro encariñamiento con los escándalos, controversias y pánicos alrededor del sexo. Todas estas manifestaciones muestran que en nuestra era «El sexo...se ha convertido en *La gran historia*» (Attwood, p. 78, trad. propia).

¿Cómo es una historia? Se la puede relatar. Las historias pasan por un proceso de selección de las experiencias para poder ser contadas. En *Fifty Shades of Grey* se cuenta una historia de viajes en helicóptero privado, del descorche de numerosos vinos exquisitos, de la compra de automóviles deportivos, de obsequios de lujo, de un

penthouse²⁴ y mansiones con casa del lago, de cargos gerenciales, de magnates ejecutivos y de ropas de seda. Todas estas experiencias se cuentan como parte de una aventura de seducción romántica y sexual. Si el sexo es la gran historia de nuestra era, es la forma de impactar a las personas, porque como sociedad estamos a la expectativa de más artículos, más personajes que nos hablen de sexualidad. Además, el sexo es de lo que queremos hablar, sobre lo que queremos escribir. Así es que *Fifty Shades of Grey* y sus secuelas nos presentan a un héroe sexual y su guardiana emocional.

La posibilidad de cumplir la fantasía sexual propuesta en *Fifty Shades* es exclusiva para un segmento privilegiado, es una fantasía de pieles blancas y cabellos rojizos envueltos entre sedas y cuentas millonarias. La fantasía es accesible en el sentido de que podemos disfrutar de la historia. Sin embargo, vivir en carne y hueso esta historia de belleza, juventud, lujo y fama es imposible para sus lectoras. Por ejemplo, en *Cincuenta sombras liberadas* Anastasia narra una discusión que tiene con Grey después de tomar el sol topless en la playa. La discusión es la siguiente:

—Y algún asqueroso paparazzi podría haberte hecho una foto también —continúa Christian—. ¿Quieres salir en la portada de la revista *Star*, desnuda esta vez? — ¡Mierda! ¡Los paparazzi! ¡Joder! Todo eso es parte de la vida de Christian Grey, va con el lote (James, 2012, p. 36).

Star es un revista impresa y en línea, es muy popular en el Reino Unido, trata sobre farándula: celebridades, Hollywood y entertainment; además tiene bases en los Estados Unidos y en Korea. A partir de lo que cuenta Anastasia y en relación a la revista como un producto cultural real, ¿qué pasa con las historias personales de las lectoras? Ser perseguida por los paparazzi para ser la portada de *Star* es una experiencia que solo experimentan las ricas y famosas. Las Greysessed pueden idealizar este estilo de vida: de celebridad, para sí mismas. Y quizá no pierden la esperanza de poder materializar

²⁴ Palabra en inglés. Es el apartamento más lujoso de un edificio. Ocupa toda la planta alta por lo que tiene vista panorámica y en algunos casos accesos al helipuerto del edificio.

esta experiencia, cuando consideran que Anastasia era una chica como cualquier otra, que por su educación e inocencia, pudo conocer y cautivar a Mr. Grey. Sin embargo, muchas de las fans en las redes sociales, no parecen tener intención alguna de cumplir la fantasía en carne propia. Ellas saben que lo más cercano a la materialización de Christian Grey al otro lado de sus camas es leer los libros, usar los juguetes y tomar el vino Fifty Shades.

Nuestra cultura sexualizada toma prestadas cada vez más referencias de las industrias creativas y a su vez está cada vez más representada en los medios. Attwood compara las narrativas de sexualidad modernas y posmodernas de la siguiente manera.

«Las narrativas modernas sobre la sexualidad son casuales, lineales y dirigidas, así construyen al sexo como una categoría clara de 'verdad' que está esperando ser descubierta» (Plummer, 1995:132), pero también están surgiendo nuevas narrativas posmodernas. En éstas, la sexualidad se articula de formas más inciertas, variables y *self-conscious*²⁵. Es una sexualidad más dependiente de lo que toma prestado de los *mass media*. Estas narrativas posmodernas son más propensas a articularse dentro de formatos mediáticos o de comunicación (Attwood, 2006, p. 80, trad. Propia).

Es interesante pensar que las historias personales de las lectoras viven dentro de estas narrativas posmodernas: se puede vivir el cuerpo desde la novela y en las interacciones con el fenómeno mediático. Así mismo, E.L. James expresó sus deseos y vivió su sexualidad en una relación sumamente cercana y también paralela a la escritura de las fantasías dentro del libro [video] (Fifty Shades of Grey: Author Speaks, 2012, 7'35"). La historia que cuenta Fifty Shades es cercana a las narrativas modernas: con una estructura lineal y dirigida, planteando al amor y al sexo como “una categoría clara de verdad” (Attwood, 2006, p. 80, trad. Propia). Sin embargo, los formatos en que circula el fenómeno y sus temáticas, y las maneras de mercantillarlas son posmodernas: más variables, *self-conscious*: en comunicación con los blogs, las páginas de fans, la retroalimentación en línea.

²⁵ Palabra en inglés que se refiere a una actitud con uno mismo que en gran medida depende del entorno, es un estado de sentirse observado y por lo tanto cohibido, inseguro, vacilante o voluble.

La trilogía empezó como un fanfiction en línea, la investigación por parte de la autora y la retroalimentación sobre los textos sucedió en las redes sociales y el mass media de internet. Esta es una forma nueva de producir y participar en el mercado y en la comunidad, que probablemente sólo es posible por el internet y la alta velocidad a la que circulan los contenidos en esta red.

Tematización: Beyoncé y feminismo.

El 12 de diciembre de 2013, año y medio más tarde de que Focus Features comprara los derechos para producir las películas *Fifty Shades*, Beyoncé Knowles lanzaría su álbum *Beyoncé* como parte de su campaña de posicionamiento como feminista: junto con su actuación en los VMAs²⁶ 2014 y también, al formar parte de movimientos como: “banbossy”²⁷. La cantante denominó al álbum *Beyoncé: Album-Visual*, y decidió producir un cortometraje como videoclip para cada canción. Muchas de las canciones y videos de esta producción hablan de la libido de la mujer, de Beyoncé misma como mujer feminista: con un deseo sexual expresado abiertamente, directamente e incluso de forma agresiva. Los otros dos temas que topa el álbum son el matrimonio y el trabajo. La segunda pista del álbum: “Haunted”, es parte de la banda sonora de la película *Fifty Shades of Grey*.

“Haunted” sucede en una mansión embrujada donde Beyoncé va descubriendo personajes y escenas orgiásticas y finalmente ella misma encuentra su habitación en esta casa. El video hace escenas del cine y la industria musical, que podrían considerarse clásicos de culto. Estos referentes han sido altamente mediatizados anteriormente. El

²⁶ Siglas en inglés para Video Music Awards. Es el evento de premiación dentro de la industria musical organizado por MTV (Music Television), se celebra anualmente.

²⁷ Una campaña en los Estados Unidos que pretende prohibir el uso de la palabra “bossy”, para referirse a las niñas o mujeres de manera despectiva. Bossy es una palabra del inglés, en castellano significa mandona. La motivación para este proyecto es que cuando un niño u hombre muestra rasgos de mando se le felicita y llama: “líder” mientras a una niña o mujer que muestra los mismos rasgos se la reprende por ser: “mandona”.



Fig. 7, Comparación entre las escenas de "Haunted" (2013) y "Justify My love" (1990). Cortesía de: Madonnarama.com



Fig. 8, Tributo al vestuario. Derecha: "Erotica", Madonna (1992). Izquierda: "Haunted", Beyoncé (2013)

THE SHINNING 1980



HAUNTED 2013



THE RING 2002



HAUNTED 2013



MISERY 1990



HAUNTED 2013

THE ROCKY HORROR
PICTURE SHOW 1980

HAUNTED 2013



Fig. 9, tributos al cine de horror en el videoclip "Haunted" (2013)

primer tributo es al video “Erótica” (1992) en el vestuario, y a “Justify my love” (1990) en la trama y la escenografía, ambos videos son de Madonna (ver Fig. 7 Fig. 8, pg. 42). Entre los clásicos del terror se encuentran referencias a *The Shining* (1980), *The Ring* (2002), *Misery* (1990) y con algo más de humor a *The Rocky Horror Picture Show* (1975) (ver Fig. 9, pg. 43).

El videoclip usa el pastiche y un sentido de la ironía al momento de mezclar el contenido sexual con la temática de horror, y además alude a lugares propios de *Fifty Shades of Grey* (ver páginas 42-43). Por ejemplo, Beyoncé hace su entrada de manera impecable: en un descapotable clásico, con un traje de diseño, tiene los ojos pintados con tonos plomo y plata y los labios de rojo carmesí, al entrar a la mansión embrujada la recibe un botones y cuando finalmente es atrapada por el hechizo, se viste de lencerías finas y extravagantes. De esta manera se tematizan los productos, los contenidos y los servicios que se ofrecen bajo la marca Fifty Shades, vinculándolos entre unos y otros. Esto funciona de forma similar a cómo Barthes propone la retórica de la imagen publicitaria, en la cual se anclan significados a partir del mensaje lingüístico. Pero ya no se trata sólo de publicidad sino de una producción industrial mayor y más diversificada, que necesita menos del mensaje lingüístico al utilizar la tematización de varios productos y servicios para relacionarlos entre sí, la tematización construye la retórica de la marca y el fenómeno (ver pg. 45).

La marca Fifty Shades funciona sobre los productos y servicios que ofrece: parecido al mensaje lingüístico en la imagen, para anclar sobre ellos un significado, o lo que se llama en el mercadeo: tener presencia de marca. La tematización incluye a la marca y se ampara con ella, pero es más amplia y trabaja más de cerca con lo connotativo. Entonces, la fantasía y el fenómeno Fifty Shades usan los colores grises, negro, blanco, plata y rojo, porque son parte de la identidad de marca Fifty Shades of Grey, la cual se



WORLDWIDE DELIVERY
WE DELIVER TO OVER 50 COUNTRIES



Fig. 10, Colección “After Dark” de Bluebella (2015), bajo la marca Fifty Shades of Grey. Encajes y satén – tonos rojo y negro – lencería para mujer.



Fig. 11, Fragmento de “Haunted” (2013). Beyoncé: la reina de la mansión embrujada. Encajes y satén – tonos rojo, negro y plata – lencería fina para mujer.

basa en la historia de la trilogía. El rojo, por ejemplo, remite al sexo y a la toma de vino que son frecuentes durante la novela, el gris a las sombras o aflicciones de Christian, el plata a las joyas y los juguetes sexuales. Los objetos como: látigos, esposas, máscaras, llaves, helicópteros, aluden al estilo de vida y los juegos de seducción de Grey y Anastasia. Pero la tematización es incluso más amplia: el fandom *Fifty Shades* ha decidido que parte de su identidad es el empoderamiento femenino y por lo tanto, al fenómeno se asocia una artista como Beyoncé, quien ha declarado ser una “feminista moderna” (Ellison, 2013, parr. 8, trad. Propia). Así los productos y servicios de una franquicia se fortalecen al funcionar como una red, en la que se aluden y también se complementan entre sí.

Entonces para tener la experiencia *Fifty Shades* se debe comprar los libros, mirar la película, escuchar a Beyoncé y consumir el resto de productos de la marca; de esta manera se consolidan mayores, más eficientes y más ciclos de consumo. En este sentido las referencias que “*Haunted*” toma del cine vinculan al videoclip con la película *Fifty Shades of Grey*. Además estos clásicos del horror se consideran parte de una cultura cinematográfica cultivada y especializada, lo que marca una distinción entre lo masivo y lo personalizado. Esto nos remite nuevamente a la retórica por medio de la tematización de servicios, formatos y contenidos dentro de las industrias creativas. Aunque *Fifty Shades of Grey* sólo por el hecho de ser franquicia es mainstream, no quiere venderse como tal. Entonces la marca se promociona como alta cultura, o como exclusiva, para un público masivo.

El sexo y la otredad.

Los personajes, las escenas, la trama, la fotografía y la cromática propuesta en “*Haunted*” es mucho más sugerente, erótica y carnal que la propuesta cinematográfica de *Fifty Shades of Grey*. A través de la metáfora de la casa embrujada, el videoclip

construye una estética en la que es posible pensar en diversos cuerpos y varias formas de experimentar la sexualidad. Monstruos aparecen en cada habitación de la casa embrujada, estos monstruos son las personas a quienes tenemos miedo. No es Frankenstein, no es La momia, no es Drácula, sino las personas a quienes tememos de verdad. El video erotiza personas enfermas, discapacitadas, personas trans, personas negras, latinas, lesbianas, personas andróginas. Además, en la casa embrujada aparecen estos personajes, pero vuelven a desaparecer, son otra vez invisibles. En la narrativa del videoclip, el embrujo se rompe y aparecen los personajes cuando Beyoncé pasa por cada habitación y como un acto voyeur, ve los distintos encuentros sexuales. La erotización está sugerida en los vestuarios, miradas, gestos, roces, es decir, sin necesidad de mostrar o tener coito ni eyaculación. Por lo tanto, el videoclip tiene una propuesta fascinante sobre las posibilidades que puede tener la sexualidad y además una intención en mostrar interacciones y cuerpos periféricos (ver páginas 48-49).

En cambio, *Fifty Shades* tiene una historia donde los personajes son absolutamente privilegiados. Es irónico que esta producción sea el abre bocas de la película. Si *Fifty Shades* erotiza el dinero, los roles de género tradicionales, el consumo y el poder; “*Haunted*,” con metáforas, exalta muchas otras posibilidades de vivir los cuerpos, los placeres y el sexo (ver páginas 48-51).

Aunque Beyoncé pueda tener propuestas mucho más interesantes, sigue siendo la imagen del feminismo en la industria del pop. No es azar que Beyoncé se asocie con *Fifty Shades*, y va más allá de que QueenBey²⁸ probablemente sea la Reina del pop de la década de 2010. Hay un vínculo importante entre *Fifty Shades of Grey* y Beyoncé alrededor del contenido sexual y la mediatización. Para las Greyexpertas el personaje de Anastasia es la personificación de fortaleza, desinhibición e independencia femenina;

²⁸ Es el pseudónimo de Beyoncé Knowles, que utiliza su fandom y los mass media para referirse a ella.



Fig. 12, Monstruos y erotismos en el videoclip "Haunted", 2013.



Fig. 13, Monstruos y erotismos en el videoclip "Haunted", 2013.



Fig. 14, Monstruos y erotismos en el videoclip "Haunted", 2013.



Fig. 15, Monstruos y erotismos en el videoclip "Haunted", 2013.

