

ISSN: 2683-3247

# HUMANITAS

REVISTA DE TEORÍA, CRÍTICA Y ESTUDIOS LITERARIOS

VOL. 4 NÚM. 7  
JULIO-DICIEMBRE  
2024



UANL

CENTRO  
ESTUDIOS  
HUMANÍSTICOS

# Humanitas

Revista de Teoría, Crítica y Estudios Literarios

<http://humanitas.uanl.mx/>

La representación del amor romántico en las  
tarjetas de fantasía de la Época de Oro 1900-1921

The representation of romantic love in the  
fantasy cards of the Golden Age 1900-1921

Jesús Gerardo Cervantes Flores  
Universidad Autónoma de Coahuila  
Saltillo, México

[orcid.org/0000-0001-5174-763](https://orcid.org/0000-0001-5174-763)

Carlos Recio Dávila

[orcid.org/0000-0002-7295-9451](https://orcid.org/0000-0002-7295-9451)

**Fecha entrega:** 18-11-2023 **Fecha aceptación:** 18-7-2024

**Editor:** Víctor Barrera Enderle. Universidad Autónoma de Nuevo León, Centro de Estudios Humanísticos, Monterrey, Nuevo León, México.

**Copyright:** © 2024, Cervantes Flores, Jesús Gerardo. This is an open-access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution License [CC BY 4.0], which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.



**DOI:** <https://doi.org/10.29105/revistahumanitas4.7-73>

**Email:** [j.cervantes@uadec.edu.mx](mailto:j.cervantes@uadec.edu.mx) [carlos\\_recio@uadec.edu.mx](mailto:carlos_recio@uadec.edu.mx)

## La representación del amor romántico en las tarjetas de fantasía de la Época de Oro 1900-1921

### The representation of romantic love in the fantasy cards of the Golden Age 1900-1921

Jesús Gerardo Cervantes Flores  
Universidad Autónoma de Coahuila  
Saltillo, México  
[j.cervantes@uadec.edu.mx](mailto:j.cervantes@uadec.edu.mx)

Carlos Recio Dávila  
Universidad Autónoma de Coahuila  
Saltillo, México  
[carlos\\_recio@uadec.edu.mx](mailto:carlos_recio@uadec.edu.mx)

**Resumen.** A partir de los conceptos de amor romántico, definido por autores como Giddens, Fromm, Hernández, Rodríguez, Corona y Rodríguez, entre otros, el artículo examina la representación de este tipo de amor en tarjetas postales de la Época de Oro, destacando cómo estas imágenes significaron una forma de materializar el afecto y cariño de la época y cómo los remitentes y destinatarios establecían una complicidad simbólica a través de ellas.

**Palabras clave:** Representación, Amor romántico, tarjetas postales, Época de Oro

**Abstract.** Based on the concepts of romantic love, defined by authors such as Giddens, Fromm, Hernández, Rodríguez, Corona and Rodríguez, among others, the article examines the representation of this type of love in postcards of the Golden Age, highlighting how these images were a way of materializing the affection and affection of the time and how senders and recipients established a symbolic complicity through them.

**Key words:** Representation, Romantic love, postcards, Golden Age.

## Introducción

En el presente artículo el amor se presenta como un concepto polisémico y socialmente construido a través de prácticas y significados transmitidos en la socialización primaria y secundaria. A partir de una plataforma teórica basada en el construccionismo social y el interaccionismo simbólico, el artículo explora el concepto del amor y profundiza, siguiendo a autores como Giddens, Hernández (2014); Rodríguez y Rodríguez (2016) en el amor romántico.

Se observa que el amor romántico se caracteriza por la idealización de la pareja, la unión mística y para toda la vida, la aceptación de todo por amor, entre otros mitos. Se analiza la representación del amor romántico en las tarjetas postales de la Bella Época utilizadas en los primeros años del siglo XX como medios para expresar afecto y cariño, especialmente en este tipo de soportes editados en París, calificada como la “capital del amor”. Estas postales, en particular, eran consideradas como un subgrupo de la gran categoría de tarjetas conocidas como “de fantasía” y presentaban imágenes de parejas enamoradas en poses teatrales y estilizadas. Para preservar su privacidad, a menudo los remitentes escribían mensajes en clave lo que permitía mantener oculto ante ojos indiscretos lo que deseaban transmitir. Estas características se abordan en este texto.

Las imágenes por lo regular consistían en fotografías directas a partir de negativo o bien mediante la técnica de la fototipia, fundamentalmente en blanco y negro. En muchas ocasiones eran realzadas a la acuarela, y representaban la estética propia de la Belle Époque en las poses, los vestuarios y los decorados. Sobre las imágenes los editores agregaban ciertas leyendas impresas que

sugieran la naturaleza romántica de la supuesta relación entre la pareja de modelos. Los remitentes, al escribir en el reverso de estos soportes de cartoncillo, podían proyectar sus emociones sentimentales hacia los destinatarios, a través de los personajes representados; y en ello, entraba en juego las aspiraciones y complicidades propias de una relación romántica.

Finalmente se concluye que las tarjetas de fantasía de temas románticos representaban registros diferentes –iconográfico y textual–, que bien podían reforzar el sentimiento afectivo o, en ocasiones, guardar distancia entre la imagen presente y el manuscrito, además de la posición en que era colocada la estampilla postal la cual podría también ofrecer un mensaje implícito.

## **El amor**

De acuerdo con Manrique (2009) el amor, lejos de ser un concepto único, objetivo y transparente, es polisémico, variable y contradictorio. Por esa razón, no se plantea una definición concreta, sino una serie de conceptos –en ocasiones contradictorios entre sí– para intentar caminar en la definición de un concepto tan complejo como el amor.

Al amor comúnmente se le entiende como un sentimiento que nace de una atracción, pero también es una construcción social a través de la cual se sostienen gran parte de las relaciones erótico-amorosas; un dispositivo social que establece una serie de prácticas y significados en los cuales los individuos son adiestrados (García, 2015), a través de socializaciones primarias, como la familia y secundarias, como la escuela, los medios de comunicación, grupos religiosos o cualquier otro grupo social al cual pertenezca el individuo. Porque, tal como lo resume Sztajnszrajber (2020),

amar es entrar en un dispositivo que establece, a priori, una serie de conceptos y prácticas a seguir.

