

**Facultad de Comunicaciones  
Carrera de Periodismo  
Seminario de Investigación**

Valoración sobre la evolución de la figura femenina en las películas animadas de Disney, basado en siete largometrajes: Blancanieves, Cenicienta, La Bella Durmiente, La Sirenita, Pocahontas, Mulán y Frozen.

2016

POR: Amanda López Macaya, Francisca Melgarejo Veillon

Seminario de Investigación presentado en la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del Desarrollo para optar al grado académico de Licenciado en Comunicación Social

PROFESOR TUTOR: SR. ALONSO BENAVIDES MEDINA

CONCEPCIÓN

## **i. Resumen**

La evolución de la figura femenina dentro del cine cada vez tiene mayor importancia y es más notoria, debido al rol que las mujeres han ido cumpliendo dentro de este medio de comunicación. En este contexto, es preciso mencionar que el análisis que pueden realizar las audiencias de distintos grupos etarios, respecto de los diferentes personajes y películas, donde las mujeres pueden ser o no protagonistas, es relevante desde un punto de vista de valoración, percepción y representación. La siguiente investigación tiene como objetivo analizar, identificar y conocer las características que reúne el personaje de la mujer en siete películas animadas de Disney, y el contexto social en el que fue creada cada película, puesto que esto influye en la caracterización de los personajes.

**Palabras claves:** estereotipo, figura femenina, princesa, valoración, evolución, percepción, cine, cine de animación, Disney.

### ***Abstract:***

The evolution of the female figure within the cinema is becoming more and more important, due to the role that women have been fulfilling within this medium of communication. In this context, it should be mentioned that the analysis that can be carried out by the audiences of different age groups, regarding the different characters and films, where women may or may not be protagonists, is relevant from a point of view of valuation, perception and representation. The following research aims to analyze, identify and know the characteristics that characterize the character of the woman in seven Disney

animated films, and the social context in which each film was created, since this influences the characterization of the characters.

**Key words:** stereotype, female figure, princess, assessment, evolution, perception, cinema, animation cinema, Disney.

## ii. Índice

<b>i) Resumen</b> .....	2
<b>ii) Índice</b> .....	4
<b>iii) Introducción</b> .....	8
<b>I. Problematización</b> .....	10
<b>1. Planteamiento del problema</b> .....	10
<b>2. Justificación de la investigación</b> .....	12
<b>3. Preguntas inicial de investigación</b> .....	13
<b>4. Objetivo general de investigación</b> .....	13
<b>5. Objetivos específicos</b> .....	13
<b>6. Pregunta formal de investigación</b> .....	13
<b>7. Viabilidad de la investigación</b> .....	13
<b>8. Aportes de la investigación</b> .....	14
<b>9. Estudios anteriores</b> .....	14
<b>10. Estudios relacionados</b> .....	16

<b>II. Marco referencial</b> .....	18
1. Estereotipo: una imagen creada.....	18
2. Comunicación por medio de imágenes en el cine.....	18
3. Cine de animación.....	20
4. El estereotipo animado de Disney.....	21
5. Roles de la mujer en el cine: modelos.....	24
6. La evolución del rol de la mujer.....	25
7. Semiótica: la mujer como signo.....	27
<b>III. Marco conceptual</b> .....	29
1. Cinematografía.....	29
1.1 Género de animación.....	29
1.2 Audiencias del género de animación.....	31
1.3 Audiencias Disney.....	32
1.4 Figura femenina en medios de comunicación.....	32
1.5 Estereotipo femenino en el cine.....	33
1.6 Estereotipo femenino en Disney.....	34
<b>IV. Marco Teórico</b> .....	35

<b>V. Marco Metodológico</b> .....	38
<b>1. Diseño de la investigación</b> .....	38
1.1 Enfoque de la investigación.....	38
1.2 Tipos de estudio.....	38
1.3 Tipos de datos a utilizar.....	39
1.4 Secuencia temporal.....	39
1.5 Diseño muestral.....	39
1.6 Instrumento para la recolección de información.....	40
1.7 Análisis de datos.....	40
1.8 Validación de experto.....	41
<b>2. Definición y Operacionalización de Variables</b> .....	41
<b>VI. Análisis de resultados</b> .....	44
<b>1. Resultados cuestionario previo a Focus Group</b> .....	44

2.Resultado Focus Group.....	51
<b>VII. Conclusiones.....</b>	<b>55</b>
<b>VIII. Limitaciones y Proyecciones de la Investigación.....</b>	<b>58</b>
<b>XI. Bibliografía.....</b>	<b>60</b>
<b>XII. Anexos.....</b>	<b>63</b>
1. Anexo 1: “Tabla lógica de operacionalización de variables”.....	63
2. Anexo 2: “Cuestionario personal previo Focus Group”.....	70
3. Anexo 3: “Focus Group”.....	75
4. Anexo 4: “Imagen presentada en Focus group para análisis de personajes”.....	76

### **iii. Introducción**

La figura femenina en el cine ha ido ganando mayor importancia con el tiempo. En este contexto, el desarrollo de personajes principales, de roles fundamentales y de historias basadas en mujeres han ido aumentando con el pasar de los años.

Bajo el paradigma de la evolución, es necesario considerar que en la historia del cine siempre ha existido la figura femenina, pero hoy se inserta como un personaje principal dentro de muchas películas, no así en épocas donde el rol social de la mujer era menor que en los tiempos modernos.

Según lo propuesto por John Dewey en su libro *Teoría de la Valoración* (1939), y las observaciones de diversos autores, la percepción y valoración que se puede hacer de diferentes fenómenos, roles, procesos, historias y personajes, dentro de áreas de comunicación social como el cine, va a depender de las diferentes épocas sociales en que se creó la película, y del análisis semiológico, psicológico y psicoanalítico que se haga de cada film.

Además, los mismos autores bajo un enfoque analítico de audiencias, señalan que la evolución de la figura femenina en el cine está presente, y que los años en las que fueron estrenadas las películas enmarcan el carácter, el rol y la representación de la mujer en las historias del séptimo arte. Lo anterior, según los autores y tesis estudiados, ocurre en todos los géneros del cine y precisamente el de animación es uno, donde más se puede apreciar esta evolución.