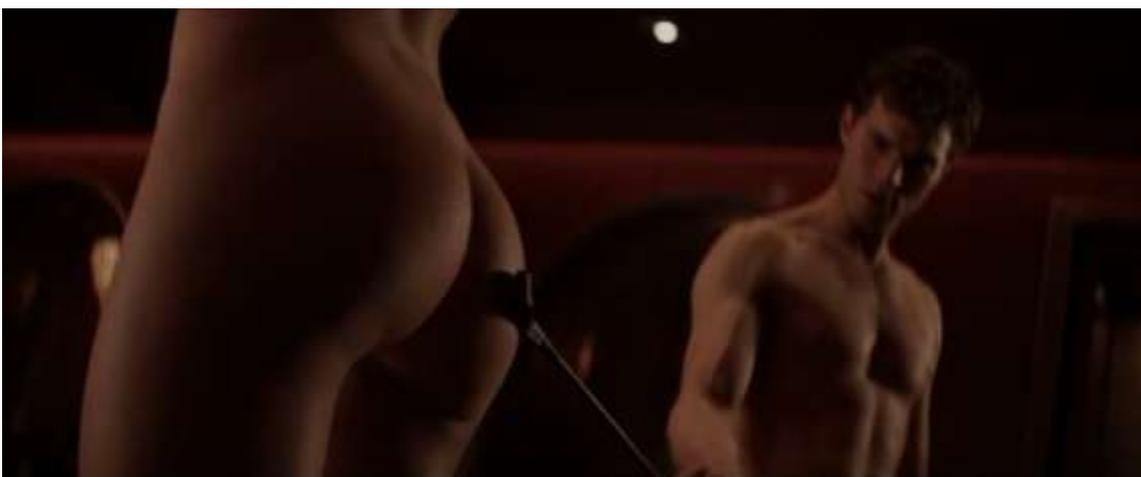


Fig. 16 Escenas sexuales en Fifty Shades of Grey, 2015



Fig. 17 Escenas sexuales en Fifty Shades of Grey, 2015

esto lo corrobora incluso E.L. James en los mensajes y correos que recibe de su club de fans [video] (Skavlan, 2014, 3'16").

Nuestra Reina del pop se asume y se presenta como feminista desde hace alrededor de tres años. En los VMAs de 2014 cantó fragmentos de cada una de las pistas de su álbum-visual: Beyoncé e hizo el pronunciamiento como feminista más mediatizado hasta la fecha (ver Fig. 18, pg. 53). La canción “Flawless” incluye un fragmento de la charla: *We should all be feminists* impartida en 2013 por la reconocida novelista y feminista nigeriana: Chimamanda Ngozi Adichie (ver Fig. 19, pg.53). Esto generó una gran discusión en los mass media y la academia sobre, si Beyoncé Knowles y su imagen representa o no al feminismo. Adichie decidió no participar en esta discusión y no emitió ningún comentario al respecto hasta ahora, tres años más tarde, en una entrevista para el diario *de Volkskrant*²⁹.

A continuación voy a participar de esta discusión y reflexionar sobre Beyoncé, Fifty Shades y el feminismo. Para enmarcar este análisis, además de la postura de Knowles, son importantes las declaraciones de Adichie al respecto. En su entrevista con *de Volkskrant* la escritora aclara lo siguiente,

En primer lugar: por supuesto que Beyoncé pidió permiso para usar mis textos, y yo le di permiso. Pienso que ella es adorable y estoy convencida de que tiene las mejores intenciones. Además, Beyoncé es una celebridad de primer orden, y con esta canción ha llegado a mucha gente que de otra manera probablemente nunca habría oído la palabra feminismo y mucho menos salido a comprar mi ensayo. Pero me impresionó, la cantidad de entrevistas que me solicitaron cuando esa canción salió al aire. Literalmente: cada periódico destacado del mundo quería hablar conmigo sobre Beyoncé... Otra cuestión que yo odiaba, era que en todas partes leía: ahora la gente finalmente la conoce gracias a Beyoncé, o: Chimamanda debe de estar muy agradecida. Encontré esto muy decepcionante. Pensé: yo soy escritora y lo he sido durante algún tiempo, y me rehúso a participar en esta farsa que parece esperarse de mí: Gracias a “Beyoncé mi vida nunca volverá a ser la misma” (en Kiene, 2016, parr. 5-6).

²⁹ Periódico holandés con tirada diaria de lunes a sábado. Es el tercer diario más popular del país.



Fig. 18, Beyoncé en los VMAs 2014

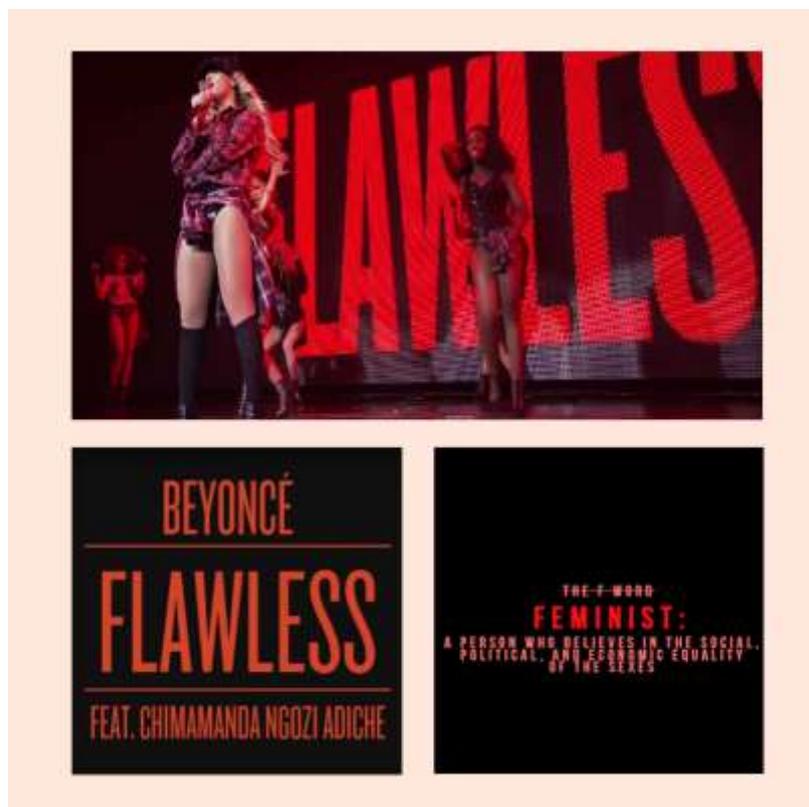


Fig. 19, fragmentos de "Flawless", Beyoncé (2013) citando a Chimananda Ngozi (2013)

Para mantener un discurso feminista es importante separar entre: la crítica y reflexión acerca de la imagen y las posturas de Beyoncé, su marca, su posición en la industria mainstream, y el ataque a ella como mujer, negra, y figura pública. También es importante reconocer que las industrias del entertainment explotan, introducen y exacerbaban los clichés en ideologías como el feminismo, y figuras públicas como Beyoncé Knowles e incluso Adichie: quien está más al margen del mainstream. Así lo resalta Chimamanda cuando afirma que “se rehúsa a participar en esta farsa que parece esperarse de ella”.

Dentro de este marco de referencia, mis pensamientos acerca del feminismo de Beyoncé son cercanos a lo declarado por Chimamanda en la entrevista:

Su estilo no es el mío, aunque sí me parece interesante que asuma un postura en asuntos políticos y sociales desde hace pocos años... Aun así, su estilo de feminismo no es el mío por ser del tipo que otorga demasiado espacio a la necesidad de los hombres. Yo pienso que los hombres son adorables, pero no pienso que las mujeres deberían relacionar todo lo que hacen, con los hombres: ¿él me lastimó, debería perdonarlo, me pidió la mano? Nosotras las mujeres estamos tan condicionadas a relacionarlo todo con los hombres (en Kiene, 2106, parr. 8-9).

En *Fifty Shades*, Anastasia maneja el mismo tipo de feminismo que Beyoncé: en el cual los hombres son la primera y más importante referencia en la vida de las mujeres. En la franquicia sucede lo mismo: *Fifty Shades* se vende como afirmación feminista al aliarse con una artista como Beyoncé para la película (ver Fig. 20, pg. 55). Además, los productos sexuales *Fifty Shades* y las alusiones de la escritora a sus conversaciones con el fandom, reclaman un feminismo desde una postura sex-straight-forward³⁰ [video] (Skavlan, 2014, 3'16").

A lo largo de las novelas, Mr. Grey recurrentemente humilla y abusa de Anastasia físicamente: tanto dentro como fuera del sexo, y verbalmente: insultándola, desautorizándola y gritándola. Una de las primeras veces que Ana y Christian tienen

³⁰ Palabra combinada del inglés. Significa una actitud directa y abiertamente sexual.



Fig. 20, *Fifty Shades of Grey*, Trailer oficial 2, 2014, 2'12"

sexo en *Fifty Shades of Grey* es a modo de castigo para ella. Él está celoso porque Anastasia pasará el fin de semana con su madre en vez de con él y porque ella no le notificó sobre sus planes para el fin de semana. Grey, molesto, la lleva a hombros hasta una casa alejada de la mansión residencial, la lanza sobre un sillón, empieza a desabrocharse los pantalones y le indica que: en esta ocasión la penetrará con fuerza y rápidamente, que será desagradable para ella y con el propósito de que solamente él disfrute. Anastasia está intimidada, él se coloca un condón, la embiste y pronto eyacula. Efectivamente Ana no disfruta de esta experiencia sexual. Además, antes de esto Christian le ha presentado un contrato sexual a Anastasia, que estipula que ella no puede masturbarse fuera de su presencia ya que los orgasmos de ella le pertenecen a él.

¿Cómo un libro en el que se naturaliza la violación, en el que los celos son una demostración de amor, y en el que un hombre se declara dueño del orgasmo de una mujer, puede ser considerado feminista? Esta forma de construir ideas e imágenes sobre el feminismo terminan convirtiendo la palabra en una mercancía (ver Fig. 21, p. 56). Los problemas que vienen con esta mercantilización son: que no se denuncian, a veces ni si quiera se identifican este tipo de violencias que las mujeres en realidad viven en sus relaciones de pareja y sus relaciones sexuales. Otro problema es que se

tergiversa: la figura de mujeres fuertes que proponen los feminismos, en la figura de mujeres que soportan cualquier tipo de abuso.



Fig. 21, meme encontrado en el perfil: “love me some fifty shades ;)” de *monroe23*: una Greysessed en Pinterest.com - Traducción: Gracias a *Fifty Shades of Grey*, ahora uso el término “límite infranqueable” para todas las cosas que no quiero hacer.

Cuando la palabra feminismo obedece una ideología mercantil, existe el peligro de que su propia ideología se neutralice. En este contexto, para declararse feminista solamente es necesario leer estos libros, ver la película, referirlo a las amistades, comentar en línea y comprar los productos promocionados por la marca. Attwood advierte sobre este tipo de fenómenos:

Puede ser cierto que nuestros repertorios sexuales estén expandiéndose, que el discurso sexual es cada vez más accesible a todas y que ahora ‘el sexo’ funciona como un espacio privilegiado a través del cual lo ordinario, lo personal y lo individual se expresan desde la esfera pública. Sin embargo, una celebración simplificada de estos acontecimientos, ignora la manera en que: los mismos sucesos permiten una mayor regulación sobre nuestras prácticas e identidades sexuales. Este acercamiento simplifica demasiado las formas en que el perfeccionamiento del gusto, la representación y la práctica sexual, pueden vincularse a posiciones de poder, en especial cuando se trata de relaciones de género y clase (Attwood, 2006, p. 82-3, trad. propia).

Si consideramos a Beyoncé Knowles y *Fifty Shades* como las caras del feminismo, el peligro no es sólo que sus historias sean violentas, sino que sean la única historia que conocemos del feminismo (ver Fig. 21, p. 56). QueenBey es la vocera de sus fans, es considerada la reina entre sus millones de seguidoras. Este fandom es amplio y diverso

en el rango de edades, raza, género, pero es un segmento que en su mayoría, consume principalmente cultura pop o cultura mainstream. El feminismo es también de historias de contracultura. El mainstream no cuenta historias de contracultura, sino que las absorbe y mercantiliza.

Aunque Beyoncé es negra, cumple con todo el resto de requisitos del canon de éxito para una mujer, es multimillonaria, heterosexual, hipersexualizada, guapa, madre, felizmente casada, no consume drogas: es la imagen del American Dream en mujer. Los peligros de que su fandom la considere una vocera del feminismo son: por una parte, que si no se nutren de otras voces y lecturas, asuman que escuchar a Beyoncé les hace feministas automáticamente, o que lo que sea que Beyoncé diga o haga es feminismo. Por otra parte, cuando se utiliza a Beyoncé como aliada de *Fifty Shades*: se legitima en el mainstream, como positivas y feministas, las historias y representaciones de mujer presentadas por las novelas.

Chimamanda Adichie alerta sobre este peligro de que “la historia única crea estereotipos, y el problema con los estereotipos no es que sean falsos sino que son incompletos” [video] (2009, 13'10"-13'20", trad. propia). Es decir, aunque los estereotipos fueran verdad, existen muchísimas otras historias y perspectivas acerca de los feminismos, que entonces quedan ocultadas y sin reconocer. Además, como advierte Attwood, el estereotipo puede ser regulado y distribuido en los mercados. Siendo así, las ideas e imágenes del feminismo se convierten en mercancías y estereotipos: valores agregados de productos o servicios a la venta. Es decir que la ideología es digerida y neutralizada para su fácil circulación. Esto resulta en la producción o el uso de retórica feminista que bajo el paraguas del nombre feminismo: hace invisible la existencia de otros intereses fuera de los de las clases adineradas y privilegiadas. Esto es lo que sucede en “Haunted”: las otredades, los monstruos, la

gente periférica se exhibe por unos instantes, para pronto poder devolverla a la invisibilidad.

Dentro la maquinaria del entertainment, en esta “fábrica de sueños” de la que habla Martel, la imagen de Beyoncé Knowles y su presencia como figura pública, también y lamentablemente se utilizan para los intereses de una supremacía blanca: la cual oculta y extermina a estos monstruos de la sociedad, a la otredad. Esto se hace a través de regulaciones que aplican a este estereotipo de feminismo y al feminismo hecho mercancía. Al respecto de estas regulaciones Attwood comenta lo siguiente:

Por ejemplo la literatura erótica, una forma de representación sexual que se ha popularizado mucho entre las audiencias femeninas, se basa justamente en distanciarse de la pornografía. Esta distancia no se construye solamente desde las convenciones literarias de los textos, sino también al distribuirlos en librerías distinguidas... Aquí el “con clase” de la actividad sexual femenina es extremadamente importante, tanto como una manera de hacerse legítima, como para vincular la sexualidad a un sinnúmero de otras preocupaciones de una burguesía contemporánea. Intereses tales como el aprendizaje y la exhibición de gusto y estilo, la búsqueda del cuidado y el desarrollo personal. Todo esto que resulta en la figura de la blanca y glamorosa ‘diosa sexual’ es solamente una de las facetas de un ideal post-feminista de clase media más amplio; en el cual las feminidades y las sexualidades se entienden como estilos, y de hecho como estilo (Attwood, 2006, p. 86-7, trad. propia).

Este “con clase” no es atributo sólo de las mujeres, sino que también debe serlo de su hombre. La imagen de este feminismo es blanca, adinerada, consumista y heterosexual; entonces, quiero volver sobre el peligro de la historia única. Si bien Beyoncé es una artista negra, para entrar a la industria del pop, hay esfuerzos por blanquearla y es innegable que puede acceder a muchos privilegios a los que no tendría acceso si no tuviera tanto dinero.

¿La historia única tiene la cara blanca? Hay un fenómeno del blanqueamiento: el cabello alisado y teñido de rubio, maquillaje plano y luminoso: de tonos claros, lentes de contacto: grises, verdes, azules, miel, tratamientos desde cremas corporales hasta intervención con láser para aclarar la piel. La imagen de Beyoncé, Shakira, o Michael



Fig. 22 Figuras del pop e imágenes del canon.