A través de las interacciones, el individuo construye sus universos simbólicos, es decir, aprende y da significado a sus concepciones de amor, las cuales también pudieran ser aprendidas, expresadas y legitimadas a través de las imágenes con las que se encuentra en sus interacciones cotidianas, como las postales analizadas en este artículo, mismas que son, también, una forma de representación cultural del amor.

En este sentido, Tenorio (2012) señala que los grupos sociales a los cuales el individuo está adherido, determinan sus discursos y prácticas en torno al amor –y a otros conceptos–, por lo cual, en una relación amorosa no sólo intervienen los valores individuales del sujeto, sino también los establecidos por los grupos sociales a los que éste pertenece. De aquí, que las representaciones en productos culturales, a través de las cuales se legitiman ideas y prácticas, sean tan significativas en la construcción social del concepto de amor.

El amor puede entenderse como una construcción social moldeada a partir de los universos simbólicos de un momento histórico, geográfico, cultural, político y tecnológico determinado. Hagene (2008) señala que las experiencias corporales y sensitivas son determinantes en la construcción social del concepto de amor, tanto como las narrativas populares a las que el individuo está expuesto a lo largo de su vida, por lo tanto, el concepto del amor es tan cambiante como la cultura misma. Además, señala, en el amor heterosexual se presenta una reproducción desigual entre los géneros, donde es común que las mujeres se vean subordinadas a los hombres, situación constante a lo largo de la historia en muchas sociedades.

Por otra parte, Fromm (1959) define al amor como una actividad problemática para las sociedades contemporáneas, al señalar que las personas, lejos de enfocarse en su propia capacidad de amar y entregarse a otro, buscan ser amadas. De ahí que exista la creencia de que entre más atractiva –en lo físico y/o en la personalidad– sea una persona, más digna será de ser amada. Para este autor, en las sociedades capitalistas y mercantilizadas –como la actual– el amor se ha convertido en un producto más; la persona espera recibir del otro con quien se relaciona de manera amorosa igual o más de lo que da.

Desde la visión socioconstruccionista, el amor romántico está presente en la cultura occidental, por lo menos, desde finales del siglo XVIII, tomando fuerza en el siglo XIX, hasta nuestros días y se ha representado –por lo tanto, legitimado– a través de diversos productos artísticos y culturales, por ejemplo, en novelas como *María* de Jorge Isaacs, *Madame Bovary* de Gustave Flaubert o *Thèrese Raquin*, de Emile Zola.

Por otra parte, Ferry (2013) plantea que el amor en la actualidad se asocia más a una forma de trascender y darle sentido a la existencia, por encima de un concepto asociado al erotismo y la intimidad.

Finalmente, el amor, lejos de ser un sentimiento o una emoción, es un sistema de valoración que forma parte de un conjunto de experiencias sostenidas en un elaborado sistema de creencias y valores morales y estéticos; un sistema en el que interactúan pensamiento, emoción y acción, donde se adoptan formas y significaciones múltiples y, de cada individuo, surgen de una serie de ideas, valores y prácticas que, en cada contexto dinámico, son entendidas de manera distinta (Solomon, 1977; Esteban, 2007).



## La definición reglamentada del amor

La Real Academia Española define el amor en varias acepciones, y refiere el concepto no sólo en el ser humano sino incluso también en los animales. De esta manera lo señala como un “Sentimiento intenso del ser humano que, partiendo de su propia insuficiencia, necesita y busca el encuentro y unión con otro ser”. En otra acepción lo significa como el sentimiento “hacia otra persona que naturalmente nos atrae y que, procurando reciprocidad en el deseo de unión, nos completa, alegra y da energía para convivir, comunicarnos y crear”. En una tercera acepción refiere el concepto como un sentimiento “de afecto, inclinación y entrega a alguien o algo” y finalmente como la tendencia “a la unión sexual”. Igualmente lo señala como “Voluntad, consentimiento” o bien “Relaciones amorosas”, e incluso como “Apetito sexual de los animales”. (<https://dle.rae.es>).

De esta manera, la Real Academia no distingue otros tipos de amor fuera de tres conceptos, que señala: el “amor platónico”, el “amor libre” o el “amor propio”<sup>1</sup> Curiosamente no aparecen conceptos como el “amor filial” o el “amor maternal”, entre otros.

## Amor romántico

Platón ([385-370 a.C.], 2010), a través del diálogo de “El banquete”, intenta definir las múltiples concepciones y expresiones en torno al amor y lo define como un acto inherente al ser humano, que se presenta en cualquier contexto donde éste se encuentre. En la

---

<sup>1</sup> La RAE define el *amor libre* como las “acciones sexuales no reguladas”; el *amor platónico* como “amor idealizado sin relación sexual”; y el *amor propio* como “amor que alguien se profesa a sí mismo, y especialmente a su prestigio” o bien “Afán de mejorar la propia actuación”. (<https://dle.rae.es>).

actualidad, diversos autores y diversas autoras (Rodríguez, 2017; Rodríguez y Rodríguez, 2016; Pascual, 2016; Hernández, 2014; Ferry, 2013; Carmona, 2011; Corona y Rodríguez, 2000; Giddens, 1998) han caracterizado al amor en diversos tipos, ya que el concepto del amor suele ser referido para innumerables fenómenos, y puede ser dividido en tipos, con características diferenciadas.

Este texto se centra en el amor romántico, de manera que se deja de lado a otros tipos de amor de pareja, como el amor apasionado o el confluyente, los cuales pueden tomar fuerza en una etapa posterior del proceso sentimental. Asimismo, se dejan de lado a otros tipos de amor como el fraternal, filial o materno.

El amor romántico se puede definir como un sentimiento a través del cual se crean vínculos conyugales recíprocos y exclusivos tanto afectiva como sexualmente (Hernández, 2014). Rodríguez y Rodríguez (2016) agregan que el amor romántico se centra en la idealización del amor enfocado en una sola persona, a la cual se le considera única e inigualable, aspirando a la fusión o simbiosis entre quienes conforman la pareja, con el objetivo de encontrar la felicidad.

El amor romántico pareciera estar tan normalizado en las sociedades actuales que se cree que este tipo de amor ha acompañado siempre a la humanidad, sin embargo, Giddens (1998) señala que éste nace apenas a finales del siglo XVIII asumiendo uniones heterosexuales idealizadas y pensadas para toda la vida. Ideales morales del cristianismo que, según el autor, en la actualidad y conforme avanzan las sociedades, se han fragmentado, especialmente desde la presión de los movimientos feministas, en los cuales se ha luchado por la deconstrucción o, en algunos casos, la eliminación del amor romántico puesto que es considerado por

algunas autoras (Hagene, 2008; Butler, 2006) como una forma de amor desigual donde las mujeres son subordinadas a los hombres.