Por lo tanto, esta investigación tiene como objetivo analizar, identificar y conocer, si las audiencias de distintos grupos etarios valoran esta evolución y si se sienten o no representados con las características de la figura femenina en siete películas animadas de Disney: Blancanieves, Cenicienta, La Bella Durmiente, La Sirenita, Pocahontas, Mulán y Frozen.

## **I. Problematicación**

### 1. Planteamiento del problema:

El cine es un medio de comunicación. Etimológicamente, la palabra *cinematografía* proviene de dos palabras griegas: *kiné*, arte de narrar historias mediante la proyección de imágenes que significa movimiento, y *grafós*, que se refiere a la imagen, es decir, imagen en movimiento. (Sánchez Noriega, 2007)

Los géneros cinematográficos pueden clasificarse de acuerdo a cinco puntos. Según el formato: animación, mudo, cortometrajes, documentales, making-off y versión original. Según el género: cine musical, de terror, histórico, político, de comedia, entre otros. Atendiendo a la procedencia o al estilo narrativo: chino, latinoamericano, europeo, etc. Según la clasificación híbrida: cine de carretera, de mujeres, homosexualidad, cine y literatura. Y por último, según la realidad social o el valor humano: drogas y alcoholismo, derechos humanos, racismo, enfermedades físicas y mentales, entre otros (Sánchez Noriega, 2002).

Esta investigación se enfocará en el cine de animación. El primer largometraje animado fue mudo y se realizó en Argentina en 1917, titulado *El Apóstol*. Otra de las primeras películas animadas fue *Die abenteuer des Prinzen Achmed*, creado en Alemania en 1926 (Núñez, 2007). Pero el empuje definitivo del cine animado nace con Walt Disney y su creación de Mickey Mouse en 1928.

Las tres películas más vistas de Disney, según Box Office Mojo, son Blancanieves del año 1937 que recaudó US\$948.300.000 dólares, seguida por 101 dálmatas de 1961 con \$869.280.100 dólares y Fantasía, del año 1941 que ganó \$722.478.200 dólares.

Con la creación de caricaturas y películas del tipo Disney se busca inculcar en los niños una serie de moralejas y valores que les dejen una enseñanza de cómo manejarse en la vida, en la búsqueda de la felicidad. En ocasiones Disney ha sido considerado uno de los mayores impulsores de este sector, pero por otro lado ha sido criticado debido a que se cree que falsea la información buscando incrementar su popularidad. (Sánchez Moreno, 2009).

Muchos son las películas animadas que ha desarrollado esta compañía cinematográfica a lo largo de su historia. Según un recuento de largometrajes entre 1901 y 2001, de 30 películas ocho llevan el nombre de una mujer (26,6%). Blancanieves, La Cenicienta, Alicia en el País de las Maravillas, La Bella Durmiente, La Sirenita, La Bella y la Bestia, Pocahontas y Mulán (Núñez y Loscertales, 2007), que en general representan a una mujer de cierto estereotipo.

Las películas Disney que tienen como protagonista a una mujer comparten un patrón muy parecido entre ellas para representar roles masculinos y femeninos, sean de la época que sean, exceptuando a Alicia en el País de las Maravillas. Son todas mujeres jóvenes, sin madre y/o persona vulnerable porque está sola, además del sucedáneo de que la madre es mala, envidiosa, ambiciosa, una *bruja*. Está bajo la tutela de un hombre, trabaja en labores de la casa, debe ser salvada de una mala vida. Y los hombres por el otro lado son jóvenes y fuertes, sin nombre y con alto rango: príncipe, que son valientes y decididos y

deben salvar a la mujer que entonces se convierte en una persona “bella”. (Núñez y Loscertales, 2007).

De acuerdo a lo anterior, podemos deducir que la creación de estereotipos que ha entregado Disney a sus audiencias no es al azar. Aquellos estereotipos son un conjunto de creencias sobre las características que tienen en común los miembros de un determinado grupo social. Los estereotipos de género constituyen expectativas sobre hombres y mujeres (Núñez y Loscertales, 2007). Se creó entonces un modelo femenino bajo un patrón que se repite constantemente.

## 2. Justificación

«Blancanieves», «La Cenicienta» o «La Bella Durmiente», fueron creadas para echarse en los brazos de un varón decidido, valiente y con poder. Pero en «Mulán» aparentemente se rompen moldes porque una mujer, contra todo pronóstico y transgrediendo la norma establecida, decide luchar, como un guerrero profesional, ocultando su condición femenina. (Núñez y Loscertales, 2007). De esta manera se justifica estudiar los estereotipos que ha creado Disney para explicar el por qué en casos como el anterior se rompe el esquema y si en las películas más nuevas esto ocurre o se mantiene el estereotipo de las películas más antiguas.

En lo comunicativo, es importante poder analizar para qué se crean ciertos patrones en medios como lo es el cine y comprender cómo las audiencias interpretan esto. La elaboración de los modelos femeninos a través del cine, es reflejo del carácter machista de la industria cinematográfica. El cine clásico hollywoodense se ha encargado de desarrollar,

a través, de los años, los esquemas a los que se ha supeditado el papel de la mujer en la realidad social. (Vázquez Gómez, 2002).

### 3. Pregunta inicial de investigación

¿Ha cambiado la imagen femenina, de las protagonistas, en las películas animadas de Disney? De ser así ¿cómo ha evolucionado?

### 4. Objetivo general

- Analizar el estereotipo de la mujer creado por Disney en sus películas animadas.

### 5. Objetivos específicos

- Identificar las características que reúne el personaje de la mujer.
- Conocer el contexto social a nivel mundial en el momento en que fue creada la película.
- Analizar si las audiencias se sienten o no representadas por el estereotipo expuesto en las películas.