Jackson afirman este fenómeno de blanqueamiento y lo reivindican al ser figuras públicas con millones de seguidoras (ver Fig. 22, p.59). Dentro de esta reflexión no está en cuestión la libertad de expresión estética y apariencia corporal. Lo que resalto, desapruero y pongo a escrutinio, es el establecimiento de los ideales de una cultura blanqueada para el canon de belleza, la supremacía blanca, como: El canon.

En mercados, industrias, núcleos de poder, que no quieren dejar caer la supremacía blanca, aceptar la figura del éxito en una mujer negra, puede también significar una simulación de ser incluyentes. Es decir, desde el mainstream no se castiga el éxito y la fama de una mujer negra, siempre y cuando ésta sea hipersexual y glamorosa: multimillonaria, fit (de fitness), con cabello alisado y aclarado, vestida de gala, fashionista. Además, esta figura es aceptable siempre y cuando su feminidad pueda trasladarse a un estilo o tendencia: una moda adquirible en el mercado. El término fashionista: define a una persona que es devota a la alta moda, alguien quien es líder y seguidora de moda exclusiva y no de las tendencias. Esta distinción entre la alta moda y las tendencias nuevamente exagera la distinción, mencionada anteriormente, entre alta cultura o exclusivo, y masivo. Esta distinción es necesaria para la relación de poder y subordinación entre las distintas culturas, clases, géneros, razas.

Wish upon a star: mitos del amor y la feminidad

Hace no mucho tiempo, un amigo particularmente “honesto”, más bien sorprendido de sí mismo, me dijo: “Sabes, tienes razón. Siempre pensé que todas las mujeres estaban locas”. Y añadió: “Obviamente esa era una manera de evadir el hecho de mi propia locura”. De hecho, esta es la forma en que la cuestión necesita ser planteada. Cada sexo tiene un vínculo con la locura. Todo deseo tiene un vínculo con la locura. Pero parecería que un deseo ha sido tomado por sabiduría, moderación, verdad, dejando sobre el otro sexo el peso de una locura que no puede ser reconocida ni acomodada.

—Luce Irigaray, 1980/1993

Ahora sigo algunos blogs y soy parte de grupos Facebook de fans de Fifty Shades y de Christian Grey; un viernes una de las chicas nos deseó un buen fin de semana, además de adjuntar el enlace a la publicación: “If Disney Couples Starred in Fifty Shades of Grey” de la revista Cosmpolitan. La nota se compone de nueve ilustraciones de las princesas Disney y sus príncipes, cada una actuando una escena sexual distinta de *Cincuenta Sombras de Grey* (ver páginas 62-70). Las ilustraciones se publicaron anteriormente en DeviantArt.com, por alguien que ha preferido mantener su autoría anónima (Rees, 2015, notas). Vi el trabajo y me pareció increíble, estaba asombrada, me daba risa, no me lo creía y a la vez me parecía tan obvio; eran hermosas, horribles y perfectas. Esta bomba de impresiones se quedó conmigo y se desarrolló en diversas ideas.

Pensé en el reciclaje y el pastiche que hacemos de los personajes, las historias, las imágenes; pensé en los contenidos, la distribución, lo viral en línea, el fanfiction. Me acordé de Twilight, Fifty Shades y Disney; reconocí que la trilogía me resonaba profundamente con el cuento de *La bella y la bestia*, y revivía en mí las historias de príncipes y princesas, los cuentos de hadas, las telenovelas y hasta los enamoramientos míos y de mis amigas.



Fig. 23 - 1. Ariel y Eric, *La sirenita*. Ilustración anónima. Encontrada en la revista *Cosmopolitan* en línea.

"He stops and reaches for a washcloth as I pant against him, wanting... needing. My hands rest on his firm, muscular thighs. Squirting more soap onto the washcloth, he leans down and washes between my legs. I hold my breath." — bathtub sex, *Fifty Shades of Grey*, p. 135.



Fig. 24 - 2. Tiana y Naveen, *Tiana y el sapo*. Ilustración Anónima. Encontrada en la revista Cosmopolitan en línea.

"Very slowly, he pulls down my sweatpants. Oh, how demeaning is this? Demeaning and scary and hot. He's making such a meal of this. My heart is in my mouth. I can barely breathe. Shit, is this going to hurt?" — the first spank, *Fifty Shades of Grey*, p. 274



Fig. 25 - 3. Aurora y Phillip, *La bella durmiente*. Ilustración anónima. Encontrada en la revista Cosmopolitan en línea.

"He lifts me up, and suddenly we're moving, my arms still tethered above my head, and I can feel the cool wood of the polished cross at my back, and he's popping the buttons on his jeans. He puts me down against the cross briefly while he slides on a condom, and then his hands wrap around my thighs and he lifts me again." — "trussed up" sex, *Fifty Shades of Grey*, p. 324



Fig. 26 - 4. Jazmín y Aladino, *Aladino*. Ilustración anónima. Encontrada en la revista Cosmopolitan en línea.

"I am going to tie you to that bed, Anastasia. But I'm going to blindfold you first and, I reveal his iPod in his hand, 'you will not be able to hear me. All you will hear is the music I am going to play for you.' — a whole new world of sensory deprivation sex, *Fifty Shades of Grey*, p. 487



Fig. 27 - 5. Mulan y Li Shang, *Mulán*. Ilustración anónima. Encontrada en la revista Cosmopolitan en línea.

"He binds my wrists together with his tie, knotting it firmly. His eyes are bright with excitement. He tugs at the binding. It's secure. Some Boy Scout he must have been to learn this knot. What now?" — Ana's first achievement badge, *Fifty Shades of Grey*, p. 139



Fig. 28 - 6. Cenicienta y Prince Charming, *La cenicienta*. Ilustración anónima. Encontrada en la revista Cosmopolitan en línea.

"He holds out his hand, and in his palm are two shining silver balls linked with a thick black thread... I look questioningly up at him. 'I am going to put these inside you, and then I'm going to spank you, not for punishment, but for your pleasure and mine.' He pauses, gauging my wide-eyed reaction." — a Ben Wa party, *Fifty Shades of Grey*, p. 362



Fig. 29 - 7. Pocahontas y John Smith, *Pocahontas*. Ilustración anónima. Encontrada en la revista Cosmopolitan en línea.

"We're here because you said yes, Anastasia. And you ran from me. I am going to hit you six times, and you will count them with me.' Why the hell doesn't he just get on with it? He always makes such a meal of punishing me."
— a belt too far, *Fifty Shades of Grey*, p. 505

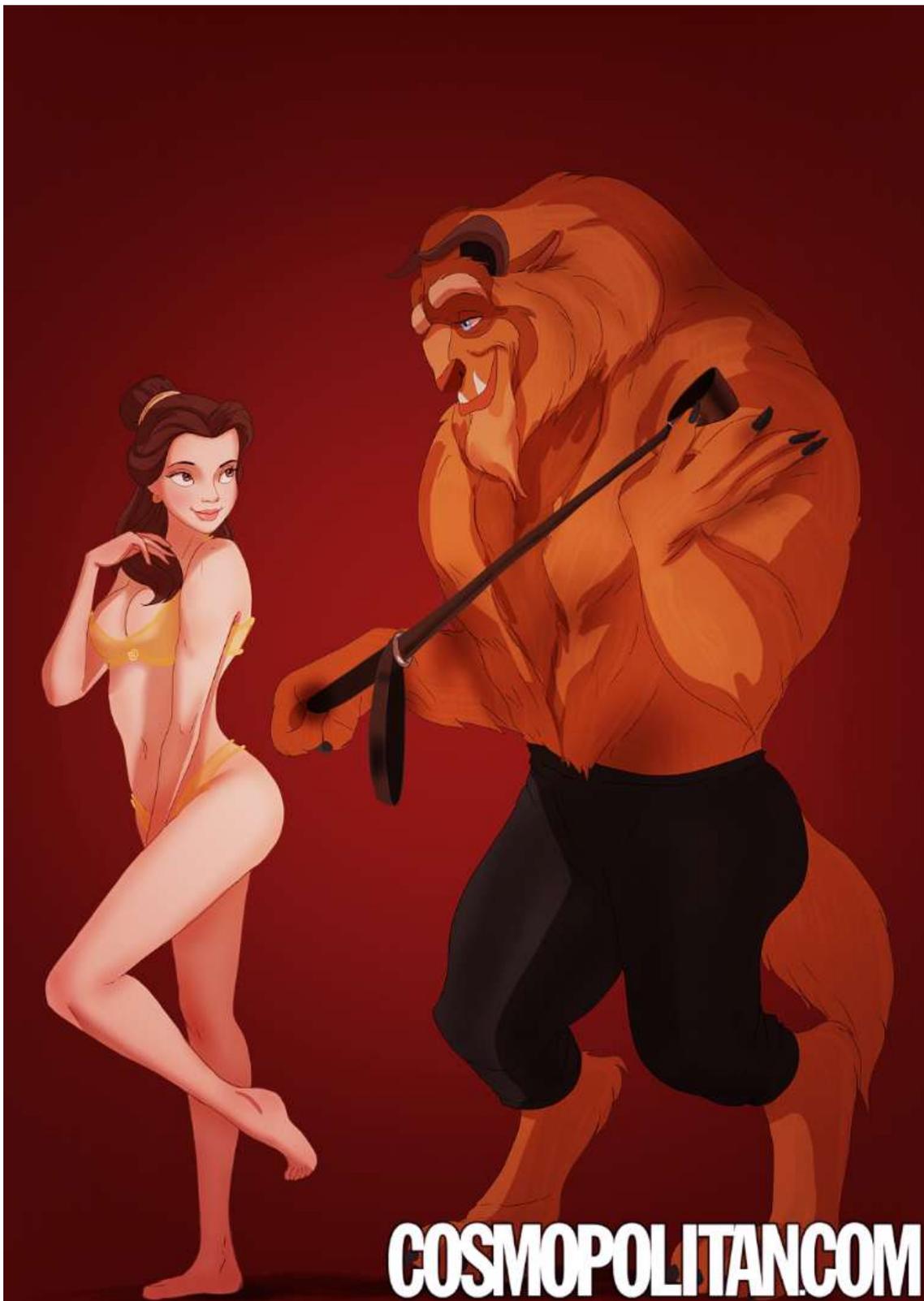


Fig. 30 - 8. Bella y Bestia, *La bella y la bestia*. Ilustración anónima. Encontrada en la revista Cosmopolitan en línea.

"Christian is standing over me grasping a plaited leather riding crop... He flicks the crop slowly into his palm as he gazes down on me. He's smiling, triumphant." — the (wet) dream sequence sex, *Fifty Shades of Grey*, p. 231

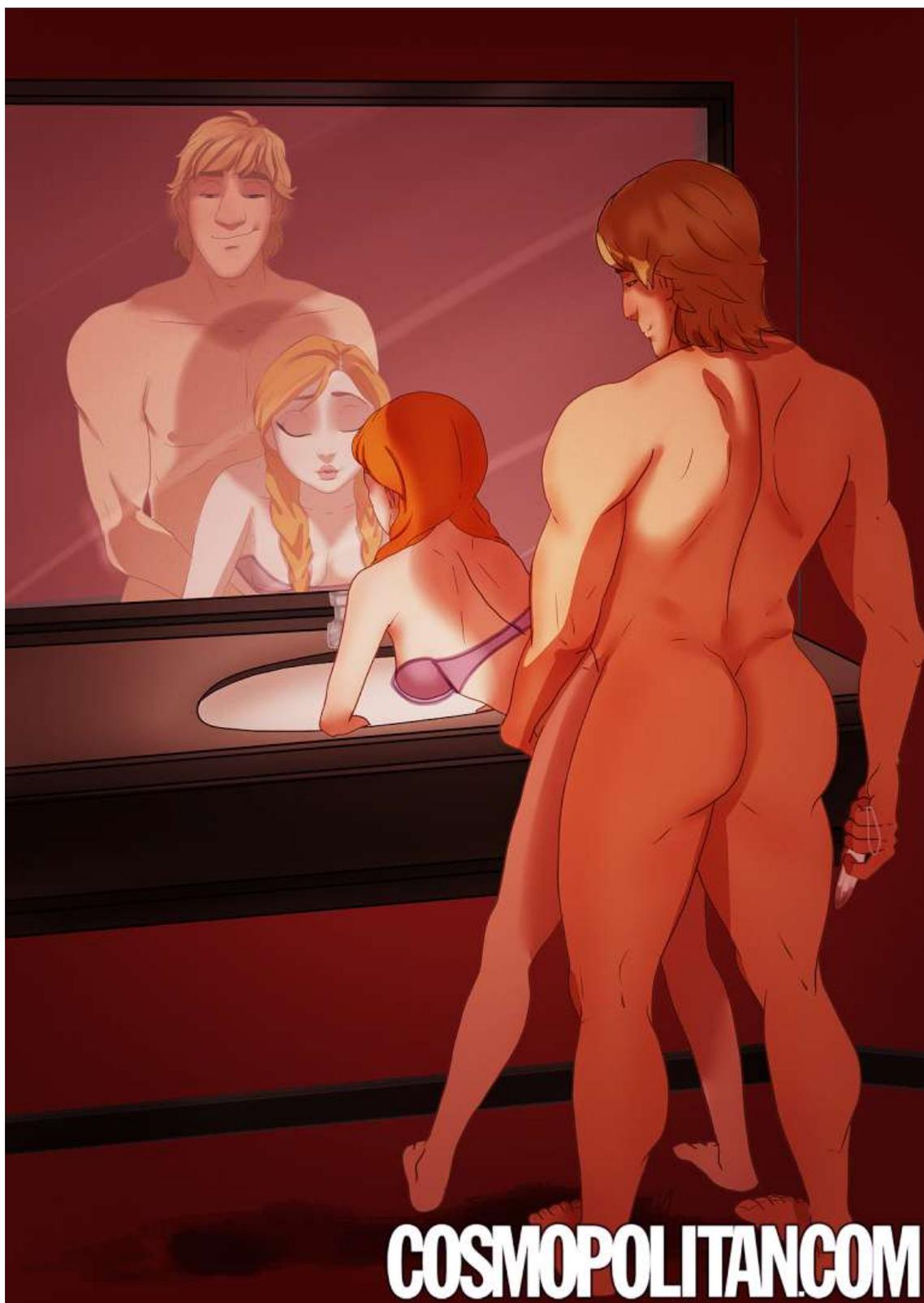


Fig. 31 - 9. Anna y Kristoff, *Frozen: el reino del hielo*. Ilustración anónima. Encontrada en la revista *Cosmopolitan* en línea.

"He reaches between my legs and pulls out the blue string — *what!?* — and gently takes my tampon out and tosses it into the nearby toilet. Sweet mother of all... *jeez*. And then he's inside me." — that too-wild-for-the-movie tampon scene, *Fifty Shades of Grey*, p. 430

Yo crecí viendo y amando las películas Disney; en los cuentos de princesas, uno de mis momentos favoritos es cuando todas unen fuerzas en una lucha casi épica por defender el amor verdadero, y se salvan los sueños de las princesas y se salva la historia de amor. En mi casa la mayoría de los filmes eran en inglés, porque nuestra madre y padre querían que aprendiésemos una segunda lengua, y ¿qué mejor manera de educarnos que entretenidas en nuestros filmes? Además del idioma y las canciones, que siguen grabadas en mí, ¿habré aprendido a enamorarme con estos cuentos?