Rodríguez (2017) señala que el amor romántico se sostiene en una serie de mitos entre los que destacan la imposibilidad de poner límites al amor; la renuncia a cualquier cosa por amor; la justificación de cualquier acto siempre que sea por amor, incluyendo los actos violentos; el amor que da todo sin esperar nada a cambio; existir por y para el ser amado; asumir que cuando se está en pareja todas las necesidades afectivas del individuo están cubiertas; el amor de verdad se encuentra en una sola persona, con la que se está destinado a estar; las mujeres, al ser el pilar fundamental de la familia, deben estar dispuestas al sacrificio de cualquier cosa por la persona amada; el amor romántico es la máxima aspiración de una chica buena y; ante el desamor no hay acciones equivocadas o violentas, siempre y cuando lo que se busque sea recuperar a la persona amada.

Estos y otros tantos mitos que se enmarcan en la idea del amor romántico se presentan como verdades absolutas e incuestionables resistentes al cambio (Rodríguez, 2017). En este sentido, Pascual (2016) encuentra problemáticos algunos de los mitos puesto que su asimilación genera incapacidad de reconocer las posibles violencias entre quienes viven la relación. La autora agrega que el amor romántico asocia el encuentro de la persona amada con la felicidad. De manera que dentro del amor romántico se cree imposible aspirar a la felicidad si no se está en pareja. Por eso, el amor romántico parece que se concentra en una búsqueda: la de la persona indicada, ese amor verdadero que una vez encontrándolo, conducirá a la felicidad.

## **El amor como una búsqueda.**

Una de las características del amor romántico es que su ejercicio se centra en la búsqueda de ese ser especial, único, al que se le amaré para toda la vida, y no como una facultad o capacidad del ser humano, como lo señalaba Fromm, (1959).

La búsqueda de ese ser especial y único es ilustrado por Platón ([385-370 a.C.], 2010), en el diálogo de *El banquete* a través del mito fundacional de la separación de los seres dobles, donde señala que, en tiempos primitivos, los humanos eran seres dobles: de dos cabezas, cuatro piernas y cuatro brazos. Era una raza fuerte pero orgullosa y atrevida; un día intentaron escalar al sitio de los Dioses. Por ello, Júpiter, con el objetivo de disminuirlos, lanzó un rayo que los partió en dos, condenándolos a la búsqueda de su otra mitad para sentirse complementados. Así, el mito de la separación de los seres dobles es uno de los primeros indicios del entendimiento del amor como la búsqueda de una persona –y sólo una, única y especial– que complementará al individuo.

Caruso ([1979], 2016) establece dos formas de amor: el egoísta y el que acepta al ser amado. El egoísta ve al ser amado como un objeto al cual poseer e incorporarle a sí mismo, a diferencia de quien acepta al ser amado, quien se relaciona con el otro tal y como es. Sztajnszrajber (2020) hace una relectura del amor egoísta de Caruso en la actualidad y lo define como la expansión del individuo que centra su atención en la posesión de otro idealizado. Lo problemático de la búsqueda de un ser ideal es que se esfuerza en adaptar y manipular la identidad del otro hasta que sea lo más cercano a ese ideal.

En este sentido, Fromm (1959) señala que el gran problema del amor es pensar que se trata de la búsqueda de alguien y que,

una vez que el individuo llegue a encontrarse con ese alguien, todo puede resolverse en el terreno de lo amoroso y de la felicidad. Un planteamiento romántico y mágico en torno al amor.

### **La mercantilización en el amor.**

Otra de las características del amor romántico es la mercantilización. Fromm (1959) señala que en una sociedad mercantilizada el amor no es inmune, pues las personas buscan un intercambio favorable en términos de atracción y deseo, lo que les hace enfocarse en ser personas más atractivas y deseables para los otros, con el objetivo de conseguir la persona más atrayente posible a su alcance. Con ello existe un alejamiento respecto a lo que el autor considera más importante: enfocarse en su propia capacidad de amar.

Ese objetivo de ser más atractivo y deseable ante los otros pudiera asociarse a la belleza. Para Carrit ([1948] 1974) la belleza es el conjunto de elementos que combinan armoniosamente en proporciones adecuadas que resultan agradables a la vista, el oído y la imaginación. La belleza depende, siempre, del contexto cultural desde el cual se le sitúe; no es posible hablar de una belleza universal, ya que la idea de belleza de cada individuo está determinada al contexto cultural donde se encuentre, sin dejar de lado la hegemonía etnocéntrica que determina a través de los productos culturales –cine, televisión, música, etc.– qué es atractivo, estético o bello y qué no. Las tarjetas postales aquí analizadas son, también, una forma etnocéntrica de definir qué es atractivo.

### **Materialización metafórica del amor**

En la tradición de la sabiduría popular los tipos de amor refieren a percepciones distintas entre dos personas que se atraen, algunos de

los cuales han sido materializados en forma simbólica. Tal es el caso los corazones rojos, estilizados, en torno al día de San Valentín, como una forma de amor sensible y tierno. En los emoticones utilizados en las redes sociales existe una forma estilizada e invariable de corazones para representar el amor o la aceptación respecto a un mensaje o estímulo. Así, el corazón rojo significa “me encanta”, el corazón blanco representa un sentimiento puro de afecto, como el corazón negro puede aludir al luto o a una relación de admiración, entre otros.