### 6. Pregunta formal de investigación

¿Cuál es la valoración del estereotipo femenino, presentado por las películas animadas de Disney, audiencias de diferentes grupos etarios?

### 7. Viabilidad de la investigación

La investigación que se propone es viable. Hay recursos bibliográficos disponibles y se han contemplado gastos de impresión, transporte y compra de libros en caso de ser necesario. Bases de datos como EBSCO y Scielo también facilitan la búsqueda de investigaciones anteriores y relacionadas.

En el caso de no encontrarse información online se solicitarán, también, libros en la biblioteca de la Universidad del Desarrollo y en librerías de Concepción.

Al tratarse de una investigación de carácter descriptivo, se seleccionará una sola compañía de cine de animación, para acotar la investigación. Esta compañía será Disney.

#### 8. Aportes de la investigación

Este estudio aportaría un mayor entendimiento acerca del término de estereotipo y su relación con el cine de animación. Permitirá crear un nexo entre lo que Disney, que en este caso se tomará del punto de vista comunicativo, afecta o interfiere en la percepción de las audiencias de diferentes grupos etarios. También permitirá conocer cómo esta compañía cinematográfica ha ido creando diferentes modelos femeninos a través del tiempo y la representación que genera esto en diferentes receptores.

#### 9. Estudios anteriores

Los estudios que analicen la percepción de la audiencia respecto de los estereotipos creados por Disney no son abundantes, principalmente porque no se centran, necesariamente, en la apreciación del receptor respecto del modelo femenino que se plantea. Los estudios a continuación, brindan algunos acercamientos al concepto de estereotipo femenino en las películas animadas de Disney.

- *El cine de animación visto en casa: dibujos animados y TV*: explica que el cine de animación es objeto de estudio de la psicología social, porque genera valores sociales, modelos de comportamiento y produce reacciones, persuade. Hace un recuento de todos los

largometrajes de animación creado por Disney, desde 1901 hasta 2001, para analizar cómo se representan al hombre y la mujer y qué roles simbolizan (Nuñez y Loscertales, 2007).

- *Las princesas de Disney: lo que aprenden las niñas mexicanas a través de las películas*: es un estudio que se apoya en entrevistas a 25 niñas, de entre 4 y 9 años, para conocer la percepción de ellas respecto del rol y la realidad de las princesas de las películas de Disney, con qué aspectos se identifican y qué aprendizajes obtienen. Además, este estudio encontró que los medios, en este caso Disney, propone y crea un estereotipo y un patrón de conducta y actitudes que transmiten representaciones sociales (González Alafita, 2012).

- *La evolución de la mujer en Disney y Pixar*: es un artículo que hace un análisis desde Blancanieves hasta Frozen. Hace una comparación desde las primeras películas creadas por la Disney, y una descripción de cada una de ellas, analizando a las protagonistas de cada película (Gimeno, 2008).

- *La fémina Disney: análisis y evolución del personaje femenino en cuatro películas de la factoría Disney*: estudia cómo la compañía ha generado una imagen determinada de la mujer en el desarrollo de las diferentes películas animadas y cómo aquella representación ha ido evolucionando a lo largo de la historia del cine (López Iglesias, 2013).

- *Representación de la mujer en las princesas de los filmes de Walt Disney*: investigación que describe la representación de la mujer en las películas animadas de Disney, a través de su personaje principal, además de analizar cómo las princesas han representado por generaciones a la mujer (Patiño Egas, 2011).

## 10. Estudios relacionados

Los siguientes estudios, artículos y publicaciones, aportaron a esta investigación con conceptos esenciales, como el de estereotipo. A continuación se describirá el aporte específico de cada uno de ellos.

- *Las representaciones femeninas en el cine hollywoodense*: este artículo trata sobre cómo se describe a la mujer en el cine en general. También plantea cómo se generan diversos modelos femeninos, a partir del carácter machista de la industria cinematográfica (Vásquez Gómez, 2002).

- *Estereotipos femeninos en series de TV*: explica cómo la representación de la mujer ha seguido un patrón que se asocia al mundo de las emociones, la maternidad y la pasividad en entornos privados como lo es el hogar. No así el hombre, al que se le atribuyen características como el liderazgo, la acción y el raciocinio (Galán Fajardo, 2007).

- *Teorías de género y cine. Un aporte a los estudios de representación*: este estudio indaga en la relación entre género y cine. Revisa vínculos históricos entre feminismo y cine, además de analizar cómo lo visual, los signos y las imágenes crean una realidad social y afectan en el campo cultural (Iadevito, 2014)

- *TV y estrategias para el fomento del consumo en las niñas*: describe cómo el mercado genera diferentes estrategias para que las niñas compren juguetes, videojuegos, películas y música, utilizando la televisión como plataforma. Un punto importante de este artículo explica que los productos dirigidos al ocio infantil se crean a partir de estereotipos

culturales y sexuales, y además, ejercen una función de construir modelos y mantener roles tradicionales (Gordillo y Ramírez, 2007).

- *Imágenes y estereotipos de género en la programación y en la publicidad infantil:* busca explicar, de manera cuantitativa, las diferentes características de la programación y la publicidad, que están dirigidas al público infantil, en referencia a la transmisión de imágenes y estereotipos de género (Espinar Ruiz, 2006).

- *Estudio sobre frecuencia del consumo de cine en estudiantes universitarios hispanoamericanos:* plantea que los jóvenes al momento de ver cine se reflejan en un estereotipo, que puede ser familiar o de diversos grupos sociales. Por medio de una metodología cuantitativa, busca responder qué tan frecuentemente van al cine o ven películas y por qué deciden ver lo que ven (Ríos, Matas, Gómez, 2014).

## II. Marco Referencial

### 1. Estereotipo: una imagen creada

Las concepciones estereotipadas acerca de las personas pueden llegar a confundirse con los prejuicios, ideas y opiniones, ya que, acaban por convertirse en etiquetas peyorativas o despectivas que causan un impacto negativo en los demás. Asimismo, se encuentran ciertos personajes estereotipados como, por ejemplo, los nerds, las rubias tontas, los científicos locos, los artistas atormentados, entre otros.