La respuesta no es certera, no sé hasta qué punto fueron un modelo o no para mí, ni cuánto de mis historias se refieren a ellos particularmente. Los cruces entre el deseo, el gusto, la alegría, el amor y yo, con los cuentos de las princesas Disney, no son unidireccionales ni exclusivos. Sin embargo, por muchos años, hasta mi adolescencia, yo quería tener de mascotas un chaperón y un pastor inglés. Eran las mascotas de la Bella y su padre en *La bella y la bestia* y de Eric, el príncipe de *La sirenita*. Siento a estas historias de amor muy cercanas y muy lejanas a la vez.

He hecho un ejercicio de recordar cómo era para mí ver las películas Disney, con la intención de encontrar vínculos entre mis experiencias personales y estas historias. También he pensado que estas articulaciones pueden cruzar caminos, y como quien teje un nuevo vestido para sí, encontrar patrones, figuras y narrativas más allá de mi experiencia.

Mi hermana y yo teníamos prohibido ver televisión, pero podíamos ver películas las veces que quisiéramos. Aunque era una actividad habitual, seguía siendo emocionante y divertida. A Martina le encantaba *La bella durmiente*, a mí me aburría, yo prefería *La bella y la bestia* o *La sirenita*, ella las odiaba. No me acuerdo cómo finalmente llegábamos a un acuerdo. Tal vez algunas veces ni siquiera lo decidíamos nosotras, sino que se nos había olvidado pasar la cinta por la rebobinadora la última vez que

habíamos visto la película y nos tocaba ver la que estaba lista. En todo caso, una vez que empezaba el filme parecía conjurarse un encanto, mi atención se dirigía exclusivamente a la historia en la pequeña pantalla, y se desvanecían las puertas de madera y metal, los conejos, las piedras lajas, la alfombra, los estantes de mi casa.

No podría decir cuántas veces he visto *La bella y la bestia* o *La sirenita*, eran mis cuentos de hadas favoritos. Me gustaba que Ariel y Bella eran diferentes, además de ser bonitas tenían una personalidad fuerte, y disfrutaban cosas que al resto no le gustaba. A Bella le gustaba leer y le disgustaba el galán de su pueblo, todas creían que era rara. Ariel, la sirenita, en cambio estaba fascinada con el mundo humano. ¡Se maravillaba con los tenedores! Ambas querían lo extraordinario, una vida rica de emociones, lejos de lo usual, lo tonto, lo aburrido o lo mundano. Me divertía porque a ellas no les molestaba ser diferentes, y en vez de estar con las personas eran amigas de los peces, los caballos y las tazas; me parecían más sensibles.

He vuelto a mirar mis dos películas favoritas. Verlas es como una invitación a un mundo fantástico, a un mundo distinto al mío. He intentado contestarme ¿cómo me sentía lejos y cómo me sentía cerca de estas historias? Además de no ser yo: una sirena de la familia real, tampoco vivía en la campiña, ni tenía un caballo, no vivía en un castillo donde los cubiertos, la vajilla y las lámparas mágicamente me vestían de gala y me preparaban un festín. Pero podía vivir la fantasía al disfrutar de las historias.

Ahora que vuelvo a ver las películas adelanto el video hasta las partes de cantos y bailes entre brillos y escarchas, el resto me aburre. Y me doy cuenta que desde niña, lo que más me gustaba era la fiesta, ese glamour de la plebeya convertida en princesa. Cuando se prenden las luces del escenario y todo empieza a llenarse de colores burbujeantes, ya sea bajo el mar o en la piscina de champagne, todas se reúnen a cantar y es un espectáculo grandioso armado para el deleite de las princesas (ver página 73).



Fig. 32 Bella entre brillos y escarchas. *La Bella y la bestia*, 1991



Fig. 33 Ariel entre brillos y escarchas. *La sirenita*, 1989

La cualidad fantástica de amalgamar las realidades de la ficción y la no-ficción, es decir de experimentar la fantasía en el deleite con la historia, vuelve complejas las lecturas que podamos hacer sobre cómo éstas nos atraviesan. Se cruzan los sentidos que podríamos dar a la historia de amor y al objeto del deseo: no amamos sólo al personaje, nos enamoramos de la historia, con sus lugares, luces, tonos, secretos y tesoros.

Quizás en estos cuentos encontramos respuestas sobre la vida y el amor, sobre cómo hacer la propia historia. Puede ser que el gusto que me provocaba ver las películas y el cariño que les tengo se acerquen al sentimiento que tienen las lectoras de *Fifty Shades* para con la trilogía.

Entre el recuento y las reflexiones, observo que lo femenino está siempre cerca de estos cuentos; son historias de mujeres o para mujeres. El cuento de hadas y princesas es para las niñas que al crecer leerán revistas, novelas eróticas y románticas, verán telenovelas. A fin de cuentas, todas estas son historias de amor, lo que supuestamente compete a las mujeres por ser propias de las emociones. Aunque los niños y los hombres conozcan estos relatos, no deberían interesarles estos temas, porque la feminidad amenaza el orden racional de los hombres. Mi intención para este capítulo es indagar sobre otros mitos que construyen las formas e ideas de pareja, también presentes en *Fifty Shades*.

Anastasia Steele: ¿princesa Disney o chica Cosmo?

La ficción es como una telaraña, se sostiene siempre con tanta ligereza, pero es un sostén a la vida por todas sus cuatro esquinas.

—Virginia Woolf, *A Room for One's Own*, 1929

La analogía que se hace en estas ilustraciones entre Anastasia con su amante y las parejas Disney me es tan acertada que me provoca intriga. ¿Resulta del todo chocante

ver a las castas princesas Disney sexuadas y sexuales? ¿Por qué son comparables con Ana estas princesas de cuentos de hadas? En “Damsels and Heroines: The Conundrum of Post-Feminist Disney Princess” Cassandra Stover comenta:

A primera vista, la nueva mujer Disney representa una mejora alucinante en comparación con Blancanieves o Cenicienta... Con su lanzamiento de *La Sirenita* (1989) Disney hizo un giro hacia una “Nueva ola” de películas de princesas, se transformó a la damisela en una heroína de algún tipo, tanto con una voz como con un deseo de aventuras. Este acercamiento marcó el inicio, para las siguientes dos décadas, de heroínas proactivas que salen a buscar lo que quieren, con cualidades y rasgos de carácter progresista, correspondientes a los roles de género que se iban haciendo aceptables dentro de una sociedad con mujeres haciendo los mismos trabajos que los hombres. Si *Blancanieves*, *La bella durmiente* y *Cenicienta* ilustran a la mujer Disney tradicional: como objetos dóciles y bellos que esperan la llegada de su príncipe, entonces *Bella*, *Jazmin*, *Pocahontas*, *Meg*, *Mulán* y *Tiana* ejemplifican lo opuesto. Son enfocadas, ambiciosas, y en el caso de *Mulán* y *Pocahontas* literalmente heroicas, al realizar el papel tradicional del príncipe y salvar el día. (2013, p. 3).

Haciendo honor a la “Nueva ola” de Princesas Disney, *Anastasia* es una heroína de personalidad impetuosa, una mujer resuelta, una excelente Jefa de redacción y termina salvando el día de toda la familia Grey, cuando dispara a Jack Hyde, el antagonista de la pareja; se puede decir incluso que ella es audaz y valiente. ¿Cómo honran, a su vez, las princesas a *Anastasia*? en las ilustraciones ellas están disfrutando del sexo con sus príncipes.

A primera vista, como resalta Stover, estas figuras femeninas son progresistas y feministas ¿qué pasa con estas cualidades cuando nos detenemos a analizarlas? Al principio de *Cincuenta sombras más oscuras*, Christian y Ana discuten porque él le regaló a ella un Audi³¹ nuevo y vendió su Escarabajo³² viejo sin consultarle. Durante la

³¹ Dentro de la trilogía *Fifty Shades* Christian siempre regala a sus sumisas un automóvil marca: Audi, color: rojo, modelo: A3. Éste es el caso del coche en cuestión.

³² Nombre popular para el modelo de automóvil: Volkswagen Tipo 1. El primer modelo de este automóvil salió al mercado en Alemania en 1938; se volvió popular después de la guerra en las de 1950 y 1960.

pelea se pasan y devuelven las llaves del auto y el sobre con el cheque de la venta, hasta que Christian declara,

—Fin de la discusión Anastasia. No me presiones.

Le miro airada y entonces se me ocurre una cosa. Cojo el sobre y lo parto en dos trozos, y luego en dos más, y lo tiro. Ah qué bien sienta esto.

Christian me observa impassible, pero sé que acabo de prender la mecha y que debería retroceder. Se acaricia la barbilla.

—Desafiante como siempre, señorita Steele —dice con sequedad (James, 2012b, p. 101).

Christian se dirige a Ana como quien regaña a una pequeña niña por su mala conducta; ella en su cólera rompe el cheque dramáticamente. Anastasia es retratada de forma infantil, con esa insubordinación adolescente que reta a la autoridad y casi al instante “retrocede” acordándose de la advertencia: “No me presiones”. A lo largo de la trilogía Grey le recuerda frecuentemente a Ana que ella no es cualquiera, no es una de sus sumisas porque es “desafiante como siempre”. Así se define su albedrío, sin embargo en este extracto de la novela, en tan solo cuatro líneas Ana pasa de “Anastasia” a “señorita Steele” ante Mr. Grey.

Stover define una “nueva ola” de princesas Disney, las cuales son fuertes y resoponas de la misma manera que Anastasia. Propone que en estas protagonistas, Disney usa una retórica feminista, como cuando Jazmin declara “No soy un premio a ganar” o cuando Bella canta “Quiero mucho más que lo que ellos han planeado”. Pero, este deseo y representación de empoderamiento femenino es truncado por la infantilización de ellas mismas a lo largo de sus historias (2013, pp.4-5, trad. propia). Las heroínas de la nueva ola son ambiciosas y rebeldes, esto es lo que las hace especiales y las distingue de las damiselas silenciadas y dóciles. ¿Hasta dónde logran las valientes princesas desafiar a la autoridad? Stover lo pone así:

...emergiendo de las políticas conservadoras de la década de 1980 y bombardeadas con imágenes de la mujer profesional despiadada, demasiado enamorada de la ambición como para asumir una feminidad tradicional, la sociedad sólo podía aceptar

una mujer cuyas ambiciones se dirigieran al amor o una mujer con un inmenso amor por su padre. Esta tendencia es prominente en la representación posmoderna de los personajes de mujeres poderosas... Esta tendencia en Disney comienza con la aventurera Ariel, a quien la película reduce a una niña enferma de amor, cerrando el filme con la línea: “Te amo Papi,” y termina con las ambiciones del restaurant de Tiana... ella quiere asegurarse de que “El trabajo de Papi signifique algo” (2013, p. 5, trad. propia).

Las heroínas retan a la autoridad, pero sus motivos siempre son muy nobles; no son desafiantes por querer ser libres, sino que defienden alguna causa ajena. Mulán quiere salvar a su padre, el honor de la familia y a la nación, Bella quiere leer y salvar a su padre, Pocahontas quiere salvar a su tribu y a su enamorado. Estos cuentos no dan lugar para la rebeldía femenina, a menos que se la presente mesurada y sirva a un bien mayor en vez de a ellas mismas.

Se podría argumentar que la figura del héroe es altruista en esencia, en este caso no habría diferencia entre las heroínas nobles y los héroes honorables. Sin embargo, lo heroico de estas princesas se justifica y motiva en el amor al padre, el cual las infantiliza, porque la figura del padre representa esto que es más grande que ellas mismas.

Al igual que Ariel y Pocahontas, Anastasia está enferma de amor. *En Cincuenta sombras más oscuras* Ana está molesta con Grey y quiere irse a su casa porque él le lleva a cortarse el pelo con su primera amante; luego discuten porque una de las ex sumisas de Grey se asomó frente al trabajo de Anastasia y posee un arma. Entonces Christian quiere llevar a Ana a casa de él para poder protegerla de su ex, Leila. Esta escena conduce a lo siguiente:

Me mira fijamente.

—Vas a venir a mi apartamento así tenga que llevarte arrastrándote de los pelos... Me cruzo de brazos y me quedo mirándole. Esto ha ido demasiado lejos.

—No —proclamo tercamente. Tengo que defender mi postura.

—Puedes ir por tu propio pie o puedo llevarte yo. Lo que tú prefieras, Anastasia.

—No te atreverás —le desafío.

—Ay, nena, los dos sabemos que si me lanzas el guante, estaré encantado de recogerlo.

Nos miramos y de repente se agacha, me coge por los muslos, me levanta y me carga sobre sus hombros.

—¡Bájame! —chillo. Oh, qué bien sienta chillar. El empieza a recorrer la Segunda Avenida sin hacerme el menor caso. Me sujeta fuerte con un brazo alrededor de los muslos, y con la mano libre me va dando palmadas en el trasero... Se inclina, me besa el cabello, y ya está. Mi furia ha desaparecido por completo... Se disipa ante la amenaza de que pueda pasarle algo a Christian. La sola idea me resulta insoportable (James, 2012b, pp.112-114).

Vemos la representación de una mujer impotente, que chilla en vez de gritar, es terca y no fuerte y lejos de ser desafiante es juguetona. En esta escena la voluntad de Anastasia es ridiculizada y su desafío es más bien coquetería; esto la hace débil, y a sus 22 años de edad, digna de ser castigada a palmadas en la nalga mientras chilla y patalea, cargada a hombros por su enamorado en plena Segunda Avenida de Seattle.

Anastasia no está furiosa, más bien es una perita en dulce³³, preocupada de que Leila pueda hacerle daño a Christian, lo cual es bastante ingenuo, ni ella misma con su supuesta rebeldía logra desestabilizar la autoridad de Mr. Grey, mucho menos podría lograrlo una de sus sumisas. Anastasia está perdidamente enamorada de Grey y para una mujer no hay causa más noble que el amor, como resalta Cassandra Stover en la cita anterior. Este sentimiento le permite ser generosa y prioriza la seguridad de Christian antes que su propia furia, grito, voluntad, rebelión o libertad. En estas historias la infantilidad de enfermarse de amor justifica cualquier tipo de sacrificio o humillación de las heroínas, si defienden los intereses del hombre que desean.

La historia de la princesa no existe sin El caballero; los manuales de conducta para caballeros ingleses del siglo XVII estaban llenos de advertencias sobre los vicios, debilidades y virtudes de las mujeres, y de consejos para conseguir buenas esposas. En

³³ Expresión popular que se usa para decir que algo o alguien es deseable y agradable.

general, se entendía a las mujeres como “emocionales, frágiles y mal llevadas” (Biscetti, 2013, p. 162, trad. propia). Entre las emociones que, en supuestos, pertenecen a las mujeres está la ira, como la que siente Anastasia para romper el sobre o querer correr fuera del salón de belleza a su casa; *The Gentleman’s Companion* (1672) de Ramesey dice de la ira que “es un tipo de bajeza y pusilanimidad, por ende, está por debajo de un Caballero. Vemos que los débiles, enfermos, Viejos o de lo contrario Infantes, Tontos y Mujeres son más adictos a ella” (en Biscetti, 2013, p. 165, trad. propia). Como resalta Ramesey en su manual, la ira es cualidad o vicio compartido por mujeres, infantes y tontos, poniendo a estas tres categorías de personas en el mismo nivel de bajeza que él describe. Lo bajo se establece en contraposición a la supuesta altura de los caballeros. En la trilogía, la rebeldía de Anastasia está retratada en sus berrinches, al virar los ojos, hacer mohines, cruzarse de brazos, beberse una cerveza sin pedir permiso y disculparse constantemente por mala su conducta con Mr. Grey. Esta forma de infantilizar a Anastasia se vuelve asiduamente una estrategia para desautorizar sus respuestas; ya que, además de quitar a Anastasia la posibilidad de reacción, sus reacciones son insignificantes.