A partir del emblema del corazón como símbolo del amor, en los jardines del Castillo de Villandry en Francia hay un conjunto de cuatro cuadros denominado “El jardín del amor”: En él existen divisiones de plantas, cada uno de los cuales integra varias imágenes de corazones con diferentes diseños. Estas estructuras vegetales de inspiración andaluza forman diseños geométricos. Uno de ellos representa “El amor tierno”, y está presente en corazones que se simbolizan en forma las máscaras del tipo como el que utilizaban las personas durante los bailes sobre los ojos y que permitían conversaciones tanto serias como ligeras. El segundo cuadro corresponde al “amor apasionado”, el cual se representa por medio de corazones rotos por el sentimiento de ardor sentimental: los arbustos se entrelazan y forman un laberinto que evoca el torbellino de la pasión. Un tercer cuadro corresponde al “amor voluble” y representa la ligereza de los sentimientos; en las esquinas, los arbustos forman los cuernos del amor no correspondido, y en el centro, las cartas de amor que los amantes intercambiaban. Finalmente, en el jardín que hace referencia al “amor trágico”, los dibujos representan hojas de puñal y espadas como las utilizadas en los duelos debido a las rivalidades amorosas. Adicionalmente, en estos jardines hay también una carga simbólica de los colores. Así, por ejemplo, en el

jardín del “amor voluble” el color dominante es el amarillo, símbolo del amor traicionado. Y en la división del “amor trágico”, las flores del verano son rojas, como un emblema de la sangre derramada durante las batallas sentimentales. (<https://www.chateauvillandry.fr>)

## **La representación del amor romántico en las tarjetas de fantasía de la Época de Oro**

### *Generalidades de las tarjetas de fantasía de principios del siglo XX*

En los primeros años del siglo XX tuvo lugar en Francia el inicio de las tarjetas denominadas *de fantasía*. Tuvieron un gran desarrollo en el periodo denominado *La Bella Época*, periodo que tuvo lugar a partir de la Segunda Revolución Industrial. Su utilización continuó hasta la década de 1950. La tarjeta postal ilustrada, iniciada en los últimos años del siglo XIX tuvo muy pronto como imagen la fotografía, que rápidamente suplió a la técnica de la cromolitografía.

La fotografía, señalaba Walter Benjamin, es “un mundo pequeño” (Benjamin en Sontag, 1980). A partir de esa idea es posible considerar que la foto de ilusión o de fantasía es la miniaturización de un aspecto particular del mundo que sugiere una *realidad ideal*.

Las imágenes de este género tenían distintas variantes; desde mostrar escenas idílicas de la vida cotidiana, hasta algunas a manera de collages que integraban fotos y dibujos, como niños con diseños en los que se les agregaba en los brazos un trébol o una herradura, como símbolos de deseos de buena suerte. Otras tarjetas hacían alusión a fechas especiales como el *poisson d'avril* (el “pescado de abril”), refiriendo en ellas las bromas realizadas poco antes del inicio de la Cuaresma. De igual manera había postales utilizadas para enviar

saludos en periodos como la Navidad o el Año Nuevo. Finalmente, en las que estaban representadas escenas de amor.

En estas tarjetas eran comunes las poses afectadas y los retoques sobre la imagen a fin de transmitir una idea. La notable manipulación por medio de elementos agregados a manera de collage, marcas con carboncillo o bien detalles coloreados a la acuarela, no parecía importar mucho a los consumidores, habituados a una cantidad limitada de estímulos visuales más allá de la realidad empírica. La fotografía como medio de comunicación tenía pocos años de haber sido popularizada y la invención del cine también era reciente.

A principios del siglo XX, los estudios de los fotógrafos profesionales estaban ubicados en las partes altas de los edificios, situación que permitía un mejor aprovechamiento de la luz solar, que atravesaba las ventanas y claraboyas. Los espacios eran pequeños, angostos y por lo general disponían de distintos fondos o telones, en ocasiones, neutros o bien pintados a mano representando paisajes bucólicos o urbanos, lo que daba una ingenua ilusión de profundidad. Por lo regular los modelos que posaban para las imágenes de fantasía trabajaban con base en contratos con los fotógrafos o casas productoras de tarjetas.

La técnica prevaleciente en las postales eran el blanco y negro, producto de las limitaciones técnicas (el color se popularizaría hasta mediados del siglo XX). Esta condicionante permitía una lectura particular por parte del espectador quien tenía que poner en juego un proceso mental para interpretar los colores *abstraídos* en la imagen. No obstante, el blanco y negro permitía al lector orientar su atención más a las expresiones en los modelos y escenografías que a la descripción clara del aspecto de la realidad representada.



En el momento de su circulación, las tarjetas integraban un mensaje escrito, redactado por el remitente y uno iconográfico, y estaban destinadas a ser consumidas de manera casi inmediata. Por lo regular, los destinatarios de este tipo de imágenes, las conservaban en algún lugar privado, como una caja de metal o madera o el cajón de un mueble, o bien, en los álbumes familiares. Este tipo de cuadernos habían sido creados en la década de 1860, bajo el imperio de Napoleón III con el fin de resguardar fotografías familiares; pero desde fines del siglo XIX también fueron utilizados para tarjetas postales, principalmente de fantasía, tanto en formato francés como italiano, con elegantes cubiertas estilo *art nouveau*.

En ocasiones, sobre las postales eran adheridos determinados elementos reales como pequeñas plumas de aves o flores. Esto les daba un valor adicional: el de una reliquia. Estas evidencias podrían relacionarse con la idea de Benjamin (1936) del *aura*: esa sensación de la experiencia de lo irrepetible, la plenitud del *aquí y ahora*.

### **El amor romántico en las tarjetas de fantasía de la Época de Oro**

Las tarjetas postales ilustradas que hacían referencia a relaciones sentimentales fueron especialmente producidas en París, considerada desde entonces “la capital del amor”. Muy pronto se distribuyeron en todo el mundo. Se trata de imágenes realizadas en estudio en blanco y negro, producidas por fotógrafos profesionales cuyo objetivo era la venta como tarjeta postal para intercambiar mensajes de afecto, cariño o amor. Era muy común que apareciera una pareja de enamorados abrazándose, o bien a punto de besarse, o bien mirándose a los ojos, en actitudes siempre de galantería por parte del hombre y seducción por parte de la mujer. Para darles la sensación de un mayor realismo, muchas veces retocadas a la acuarela.

En esas imágenes que representaban parejas de enamorados, los modelos aparecen en poses artificiales a partir de las cuales los compradores podrían asumir una proyección personal *como si esa pareja les representara a ellos mismos*. En muchas ocasiones las imágenes resultaban ajenas al texto escrito por el remitente. En esa distancia entre la imagen y el texto manuscrito, la imagen era una mera ilustración que resultaba, finalmente, neutra.

Dado que las postales podían ser vistas por todas las personas por las que pasaran –desde el personal de correo, hasta familiares o amigos– los remitentes en ocasiones se las ingeniaban para escribir mensajes en clave, en ambos sentidos del soporte: una parte del texto en forma vertical y sobre él otra parte en forma horizontal.

En muchas ocasiones las imágenes eran retocadas mediante colores de tonos apastelados o algo vivos con la intención de dar una idea de mayor veracidad, aunque sólo reforzaban el proceso ilusorio.