El proceso de creación de estereotipos se caracteriza por ser sistemático y por responder a principios que se pueden generalizar a diferentes situaciones sociales, dando origen al Modelo de Contenido de los Estereotipos, el que propone dos dimensiones generales para clasificar a los grupos: competencia, que es la capacidad de alcanzar metas, y sociabilidad, que sería la simpatía interpersonal (Fiske, Cuddy, Glick & Xu, 2002).

Las dos se consideran características positivas, que se pueden tener dependiendo del estatus del grupo, donde un grupo de alto estatus se considerará altamente competente y con baja sociabilidad, los hombres, mientras que un grupo subordinado será valorado como altamente sociable pero poco competente, las mujeres (Fiske, 2002).

### 2. Comunicación por medio de imágenes en el cine

El cine, es una técnica que proyecta fotogramas de manera rápida y sucesiva con la cual se crea la impresión de movimientos, lo que genera finalmente los videos. La palabra *cine* proviene del griego que significa movimiento.

La historia del *séptimo arte* comienza a desarrollarse en 1895 cuando los hermanos Lumière proyectaron la salida de unos obreros en una fábrica de Lyon, Francia. Luego fue la demolición de un muro, un barco saliendo del puerto, para finalmente mostrar su famosa imagen del tren llegando a la estación (Iadevito, 2014)

Otro importante fundador del avance de este arte es Geroges Méliés, que se dio cuenta que no era necesario mostrar solamente la realidad en las imágenes, sino que también se podían crear otras, es decir, comenzó a desarrollar lo que hoy se conoce como cine de ficción.

Con el paso del tiempo, el cine se transformó en un medio de comunicación, que comenzó a describir y mostrar diferentes perspectivas de vida, tanto real como ficticia, que las audiencias fueron captando y catalogando.

A través del film, se habilita el acceso a los diferentes ámbitos de lo social: vidas cotidianas, vidas heroicas, conflictos familiares y políticos, deseos, sentimientos y mitos. Y por su parte, los estudios de género han ido incorporando paulatinamente el análisis cultural de las imágenes y las visualidades para abordar las representaciones y los estereotipos de *lo femenino* y *lo masculino* (Iadevito, 2014).

En la comunidad académica de las Ciencias Sociales, se observa actualmente una tendencia a considerar el cine más como un medio configurador de un discurso acerca de la realidad social. El hecho de concebir al cine como medio y dispositivo supone forjarlo como un terreno óptimo para el rastreo de las representaciones culturales de los sujetos, las identidades y las subjetividades generizadas. (Aguilar, 2006).

Si bien el cine tiene diferentes géneros como ficción, drama, documental, ciencia ficción, suspenso, entre muchos otros, pero esta investigación se basará en el cine de animación. Sin embargo, es preciso tomar en cuenta que el desarrollo hollywoodense del cine dio paso a los grandes montajes que hoy conocemos (Iadevito, 2014).

### 3. Cine de animación

Este género supone el registro de fases de una acción imaginaria, que se crean forma individual para que produzca la ilusión de movimiento. Se trata de dibujos que se hacen uno a uno, a los que se crea una secuencia, para darle un sentido a la historia, presentándose como una sola unidad.

Mucho antes del cinematógrafo se empezó a experimentar con un instrumento llamado *zoótropo*, el que se utilizaba para crear un efecto óptico que permite que los dibujos logren dar la impresión de que se están moviendo, que es la gran diferencia con el cine no animado, donde el movimiento es real.

El primer largometraje de animación fue mudo y fue creado en Argentina. Conocido como *El Apóstol*, de Quirino Cristiani, y del que lamentablemente no queda registro porque se perdió. Otro de los primeros títulos de este género fue *Die abenteuer des Prinzen Achmed*, creado en Alemania en 1926 por Lotte Reiniger.

Pero el empuje definitivo el cine de animación lo da Walt Disney con su creación de Mickey Mouse en 1928. Por la misma época se ruedan muchos cortos animados protagonizados por *Betty Boop*, y *Popeye*, de la mano de los hermanos Fleischer y el Pájaro Loco de Walter Lantz. Finalmente, los cortometrajes de animación dejaron de

exhibirse en las salas de cine, que entonces fueron tomadas por los largometrajes, especialmente de la factoría Disney, que ha encabezado hasta hoy los rankings, y el cual comienza su andadura comercial con *Blancanieves y los siete enanitos*, estrenada en 1937 (Nuñez y Loscertales, 2007).

#### 4. El estereotipo animado de Disney

Walt Disney Company es una de las corporaciones más grandes del mundo dedicada a las comunicaciones y el entretenimiento. Es la segunda empresa de este tipo en Estados Unidos. Fundada en 1923 por Walt Disney, productor de cine y televisión, director, guionista, y pionero de los dibujos animados. En 1927 creó a Mickey Mouse, luego a Minnie y en 1933 al Pato Donald, Pluto y Goofy.

En 1935, Disney comenzó a trabajar en su versión de Blancanieves y los siete enanitos, que se convertiría en la primera película animada de la historia, ganadora de ocho Óscar, luego de tres años de rodaje, montaje y más de un millón de dibujos. Se dice que esta película se proyecta todos los días del año en alguna sala de cine del mundo, debido a lo cual sigue recaudando dinero (Sánchez Moreno, 2009).

Posteriormente aparecieron clásicos como Pinocho, Dumbo, y Fantasía. Y más tarde, en 1949 comenzó el desarrollo del mundo de las princesas. En 1949 nace *Cenicienta*, seguida por *La Bella Durmiente* en 1959, *La Sirenita* en 1989, *La Bella y la Bestia* en 1991, *Aladín* en 1992, *Pocahontas* en 1995 y *Mulán* en 1998, entre otras muchas películas que también tuvieron gran éxito (Gordillo y Ramírez, 2007).

Disney, además de ser una importante compañía que se especializa en la creación de películas animadas, también tiene parques de diversiones, resorts, canales de televisión, radio, agencias de publicidad, libros, líneas de juguetería y casas de ventas, con los que logran llegar a una mayor cantidad de audiencias de muchas maneras diferentes.