Los eventos de enojo de la señorita Steele con Mr. Grey se repiten una y otra vez a lo largo de la trilogía, casi siempre se presentan como rabietas que el Sr. Grey resuelve ágilmente. La discusión de la pareja, ya citada, es sobre la desautorización de Anastasia en la venta de su vehículo, pero se vuelve una discusión sobre la venta del Escarabajo en la que su enojo es insignificante o parece sobredimensionado. El fin de esta discusión lo pone Grey con toda la altura de un caballero; así lo narra Anastasia en *Cincuenta sombras más oscuras*,

—Desafiante como siempre, señorita Steele —dice con sequedad.

Gira sobre sus talones y se va a la otra habitación. Esta no es la reacción que esperaba. Había imaginado una catástrofe a gran escala. Me miro al espejo, me

encojo de hombros y decido hacerme una cola de caballo...Le sigo a la otra habitación y veo que está hablando por teléfono.

—Sí, veinticuatro mil dólares. Directamente.

Me mira, sigue impasible.

—Bien... ¿El lunes? Estupendo... No, eso es todo, Andrea.

Cuelga el teléfono.

—Ingresado en tu cuenta, el lunes. No juegues conmigo (James, 2012b, pp. 101-102).

Si la rabia es adicción de las mujeres, el orden o la razón han de ser de los hombres.

Sexy, pura y casta.

Quiero volver sobre la sexualidad de las princesas Disney en las ilustraciones del artículo Cosmopolitan vinculada a la de Anastasia y por qué no me choca del todo verlas así: sexuales. Cuando Stover habla sobre la construcción de la feminidad de estas princesas posmodernas comenta,

Mientras que las primeras películas de Disney presentaban madrastras malvadas y hadas madrinas, Disney postmoderna actualizó las figuras de autoridad y madurez a varones adultos como la fuente de aprobación y justificación para las aspiraciones de las heroínas, más bien reduciendo su agencia e independencia. Valerie Walkerdine observa que dentro de la cultura popular la presentación de inocencia infantil de la "hija de Papi: corruptible y vulnerable" es " más atractiva" para el público (Stover, 2013, p. 5, trad. propia).

La forma de infantilizar, parte de cualidades relacionadas con la inocencia, acercando la figura de una mujer sexual a la de una hija. Además esta hija está definida por su escasa autoridad, por no saber y necesitar ser instruida, por la fragilidad y la facilidad con que puede ser corrompida y por su amor incondicional a su padre o al hombre que le enseña sobre la vida.

Anastasia es inocente hasta que conoce a Christian, y casta hasta que él le hace el amor. Sucede que están en la casa de Mr. Grey negociando los acuerdos sexuales del contrato y él le pregunta:

—¿Hay algo que no quieras hacer?...

—Bueno nunca me he acostado con nadie así que no lo sé —le digo en voz baja...

—¿Por qué cojones no me lo habías dicho? —gruñe... Sabía que no tenías mucha experiencia, pero ¡virgen! —Lo dice como si fuera un insulto... — ¿Por qué has eludido el sexo? Cuéntamelo, por favor.

Me encojo de hombros.

—Nadie me ha... en fin...

Nadie me ha hecho sentir así, sólo tú...

—Ven —murmura.

—¿Qué?

—Vamos a arreglar esta situación ahora mismo.

—¿Qué situación? ¿Qué quieres decir?

—Tu situación, Ana. Voy a hacerte el amor, ahora.

—Oh...

—Si quieres, claro. No quiero tentar a la suerte... Me ruborizo, madre mía, mis deseos se hacen realidad...

—Eres una chica muy valiente —me susurra—. Me tienes fascinado (James, 2012a, pp.125-127).

Christian asume la virginidad de Ana como una situación que él debe resolver. Él toma el control sobre esta situación, que es de Ana, y acciona la historia. Es decir, que corrompe a Anastasia de tres formas. La una es al asumir que tiene autoridad y conocimiento sobre el estado y los deseos del cuerpo de Ana, y actuar sobre ése supuesto. La otra, es al desvirgarla; la iniciación sexual de Anastasia no la pervierte ni la daña, pero si refuerza un sentido de pertenencia y exclusividad emocional y por ende sexual, de Mr. Grey sobre ella. No solo esto, sino que la sensación de propiedad se insinúa desde antes, cuando Anastasia confiesa que sólo él le “hace sentir así”. La

última forma es que, aunque él le pregunta si ella lo quiere Ana es vulnerable por inexperta, entonces él decide cómo hacerlo, manteniendo el control, como es característico de su personaje. Es como si él siempre le llevara la delantera, tiene la ventaja de la experiencia.

Esto no implica que Ana no desee con ardor a Christian Grey. Esas ganas la llevaron a casa de él esa noche. Sin embargo, en los encuentros sexuales, tanto en la novela como en las ilustraciones, las protagonistas son castigadas o instruidas por sus príncipes (ver páginas 62-70). En esta fórmula, ellos pueden controlarlas mediante el deseo sexual, porque ellas van aprendiendo a satisfacer las fantasías masculinas, y a complacerse al hacerlo; este aprendizaje sobre la satisfacción y a quién le pertenece se reafirma en el comentario que hace Mr. Grey sobre la valentía de Ana y como ésta le fascina. Es una forma de aleccionar con condescendencia, suena a lo que un amo le diría a su perro durante el entrenamiento, justo antes de darle el premio por buena conducta, por cumplir una orden.

Dicha fórmula se repite una y otra vez a lo largo de las tres novelas, por ejemplo en la discusión de la pareja alrededor de la venta del automóvil. Después de que Christian ingresa el dinero en la cuenta de Ana y le advierte: “No juegues conmigo” Ana responde:

—¡Veinticuatro mil dólares! —casi grito—. ¿Y tú cómo sabes mi número de cuenta?

Mi ira coge a Christian por sorpresa.

—Yo lo sé todo de ti Anastasia —dice tranquilamente... Lo fulmino con la mirada y él me responde del mismo modo, dos tontos tozudos y enfadados desafiándose con los ojos. Y entonces lo noto: el tirón, esa electricidad entre nosotros, tangible, que nos arrastra a ambos. De pronto él me agarra y me empuja hasta la puerta... Con una mano en mi trasero me aprieta... Yo enredo los dedos en su cabello y me aferro a él con fuerza...

—Nunca me canso de ti. Eres una mujer desquiciante, enloquecedora (James, 2012b, pp. 102-103).

La voluntad de Anastasia es frágil y se rompe ante sus pasiones lascivas. La lujuria irracional de la mujer y sus peligros son mitos enraizados profundamente en la historia humana que han servido para disminuir o desprestigiar lo femenino.

Sally L. Kitch escribe sobre esta carga que tenemos las mujeres de ser: “Un enorme desastre natural”, heredada del mito de Adán y Eva. En *The Specter of Sex* la autora reflexiona sobre los estereotipos que organizan el género y explica que

...las insuficiencias de género de Eva se exageran por su vulnerabilidad ante la serpiente, lo cual la marca como una amenaza para los hombres, y se refuerzan con la maldición echada por Dios: dará a luz en dolor y será gobernada por su marido. Que Adán también fue maldecido, por lo general escapa a quienes se aferran a los orígenes bíblicos de la naturaleza inferior y el rol subordinado de la mujer” (2009, pp.19-20, trad. propia).

Si bien Grey puede controlar a Ana a través de su vulnerabilidad sexual, ella también usa esta misma herramienta como un arma para desarmarlo a él, para rendirlo a sus pies, con su belleza, su coquetería, su a veces fingida inocencia. Richard Barthwaite advierte a los Caballeros en *The English Gentleman* (1630): “mi exhortación es a la *Juventud*...que deseche a estas víboras [i.e. las mujeres con el comportamiento de una ramera] al primer asalto, y evitar la ocasión a la primera vez que se ofrece” (en Biscetti, 2013, pp.163, trad. propia). Por este motivo para Grey es muy importante que Anastasia sea prudente, buena, tímida, virgen, bella pero no despampanante. La mejor amiga de Ana: Kate, es todo lo contrario: sexy, guapa, coqueta, promiscua, sociable y segura de sí misma; Mr. Grey siente un gran disgusto por ella, y cada tanto se lo recuerda a Anastasia comparándolas a ambas.

Lo que Christian quiere es una buena esposa; para él Ana es particular porque, aunque su naturaleza femenina la lleva a pecar en las pasiones, a fin de cuentas es una mujer decente y discreta. Por esto ninguna de las sumisas anteriores de Mr. Grey, ni su primera Dominatrix, sino la simple Ana Steele logra enamorarlo y casarse con él. Porque ella cumple la fantasía masculina dictada por el manual de conducta.

Como explica Kitch de “quienes se aferran a los orígenes bíblicos de la inferioridad de la mujer y pasan por alto que Adán también fue maldecido por Dios” (2009, p. 20, trad. propia), en *The Gentleman's Companion* (1672) Richard Ramesey afirma:

...se nos enseñó por un Espíritu infalible, que el Hombre es la Cabeza de la Mujer; y que él no fue hecho para ella, sino ella para él, y él para Dios. Por lo tanto, ella ha de ser subordinada al Hombre. (en Biscetti, 2013, pp.165, trad. propia).

Como siguiendo la ley divina, en *Cincuenta sombras liberadas* Anastasia exclama: “por el amor de Dios, Christian. ¡Si significa tanto para ti, me cambiaré el apellido!” (James, 2012c, pp.164-175). En el libro, Ana es caracterizada como una buena mujer que está verdaderamente enamorada, hará lo que haga falta para consentir a su esposo. Pero este no es el único antecedente para que Anastasia Steele se convierta en la Sra. Grey.

Una vez que Ana acepta casarse con Mr. Grey, él le insiste en que deje de trabajar porque será él quien le proporcione el dinero, y eso no le falta. Ella no cede y mantiene su trabajo como asistente del jefe de redacción de una editorial, entonces Christian compra dicha editorial, de acuerdo a él, para proteger a Anastasia y porque resultará un buen negocio. El jefe directo Ana es despedido inmediatamente después de que Grey y su guardaespaldas aparentemente le dan una paliza, al enterarse de que intentó un acercamiento sexual violento hacia Ana. Por la emergencia del despido repentino Anastasia toma el puesto de su antiguo jefe, en un tiempo corto muestra ser una excelente jefa de redacción y se queda a cargo. En el trabajo, Ana sigue siendo Anastasia Steele, pero esto está a punto de cambiar.

El séptimo capítulo de *Cincuenta sombras más oscuras* trata sobre la negociación de la pareja por el cambio de apellido de Anastasia. La conversación empieza cuando Christian le envía un email a la señora Grey y éste le rebota. Él se da cuenta que Ana no ha cambiado el apellido en su trabajo y le escribe un email reclamándole al respecto, ella le contesta que quiere discutir del tema por la noche en casa y sigue con su trabajo.

Entonces Christian aparece repentinamente un par de horas más tarde en la oficina de Anastasia. La escena es la siguiente:

—Si nos disculpas, Roach, me gustaría hablar con la «señorita» Steele. —Christian alarga la S con cierto sarcasmo...

—¿Y qué puedo hacer por ti, Christian?

—Estoy examinando mis activos.

—¿Tus activos? ¿Todos?

—Todos. Algunos necesitan un cambio de nombre...

—Christian, estoy trabajando.

—A mí me ha parecido que estabas cotilleando con tu ayudante.

Me ruborizo...

—Me gusta hacer visitas sorpresa. Mantiene a la dirección siempre alerta y a las esposas en su lugar. Ya sabes —se encoje de hombros con una expresión arrogante...

—¿Por qué no te quieres cambiar el apellido aquí... Te avergüenzas de mí? —me pregunta con voz engañosamente suave.

—¡No! Christian, claro que no. Esto tiene que ver conmigo, no contigo...

—¿Cómo puede no tener que ver conmigo? —Ladea la cabeza, auténticamente perplejo... Joder, he herido sus sentimientos. Oh, no. Él es la última persona a la que querría hacer daño.

—¿Por qué es tan importante para ti? —le pregunto, desesperada por intentar aplacar su crispación...

—Quiero que todo el mundo sepa que eres mía... Quiero que tu mundo empiece y acabe conmigo —me dice con la expresión dura.

—Pero así es —le contesto sin pensarlo porque es la verdad—. Pero estoy intentando forjarme una carrera y no quiero utilizar tu nombre para eso...

—¿Quieres saber por qué conseguiste el trabajo Anastasia?... La dirección no quería contratar a un ejecutivo con experiencia teniendo en cuenta que se estaba negociando la venta de la empresa... Así que te dieron a ti el puesto de Hyde, para que te ocuparas de todo hasta que el nuevo dueño, es decir yo, se hiciera cargo...

Oh, mierda, estoy horrorizada.

—Relájate. Has estado más que a la altura del desafío. Lo has hecho muy bien. — Percibo un toque de orgullo en su voz y eso casi es mi perdición... Pero una de las razones por las que estoy aquí aparte de tratar algunas cosas con mi esposa descarriada, es para hablar de lo que voy a hacer con esta empresa... Le voy a cambiar el nombre a: Grey Publishing. Y dentro de un año va a ser tuya. Es mi regalo de bodas para ti... ¿O te gusta más Steele Publishing?

—Christian, ya me has regalado un reloj. Yo no sé llevar una empresa... He visto tan poco del mundo que prácticamente no sé nada.

—Eres una mujer brillante Anastasia, estoy seguro de que puedes hacerlo... Además, no estarás sola...

Sus ojos se oscurecen de esa forma... sensual, seductora lasciva...

—Ni se te ocurra...

—Eres mi mujer.

—Christian, no. Lo digo en serio. Esta noche podrás follarme mil veces peor que el domingo. Pero ahora no. ¡Aquí no!

—¿Mil veces peor que el domingo? Puede que utilice esas palabras en su contra señorita Steele.

—¡Oh deja ya lo de señorita Steele! —exclamo y doy un golpe en la mesa que nos sobresalta a los dos—. Por el amor de Dios, Christian. ¡Si significa tanto para ti, me cambiaré el apellido!...

—Misión cumplida. Ahora tengo trabajo. Si me disculpa señora Grey.

¡Arrrgggg! ¡Este hombre es exasperante!...

—Me encanta hacer negocios con usted, señora Grey. —Se acerca más. Yo sigo sentada y paralizada y él me da un suave y tierno beso en los labios—. Hasta luego, nena —me susurra y se levanta bruscamente, me guiña un ojo y se va (James, 2012c, pp.164-175).

No hay nada que Ana pueda hacer ante el poder. Él lo compra todo y como dueño impone su visión; ella es cada vez menos autónoma. Esta escena repasa todos los lugares comunes que resalto sobre los varios mitos explorados en esta primera parte del capítulo acerca de la sexualidad, la retórica feminista, la infantilización, el enamoramiento, las causas nobles, el orden y la instrucción, la fragilidad de las pasiones, como estrategias de desautorización y desvalorización de la mujer dentro de la pareja.