La cantidad de imágenes de enamorados fue enorme. En Francia existieron una gran diversidad de productores y el mercado en el cual se distribuyeron alcanzó diversos países.

En las poses de los modelos, los roles de hombre y mujer aparecen claramente diferenciados.

La representación de los mitos del amor romántico que señala Rodríguez (2017) y Pascual (2016) estaban presentes en las tarjetas de fantasía, tales como: la asociación del amor con la felicidad, el amor incondicional, la renuncia a todo por amor, el amor como máxima aspiración –en especial en las mujeres–, la imposibilidad de poner límites al amor, la existencia por y para el ser amado y la exclusividad erótica y sentimental. Además de reproducir los roles de género establecidos en el cortejo del amor romántico:

las mujeres como seductoras pasivas esperando la acción de los hombres, quienes tomaban la decisión de acercarse, o no, a ellas. Asimismo, se representaban –sobre todo– parejas bellas, jóvenes y heterosexuales.

### **La materialidad de las postales**

Este tipo de tarjetas por lo general estaban impresas en blanco y negro y la mayoría coloreadas a la acuarela. No obstante, en los primeros años del siglo XX también existían imágenes en cianotipo, es decir, en tonos azules o bien con virajes a tonos rosas, sobre todo en años posteriores a 1910. En las imágenes coloreadas a la acuarela, era común marcar detalles en los rostros, flores en los vestidos o algunos otros adornos. Había series en las que se reproducía un mismo modelo en distintas postales a manera de contar una historia.

Las dimensiones de estas fotografías eran de 4 x 6 pulgadas, es decir, la misma que las tarjetas postales tradicionales. Este formato les permitía ser fácilmente colocadas en álbumes.

Por lo regular las postales eran enviadas por correo sin un sobre. Debido entonces a la imposibilidad de proteger los mensajes, ante las vistas indiscretas, algunos enamorados hacían uso de ciertas tretas como escribir en clave, empleando códigos secretos como utilizar números en vez de letras, utilizar el espacio del reverso mediante una parte escrita horizontalmente y otra verticalmente para lograr un entramado de palabras como un curioso enrejado o entramado difícil de leer.

Los tirajes de la mayoría de las fotografías eran realizados a partir de negativos directos ya fuera en vidrio o en celuloide por medio de contacto es decir sin el uso de una ampliadora. Esto les daba una gran calidad. Además, algunas postales de este tipo

también eran impresas mediante el sistema de la fototipia, también en blanco y negro. De manera regular, los editores se acostumbraban a insertar en la parte baja de la imagen un pequeño monograma con sus iniciales. Entre ellos es posible mencionar a editores que firmaban como PC, AN, PA, sin que su nombre fuera propiamente revelado, o bien, un pequeño emblema que les distinguía a la casa distribuidora de las tarjetas, como un trébol, una estrella de David, una paloma, o una paleta de pintura.

El tiraje tenía un mínimo de 300 ejemplares, un número que lo volvía rentable, y un máximo de varios miles. La distribución de las tarjetas por parte de los editores y comerciantes podía llegar a otros países y era común que en esos lugares, como México, fuera una práctica habitual.

### **Aspectos estéticos**

La tarjeta postal de fantasía podía servir como mera ilustración, o bien, como un mecanismo tendiente a sugerir una idea. Es decir, la representación del amor romántico en la imagen cumplía el propósito de enviar un mensaje de afecto, materializado en una imagen que podría ser considerada neutra. Las poses podían parecer sugerentes, pero por lo general no dejaban de ser afectadas, teatralizadas y, a fin de cuentas, algo frías, *asépticas*, lo que pudiera hacerles comparables a esculturas del periodo neoclásico. De alguna manera reflejaban los conceptos estéticos de la *Bella Época*, tanto en los parámetros de belleza, como la moda de vestidos y accesorios prevaleciente.

Además, los fondos de los estudios fotográficos eran utilizados para reafirmar la presencia de los modelos y no confundirla con los escenarios. Prácticamente no hay tarjetas de fantasía en situación, es decir, que correspondan a espacios libres o lugares privados.

Las leyendas que acompañaban las fotografías eran sugerentes “El beso”, “Agradable sorpresa”, “Dulces momentos”. Y en ocasiones las parejas eran acompañadas con un objeto que reafirmaba la frase impresa sobre el soporte, como “Termómetro del amor”, en el que una pareja, en la que el hombre galantemente está a punto de besar en la mejilla a una mujer, aparece con un gran termómetro que dice “30 muy cálido”.

En ocasiones, las tarjetas postales en serie, las cuales eran enviadas en intervalos regulares, creaban cierto suspenso. Por ejemplo, una serie denominada “La Margarita”, que consistía en cinco imágenes diferentes a lo largo de las cuales una mujer deshojaba una flor de este tipo, aparecían las siguientes leyendas impresas: “1. Él me ama... 2. ...Un poco, 3. ...Mucho, 4. ...Apasionadamente, 5. ...Nada”. Sobre estas frases están retratadas dos mujeres, una de ellas representando seguramente al soldado ausente por encontrarse en el frente durante ese tiempo de la Primera Guerra, junto a la otra joven que deshoja la flor. (Imágenes reproducidas en Kyrou, 1966)

## **La complicidad y lo aspiracional en el uso de las postales de fantasía**

Los mensajes escritos por los remitentes podían consistir en saludos comunes, o bien reflejar formas de afecto, de cariño e incluso de despecho. Eventualmente el texto que acompañaba a la imagen enfatizaba lo presentado en la imagen, pero podía no tener ninguna relación.

Los personajes captados en estudio aparecen ubicados en un espacio determinado, un lugar específico, pero al mismo tiempo pueden parecer localizados fuera de él, debido a que la decoración presenta un paisaje simulado, idealizado.

A partir de la representación del amor romántico en las tarjetas postales de fantasía hay una apropiación simbólica por parte de los espectadores respecto a los modelos; se establece la relación *como si los personajes representados fueran efectivamente el remitente y su destinatario*. Si bien se trata de un proceso aspiracional, en realidad no va más allá de un truco reconocido, una especie de complicidad entre el remitente y destinatario.

Entre la imagen y el texto manuscrito, es común que se trate de registros diferenciados. La fotografía representa una escena ideal, de personajes ajenos, lejanos a quienes envían y reciben las tarjetas.