El lanzamiento de la hermandad de las princesas ha sido una estrategia de mercado bastante inteligente y una de las grandes ganancias de la compañía. Directamente extraídas del embrujo contextual de las películas infantiles más emblemáticas del siglo XX, algunas de estas heroínas han pasado a tener sus propios espacios televisivos y cumplen papeles protagónicos no solo en los largometrajes sino que también en los parques de entretenimiento de la compañía (Gordillo y Ramírez, 2007).

Al hablar de cine y estereotipo en los puntos anteriores, es necesario generar el nexo con Disney. La corporación de cine animado ha sido una de las más calificadas al momento de analizar la creación de patrones, conductas y cualidades en sus películas (Núñez y Loscertales, 2007).

Los medios audiovisuales, desde sus inicios, han sido muy importantes en la educación de los infantes, ya que éstos, han logrado marcar su infancia, y condicionar, en gran parte, el desarrollo del proceso de socialización de los infantes. Además, la construcción de identidad individual de las personas se va dando en gran parte, debido a los millones de estímulos recibidos diariamente a través de los medios audiovisuales como por ejemplo, las películas de animación (Barzabal y Hernández, 2005).

Disney al crear su mundo de princesas, no sólo le entrega a sus espectadores un personaje, sino también una descripción de realidad, vivencias, un concepto de roles, valores y patrones.

Con la creación de caricaturas y películas del tipo Disney, se busca inculcar en los niños una serie de moralejas y valores que les dejen una enseñanza de cómo manejarse en la vida, en la busca de la felicidad. La compañía ha sido considerado uno de los mayores impulsores en este sector, pero por otro lado ha sido criticado debido a que se cree que falsea la información buscando incrementar la popularidad. (Sánchez Moreno 2009).

En las películas Disney es posible hallar, en buena parte de los mensajes, elementos que contribuyen a la reproducción de esquemas de pensamiento y comportamiento que se definen como legítimos y que diferencian al hombre de la mujer (Giroux, 1999).

De 30 películas de la factoría Disney hasta el 2001, ocho llevan el nombre de una mujer, lo que equivale a un 26,6%, donde cumplen un rol protagónico o co-protagónico dentro de la historia. Los largometrajes de la compañía comparten un patrón muy parecido entre ellas para representar roles masculinos y femeninos, sean de la época que sean, a excepción de Alicia en el País de las Maravillas que tiene diferentes características.

Las mujeres protagonistas de las películas Disney siempre son muchachas jóvenes, sin madre, y en caso de tener una “tutora” es un personaje que se representa como envidiosa, ambiciosa o más bien una bruja. Siempre están bajo la tutela de un hombre,

ya sea el padre o el futuro esposo, trabajan en las labores del hogar y deben ser salvadas de una mala vida. Y por otro lado, el hombre es un príncipe azul que debe rescatar a la mujer, siempre es apuesto, joven y fuerte, valiente y decidido y con un alto rango en lo social (Núñez y Loscertales, 2007).

##### 5. Roles de la mujer en el cine: modelos y roles

El cine, como medio de comunicación, entrega información a sus audiencias, pero en lo que más se centran las personas al ver una película es en los personajes que la desarrollan y que, finalmente, le dan vida al film.

Es común que mediante los medios de comunicación se creen estereotipos y se conviertan en generadores de modelos a seguir, donde se busca inculcar ciertos valores a la sociedad actual. El modelo de realidad que proponen los medios está lleno de papeles estereotipados, que son asumidos de manera inconsciente por quien los ve, aunque no se presente la realidad tal cual es, sino que se presenta de forma más empobrecida para atraer a una mayor cantidad de audiencias (Bonilla, 2005).

Según el modelo actancial de Greimas, tanto en películas animadas y no animadas, los personajes cumplen diferentes roles según la descripción de la realidad que se muestre en el film. Si bien existen diversos géneros, que fueron anteriormente nombrados, siempre los personajes cumplirán una función designada dentro de la historia que se presenta al espectador.

Los conceptos que han surgido de los estudios acerca de la mujer en el cine provienen, en la mayoría de los casos, de teorías sociológicas, psicoanalíticas y

semiológicas. Desde el punto de vista sociológico, se llegó a la conclusión de que la mujer le ha tocado caracterizar tres grandes roles en las películas: la ingenua, la mujer fatal y la madre (Vásquez Gómez, 2002).

Es así, como la cita anterior permite deducir que la industria del cine se ha encargado de construir una imagen de la mujer mediante la creación de diversos personajes. Según Vásquez Gómez (2002) la elaboración de modelos femeninos a través del cine, es reflejo del carácter machista de la industria cinematográfica y esto mismo ha supeditado el papel de la mujer en la realidad social.

En la filmografía Disney podemos encontrar dentro de sus historias, numerosos estereotipos que refuerzan valores racistas, sexistas y clasistas. Mediante estos estereotipos que muestran las películas a los espectadores nos enseñan a clasificar, ver y entender el mundo que hay dentro del film, en el que la mujer muchas veces es subestimada y obediente, cumpliendo con los deberes del hogar (Regueiro, 2006).

## 6. La evolución del rol de la mujer

El concepto de evolución se entiende como la transformación o el proceso de cambio de algo, ya sea una circunstancia, un estado o una situación. Pero dentro de esta investigación esta definición se va a relacionar con el desarrollo que ha tenido el rol de la mujer en las películas animadas de Disney.

Los aportes de las teorías del discurso, la teoría crítica y los estudios culturales han sido fundamentales para comprender la conformación de diversas identidades de género. Según esto, es preciso tener en cuenta la época en la que fue creada la película,

pues no es posible comparar una realidad del siglo XIX a una del siglo XX, por ejemplo.

La década de los 60 fue una época en la que comienzan a desarrollarse con mayor fuerza los movimientos feministas en Estados Unidos. Esto fue un hecho que influyó en las creaciones del cine hollywoodense.