Más aún, esta discusión entre Grey y Ana, llega a lugares nuevos o asevera dinámicas ya insinuadas: Anastasia desafía el orden y no hay un desafío mutuo, como ella alguna vez menciona: “dos tontos tozudos desafiándose con los ojos” (James, 2012b, p.102), porque Christian es el orden. Es decir, no hay forma de que Grey desafíe a la señorita Steele, simplemente porque ella no tiene la autoridad suficiente sobre él como para poder ser desafiada. Así se pone en evidencia, y de manera contundente, el lugar subordinado de Ana frente a su marido, en la narrativa *Fifty Shades*.

Entre brillos y escarchas: la princesa y la plebeya.

Otro mito que se adhiere a la construcción de la pareja enamorada es que para que la historia de amor funcione es necesario encontrar a la “media naranja”. Rosa Montero explora algunos de estos mitos y sus fórmulas; en el cuento “Amor ciego” llama la atención sobre la imagen y lo imaginado de forma muy interesante:

Si eres tan fea como yo lo soy, fea hasta el frenesí...nadie deposita nunca en ti, eso puedo jurarlo, el deseo y la voluntad de creer que tu interior es bello. De modo que en realidad nadie te ama nunca, porque el amor es justamente eso: un espasmo de nuestra imaginación por el cual creemos reconocer en el otro al príncipe azul o la princesa rosa. No es que no me vean es que no me imaginan. (Montero, 1998, p. 200).

Ser imaginada tiene que ver con el juego de las miradas en la construcción de una misma. Es decir, quién es una, frente a la mirada de las otras y otros. Te anulas frente a quien te ve y no quiere imaginarte, sobre quien se cierra el interés y te descarta.

En las tres primeras páginas de *Cincuenta sombras de Grey* aparece Anastasia preparándose para entrevistar a Mr. Grey; cuando llega a las impresionantes oficinas de este magnate ejecutivo comienza a sentirse nerviosa,

Empiezo a pensar que debería haberme puesto una americana de vestir de Kate en vez de mi chaqueta azul marino. He hecho un esfuerzo y me he puesto la única falda que tengo, mis cómodas botas marrones hasta la rodilla y un jersey azul. Para mí ya es ir elegante. Me paso por detrás de la oreja un mechón de pelo que se me ha soltado de la coleta fingiendo no sentirme intimidada (James, 2012a, p. 13).

Parece que Anastasia hace un intento ridículo por verse sobria. Esto no es propio de ella, prefiere ir cómoda antes que atractiva, no sólo a esta entrevista, sino en su día a día; no usa faldas que avisten sus piernas o amplíen sus caderas, ni americanas que ciñan su cintura y alarguen su figura. Más bien, utiliza jerseys, que recuerdan un poco a la pijama: un tejido suave, cómodo y calentito. En vez de tacones o bailarinas, tiene un par de cómodas botas. Ella no se arriesga a vestir de rojo, negro, blanco o púrpura, prefiere algo clásico y poco llamativo como el marrón y el azul marino. Tampoco se

ocupa del peinado, lleva una cola de caballo mal ajustada que ha empezado a desarmarse. Ana no suena guapa ni fea, más bien parece simplona y descuidada.

En cambio, Christian me recuerda al príncipe en *La bella y la bestia*: ambos jóvenes, extremadamente encantadores, engreídos, impecables, arrogantes, solitarios, fríos, malhumorados, con un imperio en sus manos. La primera impresión que Ana se lleva de Mr. Grey es la de un hombre “muy joven y atractivo, muy atractivo. Alto, con un elegantísimo traje gris” (James, 2012a, p. 16). ¿Podrá Christian Grey amar a una mujer ordinaria como Anastasia Steele? En su manual para caballeros Ramesey comenta que “un soltero vive libre...Él no tiene...a quien complacer, ni a quién disgustar, ni quien lo controle” (en Biscetti, 2013, p. 165), así es como se presenta a Mr. Grey: el soltero más deseado.

¿Puede una mujer corromper a su antojo las frivolidades de tremendo señor? El mismo tipo de manuales como los que escribió Ramesey, hablan del peligro de la sexualidad y la belleza engañosa de las mujeres, que sirve para atrapar a los hombres y rendirlos ante ellas o manipularlos a su conveniencia. Éste también es el arma de Anastasia, si bien Grey puede controlarla manipulando su lujuria, ella igualmente se vale de su propia sexualidad para desarmarlo a él.

Después que Christian y Anastasia se han conocido y han expresado que desean estar juntos, se reúnen a negociar las cláusulas del contrato que normalmente él exige para iniciar una relación sexual. Pero como siempre, Ana logra romper todas las reglas de Grey: ya han tenido sexo un par de veces antes de firmarlo. Esta vez Anastasia no usa su única y triste falda combinada con la comodidad de sus botas marrón, a esta cita ella va preparada. Ha pedido prestada ropa a su amiga Kate, se lava y se peina el cabello para que caiga en ondas hasta su pecho y sobre su espalda, se maquilla sutilmente y escoge un vestido color ciruela con tacones perfectamente a juego. Antes de salir le

pregunta a Kate: “¿cómo estoy?” y ella le contesta: “vas a arrasar Ana, estás de escándalo, este vestido le va muy bien a tu tono de piel, ¡y se te marca todo!...Con vestido, lo tendrás comiendo en tu mano” (James, 2012a, pp. 232-3).

La entrada de Anastasia es discreta pero contundente:

Me quedo unos segundos parada en la entrada del bar, observándolo, admirando la vista. Él lanza una mirada, creo que nerviosa, hacia la puerta y al verme se queda inmóvil...

—Estás impresionante —murmura—. Un vestido, señorita Steele. Me parece muy bien (James, 2012a, p. 233).

En esta ocasión aunque él intenta seducirla, Anastasia pone los límites de disponibilidad y tiempo, y se va cuando decide que quiere irse. Christian está perplejo con la transformación del primer al segundo encuentro; él pensó “que Anastasia era una sumisa nata. Pero, la verdad no está seguro de que tenga madera de sumisa” (James, 2012a, p. 246). Aun así, “quiere de verdad que esto funcione”. Y le pide a Anastasia que “confíe en él y se lo tomarán con calma” (James, 2012a, p. 249). Tal parece que Anastasia, altiva, puede someter incluso al poderoso Mr. Grey.

En esta reunión Anastasia es potente, tiene otra actitud, diferente de la que había tenido en la entrevista. Para empezar, se ha preparado, ya no asume un papel tan ingenuo o descuidado como en la primera reunión. Se dispone a seducir, esta es su munición, solo así podrá conquistarlo. La estrategia es el vestuario que resalta lo sexual de su cuerpo: un vestido ceñido acentúa las curvas de los senos y las caderas, permite ver la redondez de las nalgas, delinea discretamente la pelvis entre los contornos del vientre y los muslos. El tono ciruela es sugerente, como los frutos o las violetas, pero es sobrio, no cae en lo supuestamente vulgar, ni es demasiado llamativo como por ejemplo: el rojo bermellón. La atención sobre su propio cuerpo la fortalece; al vestirse de “femme fatale”, Anastasia entra en personaje y su comportamiento cambia.



Fig. 34 "La niña Ana Steele". Anastasia Steele en la película *Fifty Shades of Grey*, 2015

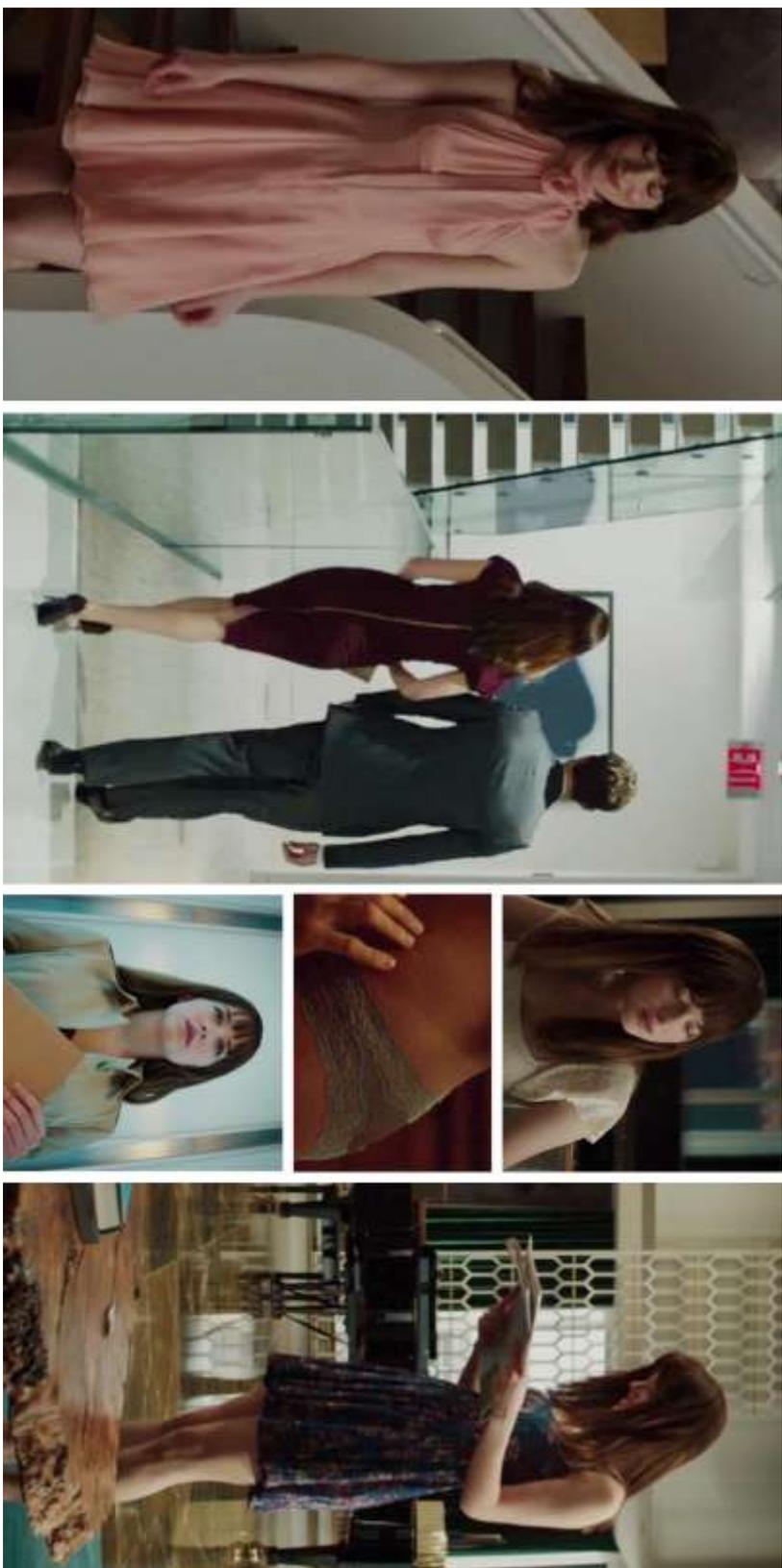


Fig. 35 "La mujer Ana Steele". Anastasia Steele en la película *Fifty Shades of Grey*, 2015.

Solamente en el ámbito de la seducción Ana puede estar a la altura de Mr. Grey, casi como pares. La preparación de ella no se basa en aprender técnicas de negocios, ni leyes, tampoco en cómo llevar un argumento o dirigir una discusión. Anastasia se alista para ser agradable a la vista y sugerente para los sentidos, despertar pasiones que puedan despistar la razón de Mr. Grey lo suficiente como para nublar su juicio y mantenerlo cerca de ella. Dentro de esta narrativa el rol de Anastasia se reduce a una simple distracción, hecha a la medida de los gustos de Grey (ver páginas 90 y 91).

Dressing-up³⁴: al interior del encanto.

En la primera novela se enfatiza la transformación de Anastasia de infantil e inocente a mujer sexual y madura. Este cambio se representa en la vestimenta de Ana y su apariencia corporal (ver páginas 90 y 91). Por ejemplo, ella empieza a llevar el cabello suelto en vez de sujetárselo en coletas o trenzas, cambia los sacos de lana por chaquetas de cuero, las camisetas por blusas, comienza a usar vestidos por encima de la rodilla y bragas de encaje. Toda esta nueva ropa fue seleccionada y comprada por Christian para luego entregarla a Anastasia (ver Fig. 35, p.91). Como parte de las normas de la relación, el contrato que Grey le presenta a Ana tiene la siguiente especificación sobre la vestimenta:

Ropa: Durante la vigencia del contrato, la Sumisa solo llevará ropa que el Amo haya aprobado. El Amo ofrecerá a la Sumisa un presupuesto para ropa, que la Sumisa debe utilizar. El Amo acompañará a la Sumisa a comprar ropa cuando sea necesario. Si el Amo así lo exige, mientras el contrato esté vigente, la Sumisa se pondrá los adornos que le exija el Amo, en su presencia o en cualquier otro momento que el Amo considere oportuno (James, 2012b, p. 192).

Anastasia no es apta para Mr. Grey por sí sola, ella debe adecuarse de distintas maneras para poder estar a la altura de su esposo.

³⁴ Palabra combinada del inglés. Se refiere al acto de disfrazarse o de vestirse y arreglarse con especial cuidado para un evento específico.

Me recuerda a los cuentos de hadas, con la historia de que el príncipe se casa con la plebeya y le presta sus dominios para que ella pueda ser digna de una buena vida, él la convierte en algo agradable y le da valor a su existencia. En *Fifty Shades*, Anastasia junto con otras heroínas de cuentos como: *La cenicienta*, *La sirenita*, *La bella y la bestia*, siempre están a prueba, constantemente parecen tener que dar cuenta de su valía, su lugar no está asegurado. Los hombres en estas historias no pasan por el mismo proceso, ellos ya están a la altura, ellos marcan la altura.

El contrato en *Cincuenta sombras de grey* expone esta relación claramente, aunque este papel nunca se firma, establece en gran parte la forma en que Ana y Grey se relacionan a lo largo de la novela. El apartado 15.3 del documento especifica que “el Amo ofrecerá a la Sumisa el entrenamiento y la orientación necesarios para servir adecuadamente al Amo” (James, 2012a, p. 189). Se supone que esto alude exclusivamente a lo sexual, pero después el límite se torna ambiguo cuando el contrato detalla varias normas que tienen que ver con hábitos de alimentación, comportamiento, sueño, deporte, vestimenta. Los príncipes ya son los dueños del castillo y del encanto; su honor, su razón o sus derechos no están en discusión, las heroínas deben adecuarse a los estándares marcados por ellos.

La bella y la bestia abre con una escena bellísima de un bosque frondoso, con altos pinos y arbustos de rosas, riachuelos que fluyen y al fondo, por encima de las copas de los árboles, un castillo. Pronto el escenario cambia las formas orgánicas, por vitrales coloridos y puntiagudos que cuentan cómo el príncipe se convierte en bestia por un encanto. Mi escena predilecta es cuando la vieja hechicera se transforma en hada, espléndida, grácil y altiva con rizos de oro y una corona de luz; su vestido verde es exuberante como el bosque mismo y el príncipe arrepentido a sus pies, suplica disculpas (ver Fig. 36, p. 94). Sólo este tipo de belleza majestuosa podría doblegar a un príncipe.



Fig. 36, Escena de apertura de *La bella y la bestia*, 1991. Vitral. La mendiga se convierte en bella hechicera y el príncipe suplica de rodillas.