Otro elemento importante en las tarjetas de fantasía era la posición del timbre ya fuera sobre la imagen –generalmente a la derecha o izquierda del ángulo superior–, o bien en el reverso.<sup>2</sup> Eso significaba un mensaje adicional que acentuaba la complicidad entre la pareja.

De esta manera Bourgeois y Melot (1983) señalan que una estampilla colocada inclinada hacia la izquierda significaba “amistad”; una inclinada hacia la derecha quería decir “Mi cariño”; una colocada al derecho –con *los pies* hacia abajo– significaba “le amo”; y colocada al revés, con la parte baja hacia arriba quería decir “un beso”; y una inclinada y al revés quería decir “amor profundo”.

## El corpus

Las tarjetas postales que se analizarán corresponden a ejemplares obtenidos en distintos bazares, ferias y por medio del comercio

---

<sup>2</sup> Los timbres se colocaban en el frente de todas las tarjetas postales antes de 1904, debido a que el reverso estaba destinado únicamente a la dirección del destinatario. A partir ese año, la Unión Postal Universal acordó dividir el reverso en dos partes: una para el mensaje de remitente y la otra parte para la dirección del destinatario y la estampilla (Recio, 2022).

electrónico. La mayoría fueron producidas en Francia, pero muchas utilizadas en diferentes países en el periodo en el que estuvieron circulando. Se trata de cuatro tarjetas individuales en dos de las cuales aparecen como modelos un militar francés en uniforme (uno con quepí otro con gorro liso militar) junto a una mujer, ambas de cabello algo rizado; otra de un enamorado al pie de un balcón ofreciendo flores a su amada; y una más en que aparece una pareja de jóvenes hacia 1920 al inicio de la época conocida como *Los Años Locos*. Además de una serie de tres tarjetas en que se narra la historia de amor de dos jóvenes.

## **Análisis**

La primera tarjeta, editada como tarjeta fotográfica, es en blanco y negro, y fue editada por A. Noyer bajo el emblema de “Patriotic 1073”, *Figura 1. Patriotic 1073*. Tienen un fondo neutro. En ella los roles masculino y femenino están claramente remarcados. En efecto, cada uno de los dos personajes tiene atributos de cada género claramente diferenciados. El hombre es un militar con uniforme y con bigote. La mujer lleva el cabello algo corto y un vestido vaporoso. Ella posa su mano sobre el hombro del personaje y ambos se besan suavemente. La identificación del espectador se da por la distancia simbólica que les separa de ellos, pues se trata de una imagen en medio primer plano. La leyenda “Autant de pris sur l’ennemi” (*También podría ser tomado por el enemigo*), hace referencia a la Primera Guerra Mundial, pues la imagen fue realizada durante ese periodo. De esta manera el mensaje hace referencia tanto al amor que los une “Mi querido amorcito querido [...] ahora no tengo más que una sola idea, la de abrazarte lo más pronto posible y demostrarte cuánto te quiero [...]” como a su situación articular en el frente militar “por lo pronto estamos todavía a salvo”.

Una de las características fundamentales del amor romántico es que, según Hagene (2008) los roles de género en el cortejo – el hombre toma la iniciativa y la mujer se resiste levemente a esa iniciativa– y las expresiones de género –formas de vestir, largo y acomodo del cabello, maquillaje, entre otros– están claramente identificadas. En esta tarjeta no hay una resistencia ante estos roles y expresiones de género, todo lo contrario, son roles y expresiones netamente románticas.

**Figura 1**  
Patriotic 1073



La segunda imagen *Figura 2. Suzy 568*. representa también la pareja de un militar y una joven mujer. Esta vez la toma es en plano completo, aunque los personajes se encuentran sentados. Ella tiene un ramo de rosas en su mano y mira hacia un lugar indefinido



mientras él le mira amorosamente. El fondo es un telón pintado con un arco de forma neogótica y un atardecer sobre un lago en el plano posterior. La imagen editada por Chipault en Boulogne sur Seine tiene el emblema de Suzy y el número 568. La idea general de la imagen es de melancolía, tanto por el paisaje del fondo como por los colores pálidos de los vestuarios, el uniforme azul grisáceo y la de la joven color violeta. En la fotografía es el hombre quien parece seducir a la mujer la cual sonríe a manera de complicidad, aunque no lo observa. La leyenda al pie señala “El corazón no puede callarse, cuando el amor es sincero”.

Nuevamente se define el cortejo, tal como lo plantea Hagene (2008), con roles de género preestablecidos, donde él es quien toma la iniciativa. Además, ubica un elemento característico del amor romántico: el corazón como símbolo del amor.

**Figura 2**  
Suzy 568



En la tercera postal-foto *Figura 3. Acción de cortejo*, la atmósfera es más bucólica y la imagen representa la acción del cortejo. La mujer se encuentra de pie en un balcón algo superior al nivel del piso y el hombre extiende sus brazos hacia ella como si acabara de ofrecerle el ramo de flores que tiene en sus manos la joven. La atmósfera es un tanto onírica debido al excesivo retoque de la imagen con carboncillo y el realce a color por medio de acuarela en tonos verdes, rosas y rojos del follaje y de las enredaderas que suben a lo largo del muro. El hombre va vestido con traje oscuro y la mujer con un vestido naranja. El mensaje manuscrito, redactado por un joven de nombre Léan a la señorita Marcelle Morizot sólo señala “Una buena y feliz fiesta”. De manera que el mensaje amoroso de la imagen parece diluirse con un texto neutro, que pudiera, no obstante, disfrazar una eventual atracción sentimental.

**Figura 3**  
Acción de cortejo



Aunque al mensaje escrito en la postal no se le pueda instalar dentro del amor romántico, la postal-foto sí, puesto que representa el cortejo romántico antes citado (Rodríguez, 2017; Hagene, 2008) y las características oníricas de la postal parecieran coincidir con el amor idealizado, una de las características del amor romántico que señala Hernández (2014).

Todo ello pone en evidencia el amor romántico como una forma en que parece perderse el sentido de la realidad para entrar en una lógica de ensueño y romanticismo, idea patente por el paisaje de campo nocturno de una mansión frente a un lago y a un árbol de aspecto sombrío, reproduciendo la idealización del amor romántico, descrita por Hernández (2014).