Los papeles concedidos a las actrices cambiaron radicalmente. Las mujeres se convirtieron en víctimas de la violencia física perpetrada por los varones. Durante los años 60 las mujeres adquirieron el papel de víctima, como se representa en *La Naranja Mecánica*, de Stanley Kubrick, en 1971 o *El último tango de París*, de Bernardo Bertolucci, en 1972. (Vásquez Gómez, 2002).

Según el citado autor, las épocas sociales que se han vivido en el momento de creación de diferentes películas, han influido directamente en el rol que la mujer cumple dentro del cine.

Disney trata de hacer evidente el cambio en los roles que efectúan. Las historias van cambiando con el tiempo, y a las niñas no se les puede presentar el mismo rol de la princesa de hace diez años, ya que en la vida real este ha ido cambiando. (Collier-Meek, 2011).

En la década de los noventa se estrenó *Blancanieves* (1937), *La Cenicienta* (1949), *La Bella Durmiente* (1959), *La Sirenita* (1989), *Pocahontas* (1995) y *Mulán* (1998). Por último, la película más reciente que entra en el análisis de esta investigación es *Frozen*, estrenada el 27 de noviembre de 2013 a nivel mundial.

En Mulán aparentemente se rompen moldes porque una mujer, contra todo pronóstico y transgrediendo la norma establecida, decide luchar, como un guerrero profesional, ocultando su condición femenina. (Núñez y Loscertales, 2007).

## 7. La mujer como un signo

Según Charles Peirce, un signo es un *representamen* que para alguien significa algo en particular. Este signo está constituido por una representación, un objeto y un interpretante, y será este último el que le dé el sentido a ese signo.

Desde el punto de vista de la semiótica, que es la disciplina que estudia los diferentes signos que se utilizan para comunicación, un personaje dentro de una película es un signo para las audiencias.

El empleo de principios semiológicos, que se trasladan del texto escrito al lenguaje del cine, ha brindado a los estudiosos una herramienta que permite catalogar a las diferentes películas desde un punto de vista estético-discursivo.

Desde una perspectiva semiológica, el análisis de los filmes como reflejo de una determinada realidad social, permite destacar que la mujer se ha convertido en un conjunto de significados mediante los procesos de significación cinematográfica (Vásquez Gómez, 2002).

Lo anterior busca responder preguntas como: ¿Qué papeles ha representado la mujer en la historia del cine?, ¿Con qué elementos se representa la mujer? O ¿Cuáles personajes le han sido negado para caracterizar?

Para la configuración de una teoría semiológica de la representación femenina en el cine, lo fundamental es la doble vertiente del fenómeno cinematográfico de creación y recreación de significados por parte del realizador y del receptor, que poseen como punto de partida la imagen de la mujer como objeto de contemplación de la mirada masculina, y que está tan arraigada (Vásquez Gómez, 2002).

Bajo una mirada semiológica, los diferentes roles que ha cumplido la mujer en la historia del cine, dan cuenta de que más que un papel es sólo la representación de un signo, que a fin de cuentas las audiencias van a catalogar a la mujer como más les parezca.

### **III. Marco Conceptual**

Un estereotipo es una idea, modelo o imagen que generalmente se asocia a un grupo social, al que se le atribuyen conductas, cualidades y habilidades. En este mismo sentido, los estereotipos son un conjunto de ideas, creencias y actitudes preestablecidas que son aplicadas a determinados individuos, catalogándolos y encerrándolos dentro de ciertas categorías sociales.

#### **1. Cinematografía**

Es una técnica que proyecta imágenes en una pantalla, a una velocidad necesaria para que éstas se perciban en movimiento. Al concepto se le agrega el proceso de producción de un film, como lo es la fotografía, la proyección y el montaje.

Si bien las imágenes siempre retratan una situación estática, el cerebro humano completa la secuencia de imágenes y observa el movimiento que se genera a partir de la sucesión permanente de ellas.

#### **1.1 Género de animación**

El cine de animación o de dibujos animados, es una técnica audiovisual donde se producen, mediante dibujos, las imágenes una por una de tal forma que al momento de proyectarlas consecutivamente genere la ilusión de que los dibujos tienen movimiento propio, dando vida a diferentes personajes dentro de una historia.

Ejemplos como Blancanieves, primer cuento de literatura infantil que fue llevado al cine de animación, se produjo en su primera versión en 1937. Muchos años después, con

el desarrollo de la tecnología se creó *Shrek*, con la primera versión del 3D en cine de animación, el 2001 (Córdova, 2008).

*El Apóstol* fue la primera película animada de la historia, hecha en Argentina, cuyo guión visual, diseño, dibujos y dirección fueron obra de Quirino Cristiani. El film fue un gran éxito, y en él se emplearon unos 58 mil dibujos hechos a mano y rodados en un fotograma de 35 mm. El nombre de la película era una ironía sobre las promesas de acabar con la corrupción de Irigoyen (ex presidente de Argentina), que aparecía representado como un santurrón que lanzaba rayos contra los malvados y destruía la ciudad de Buenos Aires.

“El desarrollo de la animación en 3D, por ordenador, ha supuesto una revolución en los modos de producción de la industria de animación, pero también en las estéticas y argumentos. En el campo del largometraje, el monopolio de Disney se vio seriamente dañado con la aparición de «Toy Story» hacia 1995. La propuesta de Pixar no era únicamente una estética nueva, sino también un modo nuevo de contar historias que dejaban atrás el manido cuento de hadas que Disney utilizó hasta la saciedad. Después llegaron otros títulos como «Monster Inc», «Buscando a Nemo» o «Los Increíbles»; y otras propuestas más allá de Pixar, como Dreamworks con «Shrek» o Blue Sky con «Ice Age». El resultado: salas de cine llenas de gente, de la primera a la última sesión” (Martínez Barnuevo, 2009. Página 3).