La transformación de la chica ordinaria: Anastasia, Bella, Cenicienta, en princesa, sucede como en un encanto casi imperceptible, entre brillos y escarchas ellas aparecen vestidas de gala y al verlas los príncipes caen enamorados (ver Fig. 37, p. 96). En *Cincuenta sombras más oscuras* Ana y Christian irán a una gala de beneficencia organizada por la familia Grey, para la ocasión él le ha comprado joyas y un vestido.

Anastasia se viste y cuenta:

He entrado en un mundo alternativo. La joven que me devuelve la mirada desde el espejo parece digna de la alfombra roja. Su vestido de satén plateado, sin tirantes y largo hasta los pies, es sencillamente espectacular. Puede que yo misma escriba a Caroline Acton. Es entallado y realza las escasas curvas que tengo... Me he maquillado lo mínimo: lápiz de ojos, rímel, un toque de colorete y pintalabios rosa pálido (James, 2012b, p. 144).

Apenas la mira, Christian casi pierde el aliento, entonces decide que al fin es hora de presentarle su enorme biblioteca. Anastasia está fascinada, anonadada, pues los libros van del piso al techo, ella quiere devorarlos todos; pero la propuesta de Christian es más bien que en un futuro cercano la desafiará a una partida de billar (James, 2012b, p. 146-147).

Poco después, en la siguiente y única visita a la biblioteca, la señorita Steele y Mr. Grey tienen sexo gloriosamente sobre la mesa de billar, bajo una enorme lámpara de Tiffany, en el centro del salón de la biblioteca (James, 2012b, pp. 268-74). A Anastasia no se le reprocha el deseo sexual, como a las heroínas Disney, pero si se le censura el deseo de saber por cuenta propia. Para que se cumpla la historia del final feliz, tiene que mantenerse ingenua.

“Amor ciego” cierra con la protagonista diciendo “uno siempre es inocente cuando ama, siempre regresa a la misma edad emocional, al umbral eterno de la adolescencia. Pura y hermosa fui porque desee y me desearon. El amor es una mentira, pero funciona” (Montero, 1998, 210). Al evidenciar el truco detrás del hechizo que mitifica



Fig. 37, Anastasia y Christian entrando a la gala de beneficencia de la familia Grey. Escenas de “La mujer Ana Steele”. Imágenes del tráiler oficial de *Fifty Shades Darker*, 2017.

el amor puro en estas historias, se quiebra el encanto que lo hace legítimo. En este caso es la mujer protagonista quien rompe el maleficio, más aún, en esta historia nunca hubo un hechizo de ingenuidad infantil sobre ella. La protagonista siempre alcanzó a ver los mecanismos tras la magia y los brillos. Se puede desmitificar la malicia y lo impropio de lo femenino en los cuentos de Disney o *Fifty Shades* cuando se entiende que la metáfora del embrujo la lanzan los príncipes, como los dueños del encanto del castillo.

Conclusiones

Se nos ha dado las estrellas. Las constelaciones las hacemos nosotras. Eso quiere decir, que las estrellas existen en el cosmos, pero las constelaciones son las líneas imaginarias que trazamos entre ellas, las lecturas que hacemos del cielo, las historias que contamos.

—Rebecca Solnit, *Storming the Gates of Paradise: Landscape for Politics*, 2007

Realizar esta tesis ha sido un proceso muy rico de reflexión y aprendizaje, de cansarme del tema y volver a tomar viada, de cambiar el enfoque, descartar, indagar y nuevamente seleccionar, redirigir la investigación. En un principio tenía una mirada más ingenua y radical, si se quiere, hacía todo el frenesí alrededor del fenómeno Fifty Shades. Me parecía absurdo, denigrante y hasta patético. Mi tutora siempre me decía que estuviera abierta a la posibilidad de que no es malo del todo, que quizás para alguien si resulta una lectura o un momento emancipador.

Cuando empecé a buscar literatura para el marco teórico comencé por Foucault, Butler, Bordieu, de Lauretis, Eco, Kristeva, Deleuze, Barthes. Mis primeros análisis iban alrededor de las tecnologías del género, el capital simbólico y la microfísica del poder. Estos acercamientos no me permitían detenerme en los detalles, hacía lecturas muy generales que me llevaban a afirmaciones absolutas, conclusiones cerradas, opiniones planas, vínculos lineales y principalmente un texto aburrido. Finalmente escogí investigaciones específicas antes que grandes nombres, de esa lista sólo mantengo a Barthes en diálogo con el resto de ideas y autoras en mi trabajo. En algún punto me di cuenta que no estaba escribiendo filosofía sino haciendo un estudio de caso, que puede ser profundo y sugestivo pero no tiene porqué dirigirse hacia las verdades absolutas.

Me ha impresionado lo entreverada que es la industria del entertainment. Un bestseller de tan alto impacto como la trilogía *Fifty Shades of Grey* involucra a una red de industrias creativas impresionante, no se queda en las editoriales, las librerías o las reseñas de revista, que ya es bastante. Este impacto significa que tiene mercado, para expandir el fenómeno cultural y ligarlo al fenómeno comercial se vinculan un sinnúmero de otras industrias como la musical, cinematográfica, comunicación y medios masivos, juguetes sexuales, textil, moda, joyera. El éxito de las ventas en los mercados globalizados se fortalece con la diversificación tematizada de los productos y servicios que el paraguas de la marca pueda cubrir.

Es particular de *Fifty Shades* que el fenómeno surgió de manera independiente, se hizo viral en línea y posteriormente fue comprado y mercadeado por empresas transnacionales. Creo que habría sido interesante investigar sobre el internet como herramienta, lo viral de los contenidos en línea y las formas de socialización que se están dando en esta red y las redes sociales. Desde los blogs y las páginas de fans *Fifty Shades* se crean grupos de whatsapp, por ejemplo, donde se discuten fantasías y confesiones sexuales.

Al pensar en *Fifty Shades* como un fenómeno donde conviven narrativas y dinámicas tanto modernas como posmodernas yo me pregunto si esta narrativa mixta, ¿será la evidencia de un momento de transición determinante entre lo moderno y lo posmoderno? Y, aunque vivimos en la era del internet, de los mensajes de texto, los chats, el ciber-activismo, y el consumo-desecho inmediato, es innegable que la historia lineal y casual que cuentan las novelas, resuena con millones de personas a nivel mundial. ¿Habrá un sentido de nostalgia por un pasado más certero en cuanto a las relaciones sexuales y el romance?

Muy pronto durante mi investigación encontré que la estética tiene un papel importante en la significación y el valor que se da a las personalidades, identidades, ideologías. Específicamente en las industrias de contenidos, la estética informa los permisos y las censuras; esto se evidencia por ejemplo, cuando es necesaria la identificación de *Fifty Shades of Grey* como erotismo y no pornografía. Pienso que se podría plantear un análisis parecido al que hice sobre la cultura sexualizada, la tematización, la regulación de los contenidos y el feminismo, sobre las prácticas BDSM en el fenómeno y la historia *Fifty Shades*; estas prácticas son patologizadas, más que estetizadas.

A partir de la estetización y Beyoncé me hubiera encantado profundizar sobre temas de raza y clase, pero se desviaba de mi tema central. Quiero plantear como propuesta para investigar a futuro mis reflexiones al respecto. ¿Cómo se expresan los ideales de un feminismo blanco de clase media en una diosa sexual negra como Beyoncé? Parecería que los problemas referentes a privilegio y raza se borran. Una mujer negra “con clase” si puede acceder al estatus de diosa sexual, de Reina del pop y de multimillonaria. Pero el fenómeno del blanqueamiento, que también atraviesa a la artista, implica que en este caso el problema de raza no se ha borrado, más bien ha sido absorbido y estetizado para satisfacer a la clase, de la misma manera en que se estetizan los contenidos sexuales para mantener “lo obscuro a la deriva” (Stover, 2006, p. 77).

Luego, en mi segundo capítulo me di cuenta que la estética no tiene que ver simplemente con las industrias de contenidos y las imágenes publicitarias. Al adentrarme en el tema de los cuentos y los mitos entendí que las imágenes literarias también se construyen con un sentido de estética. Y más aún, no es sólo la estética que informa, sino también y principalmente las historias mismas. La significación de una

persona, su lugar en el mundo, sus pertenencias se definen en la historia. Y la historia es relativa, es construida.

Lo histórico, aunque alude a los sucesos y la verdad, se hace a partir de historias y mitos. Está en lo que nos contamos generación tras generación; cuáles son las historias que vale contar y las de quién, depende de quién las cuenta y cómo. La historia de las relaciones de género tiene un peso importante en la construcción de lo femenino como identidad de la mujer y lo que esta identidad supone para nosotras. El registro de los hechos históricos no es automático ni objetivo, ni tampoco lo son los sucesos históricos que han marcado tan diferenciadamente las relaciones de género.

La investigación de esta tesis me ha catapultado hacia nuevos intereses y reflexiones. La trilogía *Fifty Shades* ha sido criticada fuertemente como aburrida, mal escrita, machista, superficial, incluso incoherente y estúpida. Si bien yo creo que muchas de estas críticas pueden estar en lo cierto, pienso que no se alimentan únicamente de esta certeza.

Por un lado hay un contexto histórico que subestima de irrelevante y superficial a la novela rosa, y la categoriza como una lectura carente y de mujeres. Por otra parte, en el caso de *Fifty Shades* esta crítica tan dura también podría vincularse a los permisos y censuras alrededor de la sexualidad femenina, de la “falta de clase” o el atrevimiento de expresar abiertamente la libido de la mujer. Y si se supone que es un libro para mujeres, debe ser erótico y no pornográfico. Me interesa situarme fuera de esa línea histórica que tacha de inválidos a estos géneros literarios y a sus lectoras, entender que las lecturas de estos procesos son profundas y complejas. Y no sólo sus lecturas, pero también sus relaciones históricas.

Anexos



Fig. 38, meme harteado³⁵ en la colección "50 Shades Of Grey" de minniecc, una Greyexperta en Weheartit.com – 59 corazones



Fig. 39, meme encontrado en el tablero: "love me some fifty shades ;)" de monroe23: una Greysessed en Pinterest.com

³⁵ Término utilizado en Weheartit.com cuando alguien señala que "ama" la publicación de alguien más dentro del sitio web. Es cuando se marca una publicación con un corazón (<3) o un *heart*, en inglés.



Fig. 40, meme encontrado en el perfil *Tu Eres Mi Mas @ElAmoLaSumisa*: una Greyexperta en Twitter.com



Fig. 41, meme encontrado en el tablero: "love me some fifty shades ;)" de *monroe23*: una Greysessed en Pinterest.com



Fig. 42, meme encontrado en el tablero "love me some fifty shades ;)" de Ashley J, una Greysessed en Pinterest.com – pin no. 34269647135997178 – guardado en 247 tableros



Fig. 43, meme encontrado en el tablero "50 Sombras" de Christian Grey, una Greyexperta en Pinfrases.com – pin cual-es-tu-nuevo-plan-de-vida – guardado en 2 tableros



Fig. 44, meme encontrado en el tablero: "love me some fifty shades ;)" de Ashley J: una Greysessed en Pinterest.com – pin no. 34269647135344289 – guardado en 821 tableros

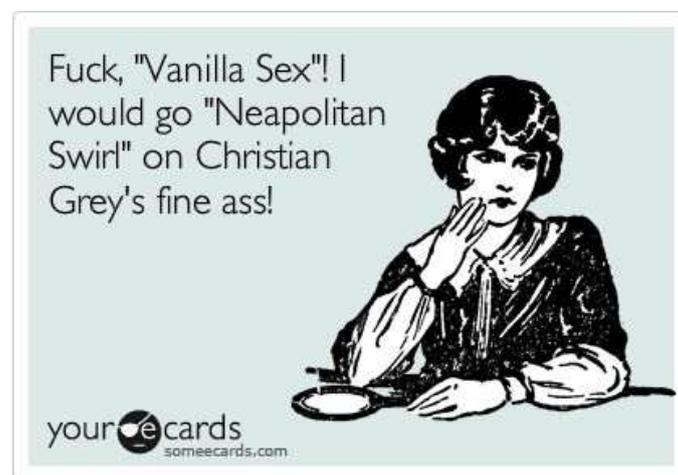


Fig. 45, meme encontrado en el perfil: "love me some fifty shades ;)" de monroe23: una Greysessed en Pinterest.com

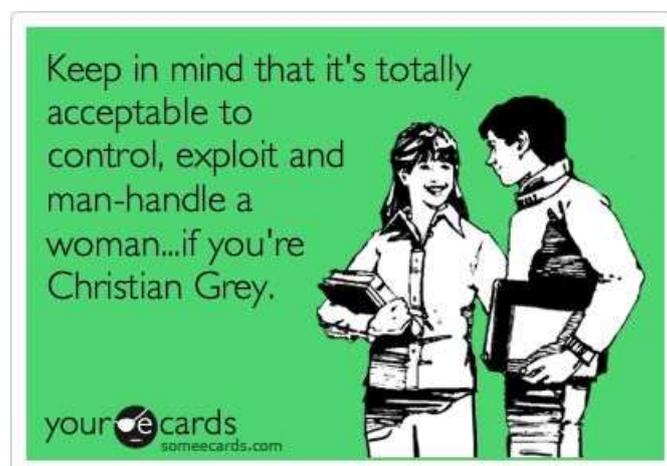


Fig. 46, meme encontrado en el perfil: "love me some fifty shades ;)" de monroe23: una Greysessed en Pinterest.com

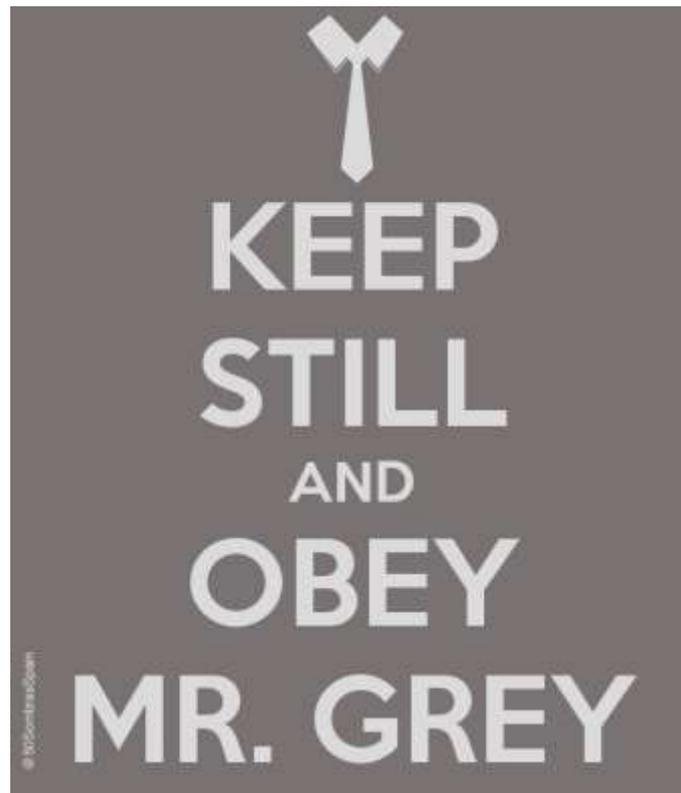


Fig. 47, encontrado entre las confesiones Cassie Piasecki: *Three Reasons Why "Fifty Shades of Grey" Makes Us Better Women*, en itsCassie.com