**Figura 4**  
A. Noyer 2879



Un quinto elemento de análisis consiste en tres tarjetas postales que son tituladas como Mireille y editadas por la compañía

E. L. D., de Paris, *Figura 5. Mireille*. Se trata de un conjunto de un gran grupo de más de 200 series diferentes. Sin embargo, en este artículo se rescataron tres de ellas. La técnica con la que fueron impresas las imágenes es “bromuro bisódico en oro”, es decir, fotografías directas con bordes dorados. La serie trata de cómo el amor puede sobrepasar la muerte. En las tres fotografías posan una pareja de jóvenes, el hombre más alto que la mujer, siempre en tomas de planos completos, en un ambiente bucólico, pues ellos portan vestuarios típicos de las zonas rurales de Francia.

El grupo de imágenes inicia con el cortejo; la primera una mujer camina por la calle –que es un escenario de estudio– con una canasta y bajo ella está inscrita la leyenda “Ven a ayudarme a colocar en mi cabeza esta canasta” –una canasta con lo que parecen ser ramos de parra–, para indicar que pide ayuda al joven. La segunda imagen el hombre dice “Mireille a su lado yo pasaría mi vida”. Después de varias imágenes en que la mujer debe o no decidirse por el amor de Vincent le dice “Amigo Vincent, ¿conoces el proverbio? Cuando encuentran los dos un nido en la morera, se deben casar antes de que termine el año”. Pero la mujer muere antes diciendo “¡Aquí están!... ¡Aquí están!... ¡Su dulce voz me llama! ¡El cielo es azul!... ¡La onda brilla!... y la góndola piadosa, me lleva al paraíso! ¡Adiós Vicente...Adiós...” A lo que Vincent contesta: “Oh muerte! Llévame con ella a la tumba”. De esta manera los dos aparecen finalmente frente al altar. Ambos con las manos en actitud de rezo, unidos más allá de la muerte. De esta manera enfatiza un espíritu romántico, no sólo por el ambiente rural en el que se desarrolla la historia sino también por el final trágico, que a fin de cuentas lleva a superar los más terribles obstáculos para lograr el amor.

Esta serie de tarjetas ilustra el mito del amor eterno (Rodríguez, 2017), instalado en el amor romántico y lo lleva más allá de la muerte. Ubica una existencia después de la muerte y al amor de su vida acompañándole a ese otro escenario *post mortem*.

Si bien, en el ritual de matrimonio, perteneciente al amor romántico, se plantea un *hasta que la muerte los separe*, como una forma de darle validez al amor, en este caso, pareciera tomar fuerza el concepto de eternidad en el amor, idea instalada en los valores cristianos que, como señala Giddens (1998), destaca el de la vida después de la muerte.

**Figura 5**  
Mireille



## Conclusión

A partir de las distintas dimensiones del amor es posible comprender que, en general, se trata de un sentimiento que implica aproximaciones diferenciadas entre dos personas o más, de acuerdo con la distancia simbólica que pueda existir entre ellas. Al ser materializado en soportes como las tarjetas postales de fantasía de la Época de Oro, el amor romántico era puesto en evidencia a través del proceso de comunicación entre dos personas entre las cuales podría haber un sentimiento de atracción ya fuera unilateral o mutua. Estos soportes de comunicación visual, distribuidos tanto en Europa como en otros países del mundo occidental, representaron los modelos uniformes de la belleza y la moda de la época.

Entre los usuarios de las postales llegó a existir un proceso aspiracional en el cual los modelos retratados eran asumidos como sujetos ideales, con los cuales los usuarios podrían identificarse o bien representar la materialización de un determinado sentimiento amoroso. En este tipo de postales, los registros iconográficos y textuales conformaban un mensaje integral en el que la imagen podía llegar a decir lo que no alcanzaban a expresar las palabras. En las tarjetas de fantasía referentes al amor romántico, la información referencial, expresada a través de la imagen y el texto escrito por los remitentes, en suma, ponían en evidencia ya fuera formas de cortejo, de reafirmación del amor, o incluso de despecho.

En conclusión, este artículo ha explorado la representación del amor romántico en las tarjetas de fantasía de la Época de Oro, que abarca los años 1900-1921. A través de un enfoque teórico basado en el construccionismo social y el interaccionismo simbólico, se analizó cómo estas tarjetas postales capturaban la estética y los mitos

del amor romántico de la *Belle Époque*, destacando la idealización de la pareja, la unión mística entre hombre y mujer, la aceptación incondicional del otro, la asociación del amor con la felicidad, la renuncia a todo por amor, la imposibilidad de poner límites al amor y otros mitos relacionados con este tipo de amor.

Se reconoce que el amor romántico es un concepto socialmente construido que se ha transformado a lo largo del tiempo y que nació en el siglo XVIII, influenciado por ideales morales cristianos que han evolucionado con el tiempo, especialmente bajo la presión de movimientos feministas, a través de los cuales se han visibilizado las desigualdades entre géneros en una relación amorosa y, a la par, se han propuesto otras formas de relacionarse más justas para los géneros, entre las que destacan el amor confluyente, definido por Carmona (2011) como una evolución del amor romántico a relaciones más justas, abiertas y negociadas.

Estas postales presentaban imágenes de parejas enamoradas en poses teatrales y estilizadas, a menudo realzadas con colores suaves para darles un mayor realismo. Los remitentes solían escribir mensajes en clave para ocultar sus emociones y pensamientos, ya que las tarjetas podían ser vistas por muchas personas en el camino hacia su destinatario.

En las tarjetas postales de fantasía los roles de género tradicionales en el cortejo del amor romántico, eran representados con claridad: las mujeres aparecen como seductoras pasivas y hombres tomando la iniciativa en el cortejo.

Se observa una complicidad entre remitentes y destinatarios al proyectar sus emociones sentimentales en los personajes representados en las tarjetas de fantasía, a pesar de que las imágenes podían resultar ajenas a los mensajes escritos. La posición de las

estampillas o sellos postales en las tarjetas, también añadía un mensaje adicional que acentuaba la complicidad entre las parejas.

En las tarjetas postales analizadas se identifican ejemplos que representan el amor romántico en distintos contextos y atmósferas, donde destacan el cortejo, la melancolía y la superación de obstáculos para lograr el amor verdadero.

Finalmente, el artículo ofrece una visión detallada de cómo se representaba el amor romántico en las tarjetas de fantasía de la Belle Époque, destacando la evolución de este concepto y los mitos asociados, así como la importancia de la complicidad y la materialización metafórica del amor en estas representaciones visuales. Estas postales de la Época de Oro ofrecen una ventana fascinante a la representación del amor romántico durante ese período, al capturar tanto los ideales como los mitos asociados con el amor en ese tiempo, a través de imágenes y mensajes escritos en las tarjetas postales que ofrecen una visión única de la expresión del afecto y el cariño.