## 1.2 Audiencias del género de animación

“Precisamente fue ese el gran mérito de estas nuevas películas: llenar hasta la última sesión en las salas de cine, o lo que es lo mismo, atraer al público adulto. Con *Pixar* y *Dreamworks* la animación deja de ser una cosa de niños, el interés público crecer, y ese público cada vez es más amplio. A la vista estaba que los largometrajes de animación volvían a ser un negocio” (Martínez Barnuevo, 2009. Página 6).

En el momento de su estreno no fue de los títulos más taquilleros de la productora, pero en la década de los cincuenta, “Bambi” (1942) se convirtió en uno de los títulos más populares de la firma e incluso medio siglo después se estrena la continuación a esa primera parte, “Bambi II: El Gran Príncipe del Bosque” (2006). Algunos educadores y padres reconocen que los pasos del pequeño ciervo son comparables a los de cualquier niño. Esta película constituye una guía didáctica para cualquier niño, mostrando las propias etapas de la vida, desde que nacemos hasta que nos hacemos adultos: la importancia de la familia, los amigos, el amor, el respeto, la vida. El impacto de esta película sobre algunos niños que ahora han crecido y son adultos se muestra en los diferentes grupos que existen en Facebook en relación a la muerte de la mamá de Bambi y cómo ese hecho les traumatizó cuando eran niños. Aunque son grupos que no cuentan con muchos seguidores, no deja de ser un dato significativo su mera presencia en esta red social, aunque también es cierto que alguno de ellos, en defensa de la película lleva por título “A mí la muerte de Bambi no me produjo ni el más mínimo dolor”. (Porto Pedrosa, 2014).

### 1.3 Audiencias Disney

Durante años se ha pensado que las audiencias de las películas de Disney están netamente representadas por niños, pero varios estudios han llegado a la conclusión de que esto no es así, sino por el contrario, que los filmes animados de esta industria reflejan las cualidades sociales y de la época en las que fueron creados, y que muchas veces, presentan contenidos que los adultos pueden entender entre líneas, pero que los niños ven como una sencilla historia de dibujos animados.

Puede resultar de interés conocer que en sus comienzos los dibujos animados, creados por Walt Disney, no estaban dirigidos a un público infantil, y en sus historias se buscaba hacer reír al espectador con personajes que, en muchas ocasiones, se comportaban de forma “socialmente” incorrecta, con la caricaturización de personajes famosos y con historias que incluían ciertos elementos de crítica social. (Digón, 2006).

### 1.4 Figura femenina en medios de comunicación

Los medios de comunicación de masas juegan un papel de estabilización e integración de roles, valores, normas y símbolos. Además, son considerados un importante instrumento para la socialización y la trasmisión de valores, ya que muestran pautas de comportamiento de forma consciente o inconsciente, que se convierten en ocasiones o modelos de referencia para la sociedad. De forma inevitable acaban creando una realidad que afecta a nuestra visión del mundo y a su comprensión. De esta forma, los medios juegan un papel fundamental a la hora de transmitir una

imagen femenina no estereotipada, y de ser motores de cambio hacia una sociedad sin discriminación de género. (Mateos de Cabo, 2007).

### 1.5 Estereotipo femenino en el cine

Un estereotipo puede ser una imagen creada y/o estructurada y que es aceptada por una colectividad, llegando a un acuerdo.

Desde el punto de vista sociológico, los estudios sobre la figura femenina en el cine, pretenden destacar la tipología social presente en los argumentos cinematográficos. Desde un enfoque psicoanalítico las historias argumentan modelos psíquicos y son resultado de condiciones históricas. Y desde un fundamento semiológico, lo que interesa es el análisis de las películas como reflejo de una determinada realidad social (Vásquez Gómez, 2002).

Las historias se representan y se desarrollan, por medio de diferentes personajes que las van actuando. Estos personajes tienen diferentes características que se desenvuelven y que cumplen diferentes roles, que como muchos estudios han concluido, pueden estar estereotipados o no. En general, en el cine de animación, los personajes creados bajo patrones son comunes, esto quiere decir, que en todas las historias está el hombre fuerte que protege a la mujer, la damisela en peligro, el villano o la villana y el amigo fiel.

Los personajes femeninos creados en la industria cinematográfica hollywoodense responden a un estereotipo que se repite sin cesar, con algunas variantes. Los análisis de las representaciones femeninas que surgen a propósito de la lucha por la reivindicación

de las mujeres en la década de los setenta buscan un sustento sólido en diversas disciplinas científicas. (Vásquez Gómez, 2002).

A lo anterior, Vásquez Gómez agrega que la cinematografía estadounidense, con base en los mitos patriarcales, sitúan a la mujer en la posición de los “otro”, lo silencioso, lo ausente y marginal, principalmente a través del melodrama. Además recalca que las cintas americanas se han dedicado a preservar una imagen de la mujer cobijada por un halo de eternidad y que se caracteriza su carácter atemporal.

En efecto, la semiología o semiótica, junto con la sociología, la psicología y el psicoanálisis, son las cuatro disciplinas que se insertan dentro del paradigma metodológico de análisis del cine. (Zurian y Herrero, 2014).

#### 1.6 Estereotipo femenino en Disney

Muchas veces el mundo de las princesas Disney y de las representaciones de la figura femenina en sus películas, han sido motivo de diferentes puntos de vista por parte de la sociedad, de estudiosos y expertos.

Se ha hecho hincapié en la representación conservadora e inmovilista de los roles de los personajes del cine de animación Disney, especialmente en materia de género: la mujer es sumisa y obediente, se guía por sus emociones, se orienta al amor y al matrimonio, es la que cuida de la familia y de la casa y en muchas ocasiones se la presenta o en el rol de la mujer malvada. (Digón, 2006).

#### **IV. Marco Teórico**

Como se destacó anteriormente, el estudio de estereotipos en cine de animación no es un tema investigado a fondo ni con mayores fundamentos. En general, las diferentes tesis, estudios cualitativos y métodos para recolección de datos como focus group y entrevistas, se han centrado en el concepto en general pero no en el análisis del rol femenino en la filmografía animada y en las características que tienen las mujeres dentro de este marco.