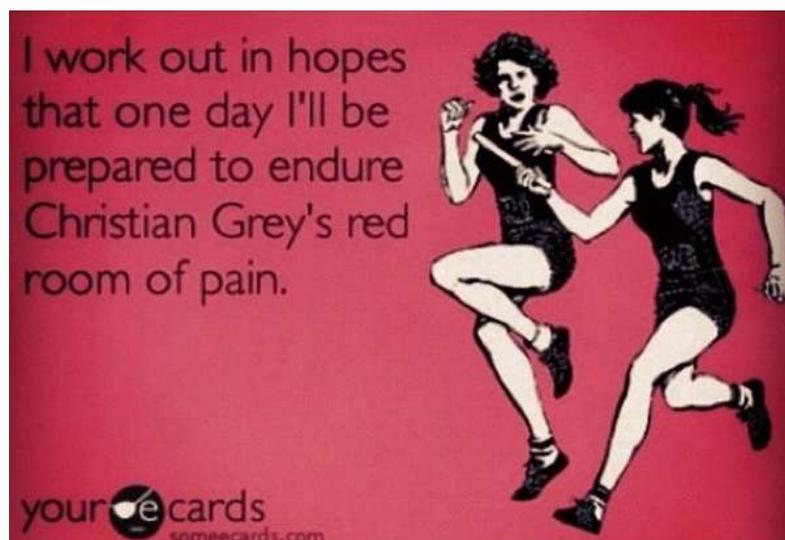


Fig. 48, encontrado entre las confesiones Cassie Piasecki: *Three Reasons Why "Fifty Shades of Grey" Makes Us Better Women*, en itsCassie.com



Fig. 49, meme encontrado en el perfil: *Inspiration Belieber* de una *belieber*, una Greysessed en Tumblr.com



Fig. 50, meme encontrado en el perfil: *Cincuenta Sombras de Christian Grey*, en Facebook.com

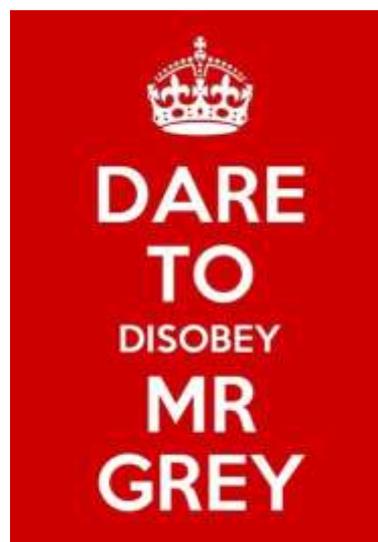


Fig. 51, meme encontrado en el tablero "50 Shades <3" de Ashley Benally, una Greysessed en Pinterest.com – pin no. 520728775638099330 - guardado en 83 tableros

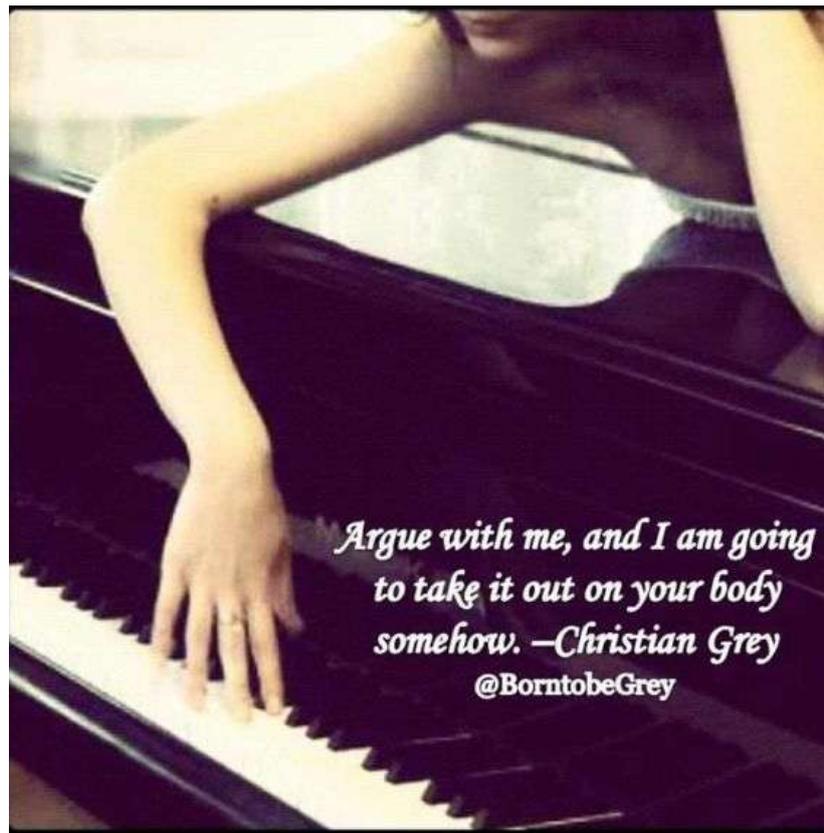


Fig. 52, meme encontrado en el tablero "My Fifty Shades" de Elva Garza, una Greysessed en Pinterest.com – pin no. 490259109406612833 – guardado en 1400 tableros



Fig. 53, publicación encontrada en el perfil de una Greyexperta @50sombras, en Twitter.com



Fig. 54, publicación encontrada en el perfil de una Greyexperta @50sombras, en Twitter.com



Fig. 55, publicación encontrada en el perfil de una Greyexperta @50sombras, en Twitter.com



Fig. 56, publicación hearteada en la colección “50 Shades Of Grey” de minniecc, una Greyexperta en Weheartit.com



Fig. 57, meme reheartead³⁶ en la colección “50 Shades Of Grey” de minniecc, una Greyexperta en Weheartit.com – 472 corazones

³⁶ En Weheartit.com. Volver a marcar con un corazón una publicación que anteriormente ya fue marcada con un corazón por alguien más

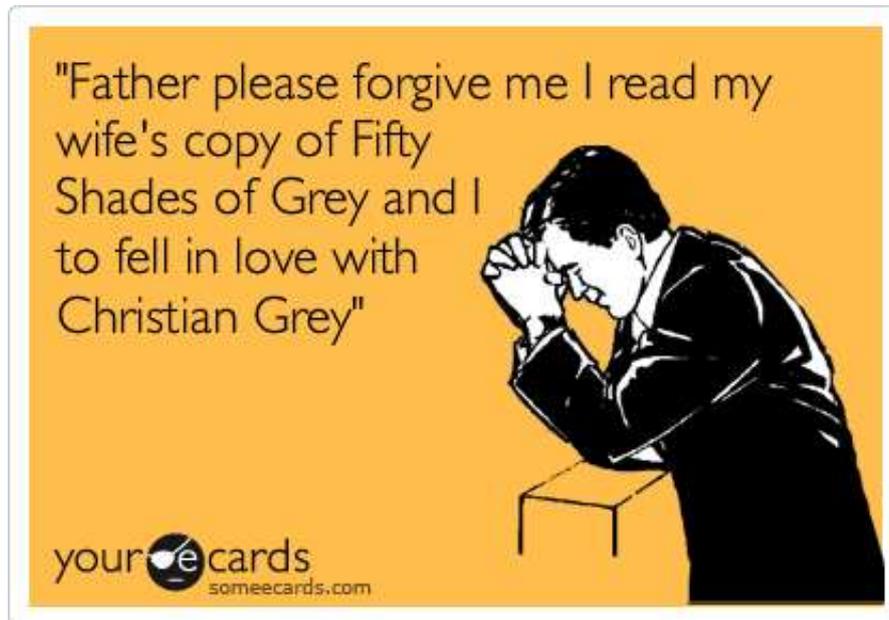


Fig. 58, meme encontrado en el perfil de *hoopers1*, en Someecards.com



Fig. 59, meme encontrado en la colección "50 Shades Of Grey" de *minniecc*, una Greyexperta en Weheartit.com – 11.352 corazon

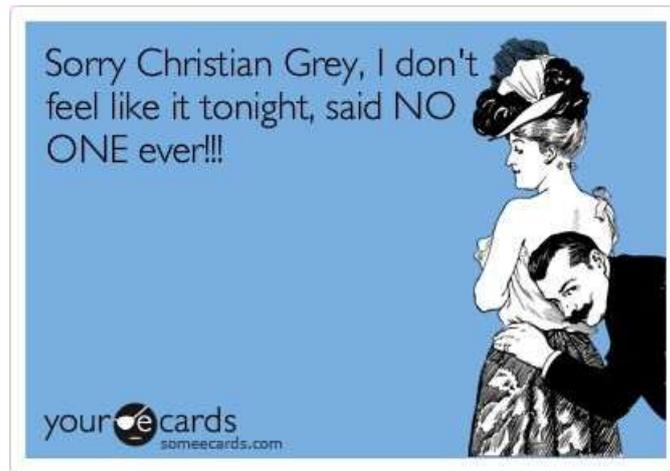


Fig. 60, meme encontrado en el perfil: *"love me some fifty shades ;)"* de *monroe23*: una Greysessed en [Pinterest.com](https://www.pinterest.com)



Fig. 61, meme encontrado en el perfil: *"love me some fifty shades ;)"* de *monroe23*: una Greysessed en [Pinterest.com](https://www.pinterest.com)

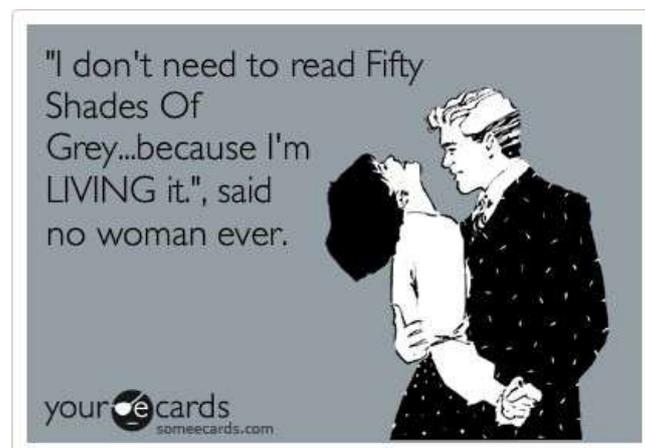


Fig. 62, meme encontrado en el perfil: *"love me some fifty shades ;)"* de *monroe23*: una Greysessed en [Pinterest.com](https://www.pinterest.com)

Referencias

- Adichie, C. N. (2009, Julio). Chimamanda Ngozi Adichie: The danger of a single story [Video]. Recuperado de https://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story?language=en
- ABC News. (2012, abril 20). [video] Fifty Shades of Grey: Author Speaks. (part 1). Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=Fpm_1iERyoU
- Attwood, F. (2006). Sexed Up: Theorizing the Sexualization of Culture. *Sexualities*, 9(1), 77-94. <http://doi.org/10.1177/1363460706053336>
- Barthes, R. (1977). Rhetoric of Image. En S. Heath. *Image-Music-Text*. (pp. 32-51). Great Britain. Fontana Press.
- Biscetti, S. (2012). Representations of femininity in seventeenth century conduct manuals for gentlemen. *Gender Studies*, 11(1), 160-171.
- Bowker. (2012). *Who's really reading 50 Shades?*. Recuperado de: <http://www.bowker.com/news/2012/Whos-Really-Reading-50-Shades.html>
- Cullen, J. (2004). *The American dream: A short history of an idea that shaped a nation*. Oxford University Press, USA.
- Ellison, J. (2013, April 4). Mrs. Carter Uncut. *Vogue*, Mayo. Recuperado el 4, octubre, 2016, de: <http://www.vogue.co.uk/article/beyonce-interview-may-vogue>
- Flood, A. (2015). Fifty Shades of Grey sequel breaks sales records. *The Guardian*. Recuperado el 23 de marzo de 2016 de: <http://www.theguardian.com/books/2015/jun/23/fifty-shades-of-grey-sequel-breaks->

sales-records

Internet Movie Database. (2016). *Cincuenta sombras más oscuras*. Recuperado el 10 de julio de 2016 de: http://www.imdb.com/title/tt4465564/?ref=nm_sr_1IMDB.

James, E. (2012a). *Cincuenta sombras de Grey*. Random House Mondadori SAS, Colombia.

James, E. (2012b). *Cincuenta sombras más oscuras*. Random House Mondadori SAS, Colombia.

James, E. (2012c). *Cincuenta sombras liberadas*. Random House Mondadori SAS, Colombia.

James, E. (2015). [en línea] *Fifty Shades Worldwide*. Recuperado el 06 abril 2015 de <http://www.eljamesauthor.com/books/50-shades-worldwide/>

Kit, B. (2012). Universal, Focus Acquire Rights to 'Fifty Shades of Grey'. The Hollywood Reporter. Recuperado el 23 de marzo de 2016 de: <http://www.hollywoodreporter.com/news/50-shades-grey-universal-focus-acquire-rights-304163>

Kitch, S. (2009). *Women are a Huge Natural Calamity. The specter of sex: Gendered foundations of racial formation in the United States*. (pp. 17-24). SUNY Press.

Knowles, B. (2014, November 24). *Haunted* [Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=K4r4IysSgLE>

Lewis, Andrew. (2014). *Fifty Shades of Grey Sales hit 100 million*. The Hollywood Reporter. Recuperado el 31 de octubre de 2015 de: <http://www.hollywoodreporter.com/news/fifty-shades-grey-sales-hit-683852>.

- Martel, F. (2012). *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. Santillana Ediciones Generales.
- Montero, R. (1998). *Amantes y enemigos: cuentos de parejas*. Alfaguara. (pp. 198-210).
- Osnos, P. (2012, August 28). How 'Fifty Shades of Grey' Dominated Publishing. *The Atlantic*. Recuperado de:
<http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/08/how-fifty-shades-of-grey-dominated-publishing/261653/>
- Rees, A. (2015, February 11). If Disney Couples Starred in "Fifty Shades of Grey". *Cosmopolitan*. Recuperado de:
<http://www.cosmopolitan.com/entertainment/movies/news/a36375/if-disney-couples-starred-in-fifty-shades-of-grey/>
- Skavlan. (2014). [video] E L James Interview. (part 1). Recuperado el 09 abril de 2015 de: <https://www.youtube.com/watch?v=9ni4jHltqPE>
- Stover, C. (2013). Damsels and Heroines: The Conundrum of the Post-Feminist Disney Princess. *LUX: A Journal of Transdisciplinary Writing and Research from Claremont Graduate University*, 2(1), 29.
- TheBeyShow Reloaded. (2016, September 9). *Bey - VMAs 2014* [video]. Recuperado de:
https://www.youtube.com/watch?annotation_id=annotation_1210879985&feature=iv&src_vid=SK4jYxmJD_o&v=QhJJ1mq0kFk
- Trousdale, G., & Wise, K. (Directores). (1991). *Beauty and the Beast* [película]. E.E.U.U: Walt Disney Pictures.

Tuttle, B. (2015, February 24). Fifty Shades of Grey Box Office Already Tops 7 Best Picture Nominees Combined. Money. Retrieved from <http://time.com/money/3720701/fifty-shades-of-grey-box-office-oscars/>

Universal Pictures. (2014, November 14). Fifty Shades Of Grey - Official Trailer 2 (Universal Pictures) HD [Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=S7jE27USh68>

Warner, K. (2015, February 13). 20 Legitimately Good Erotic Novels You Must Read. *Cosmopolitan*. Recuperado de: <http://www.cosmopolitan.com/entertainment/books/a36506/erotic-novels-you-must-read/>