## **Bibliografía**

- Bataille, G. (1997). *El erotismo*. Tusquets Editores.
- Bourgeois, C. y Melot, M. (1983). *Les cartes postales. Nouveau guide du collectionneur*. Éditions Atlas, 128 pp.
- Butler, J. (2006). *Desbacer el género*. Paidós
- Carrit, E. ([1948], 1974). *Introducción a la estética*. Fondo de Cultura Económica.
- Caruso, I. ([1979], 2016). *Narcisismo y socialización. Fundamentos psicogenéticos de la conducta social*. Siglo XXI Editores.



- Ferry, L. (2013). *Sobre el amor. Una filosofía para el siglo XXI*. Paidós.
- Fernández Tejedo, Isabel. (1994). *Recuerdo de México. La tarjeta postal mexicana 1882-1930*.
- Banobras.
- Fraser Lifford, Gloria (coord.). (1999). *La tarjeta postal*. Revista-libro *Artes de México*, núm. 48.
- Fromm, E. (1959). *El arte de amar. Una investigación sobre la naturaleza del amor*. Paidós.
- Giddens, A. (1998). *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Ediciones Cátedra.
- Kyrou, Ado (1966). *L'Age d'Or de la carte postale*. André Balland, éditeur.
- Manrique, R. (2009). *¿Me amas? Todos los consejos que necesitas sobre el amor*. Editorial Pax México.
- Platón. ([385-370 a.C.], 2010). *El banquete*. Editorial Planeta Mexicana.
- Recio, C. (2022). Saltillo, imagen y memoria. Tarjetas postales de la Época de Oro 1900-1914. Presidencia Municipal y Archivo Municipal de Saltillo. Universidad Autónoma de Coahuila.
- Rodríguez, N. (2015) *El nuevo ideal del amor en adolescentes digitales*. Editorial Desclée De Brouwer
- Rodríguez, T. (2017). *El amor y la pareja. Nuevas rutas en las representaciones y prácticas juveniles*. Universidad de Guadalajara.
- Sontag, S. (1980). *Bajo el signo de Saturno*. De Bolsillo

Sztajnszrajber, D. (2020). *Filosofía a martillazos. Tomo 1*. Paidós.

Zurita, M. (2010). *Sexualidad humana*. Mc Graw Hill Education.

## Capítulos de libros

Esteban, M. (2007) “Algunas ideas para una antropología del amor”. *Ankulegi*, 11, 71-85 ISSN 1138-347X

Rubio, E. (1994). “Introducción al estudio de la sexualidad humana: Conceptos básicos en sexualidad humana”. En Rubio, E. (Ed.), *Antología de la Sexualidad Humana. Tomo I*. Consejo Nacional de Población y Porrúa.

Solomon, R. (1977) “Emotions and Anthropology: The Logic of Emotional World Views”. *Inquiry*, (21), 181-199.

## Artículos en revistas electrónicas

Carmona, M. (2011). “¿Negocian las parejas su sexualidad? Significados asociados a la sexualidad y practicas de negociación sexual”. *Revista Estudios Feministas*, 19 (3), 801-802. <http://www.scielo.br/pdf/ref/v19n3/08.pdf>

Corona, S. y Rodríguez, Z. (2000). “El amor como vínculo social, discurso e historia: aproximaciones bibliográficas”. *Espiral*, 6 (17), 49-70. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13861703>

García, A. (2015). “El amor como problema sociológico”. *Revista Acta Sociológica*, (66), 35-60. <http://dx.doi.org/10.1016/j.acso.2015.05.002>

Hagene, T. (2008). “Amor, género, y poder: un caso de la Nicaragua posrevolucionaria”. *Latinoamérica*, (46), 169-206. <http://>

[www.scielo.org.mx/pdf/latinoam/n46/2448-6914-latinoam-46-169.pdf](http://www.scielo.org.mx/pdf/latinoam/n46/2448-6914-latinoam-46-169.pdf)

Méndez, M. (2011). “El desastre de amar: exclusión desde la teoría”. *Mirada antropológica*, (11), 21-49. [http://cmas.siu.buap.mx/portal\\_pprd/work/sites/filosofia/resources/PDFContent/653/Mirada\\_Antropologica\\_11.pdf](http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/work/sites/filosofia/resources/PDFContent/653/Mirada_Antropologica_11.pdf)

Mimoun, S. y Chaby, L. (2001). *La sexualidad humana*. Siglo XXI Editores.

Pascual, A. (2016). “Sobre el mito del amor romántico. Amores cinematográficos y educación”. *Dedica. Revista de Educação e Humanidades*, (10), 63-78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5429358>

Rodríguez, T. y Rodríguez, Z. (2016). “El amor y las nuevas tecnologías: experiencias de comunicación y conflicto”. *Nueva época*, (25), 15-41. <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n25/n25a2.pdf>

Tenorio, N. (2012). “Repensando el amor y la sexualidad: una mirada desde la segunda modernidad”. *Sociológica*, 27 (76), 7-52. <http://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v27n76/v27n76a1.pdf>

Benjamin, W. (1936) “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, publicada originalmente en la revista *Zeitschrift für Sozialforschung*

## Sitios web

“Amor” in Diccionario de la Real Academia Española. <https://dle.rae.es/amor?m=form> [Consulta 12 octubre 2023]

« Villandry château & jardins. Les jardins pas à pas. Le jardin d'Ornement, premier salon » in <http://www.>

[chateauvillandry.fr/chateau-jardins/jardins-villandry-pas-a-pas/jardin-ornement-premier-salon/](http://chateauvillandry.fr/chateau-jardins/jardins-villandry-pas-a-pas/jardin-ornement-premier-salon/) [Consulta 15 octubre 2023]

## Tesis

Hernández, A. (2014). *Relaciones amorosas de pareja entre jóvenes universitarios/as: Una mirada desde la perspectiva de género*. (Tesis doctoral). Universidad Nacional Autónoma de México y Universidad Autónoma de Coahuila.

Recio, Carlos (2005) *Labyrinthographie. La méditation photographique dans la construction du sens*. Thèse du doctorat en sciences de l'information et la communication. Université Lumière Lyon 2.