En esta investigación se utilizará el concepto de semiótica de Charles Peirce, expuesta en 1914 en su libro “Semiótica Filosófica”. Para Peirce “el signo es algo que está para alguien en lugar de otra cosa, su objeto, en algunos de sus aspectos. Y crea en la mente de esa persona un signo más desarrollado que es su interpretante”, Lo que significa que un signo es una representación mental, a través, de la cual alguien puede conocer los objetos de la realidad.

De acuerdo a la semiótica de Peirce, el signo se compone por tres elementos: objeto, representante o signo e interpretante, por lo tanto, toda su teoría sobre semiótica se basa en estos tres componentes.

El objeto es la porción de la realidad a la que se puede acceder, a través del signo. El representante o signo, es la representación de algo, y el interpretante es el significado de una representación no puede ser sino otra representación. Esto significa que trata de otro signo que, ahora, es el signo que el representante produce en la mente de la persona: por ejemplo, al escuchar la palabra "pájaro" todos comprendemos de qué se está hablando, pero

la variedad de pájaros que puedan representarse en cada persona será diferente en cada caso. El interpretante, se relaciona con los conocimientos y saberes comunes de una cultura determinada. (Rodríguez, 2003).

Por otro lado, el Modelo Actancial de Algirdas Greimas, también será utilizado en esta investigación. El lingüista francés, trabaja con el concepto de “actante” que amplía el concepto de personaje, el cual fue usado por la semiótica literaria para designar a cualquier participante en una historia.

Greimas basa su modelo en seis actores: sujeto, objeto, destinador, destinatario, ayudante y oponente, que se encuentra en todas las narraciones e historias, y que cumplen un objetivo que, la mayoría de las veces, se repite.

La noción de modelo, o esquema o código, actancial se ha impuesto en las investigaciones semiológicas y dramáticas para visualizar las principales fuerzas del drama y su rol en la acción. Presenta la ventaja de ya no separar artificialmente a los personajes y la acción, sino de revelar la dialéctica y el paso progresivo de uno al otro. Su éxito se debe a la aclaración aportada a los problemas de la situación dramática, de la dinámica de las situaciones y de los personajes, de la aparición y resolución de los conflictos. (Saniz Balderrama, 2013).

Los actantes son pues “personajes” en un rol dado. Estos personajes pueden ser: ya sea humanos, ya sea animales, ya sea objetos. El Modelo Actancial designa al sujeto como aquel que vive las experiencias, al *destinador* como el que motiva al sujeto a cumplir su objetivo, el ayudante, que es quien auxilia al sujeto a que cumpla su objetivo, el

destinatario, que recibe las acciones del sujeto y el oponente, que hace de auxiliante negativo y obstaculiza los objetivos del sujeto. (Saniz Balderrama, 2013).

Cuando se analizan los diferentes roles que cumplen los personajes en las historias del cine, las audiencias también son un punto importante a analizar. Por esto mismo, otra teoría que se ocupó en esta investigación es la Teoría de la Valoración de John Dewey.

Durante las primeras décadas del siglo XX, positivistas y pragmatistas compartían la idea de que la ciencia era el único modelo de racionalidad. Ambas posiciones declaraban su fe en el método empírico como la única herramienta capaz de producir conocimiento significativo. Para los positivistas, lo anterior exigía una clara demarcación entre juicios de hechos, susceptibles de contestación experimental, y juicios de valor, meras interjecciones emotivas sin contenido objetivo.

La teoría de Dewey fue publicada en 1939, en la *International Encyclopedia of Unified Science* volumen 2, n° 4, en la cual el autor plantea que la valoración ofrece un modo de superar la distinción analítica entre hecho y valor. Para ello, Dewey muestra con claridad que los juicios de valor pueden considerarse como juicios empíricos, es decir, que son capaces de sortear test experimentales del mismo modo como ocurre en las demás ciencias.

La razón de lo anterior es que para Dewey “las valoraciones son pautas de comportamiento empíricamente observables, y pueden ser estudiadas como tales” (Dewey, 1939. Página 124).

## **V. Marco Metodológico**

### **1. Diseño de la investigación**

#### 1.1 Enfoque de la investigación

Para este estudio se utilizará un enfoque mixto. El uso del enfoque cuantitativo se justifica por la necesidad de medir si los grupos etario en los 23 y 50 años han percibido una evolución en la figura femenina en las películas animadas de Disney. El uso del enfoque cualitativo se justifica por la necesidad de describir las características de los personajes que se analizarán, y la posible evolución que éstos han tenido en el tiempo.

Se optó por el uso de estos dos instrumentos porque podrán determinar de manera categórica y específica si la hipótesis planteada coincide con los resultados de la investigación.

#### 1.2 Tipo de Estudio

Esta investigación pretende analizar y conocer si los grupos etarios seleccionados en el muestreo perciben una evolución de la figura femenina en las películas animadas de Disney. Esto se va a realizar por medio de encuestas, focus group y entrevistas, que darán a conocer la variable de evolución de los personajes.

Por lo tanto, esta investigación es de tipo descriptiva, ya que su principal objetivo es establecer y determinar, mediante las características que presenta la figura femenina en Disney, si ésta ha evolucionado efectivamente o no.

### 1.3 Tipo de Datos a utilizar

Para esta investigación se utilizarán datos de tipos primarios y secundarios. Estos datos provienen de los instrumentos aplicados por el mismo investigador y de análisis y tesis hechos a base de estos mismos investigadores. Su uso es justificado porque los resultados que otorguen los instrumentos seleccionados van a permitir concretar si los indicadores solicitados están o no presentes.

### 1.4 Secuencia Temporal

Se seleccionó una secuencia temporal transversal. Se estudiará la muestra determinada es un espacio temporal determinado y acotado. Esto permitirá determinar si la población seleccionada (hombres y mujeres de 23 y 50 años) percibe una evolución en la figura femenina en las películas animadas de Disney. Se descarta la posibilidad de una secuencia temporal longitudinal, ya que no se cuenta con los recursos ni tiempo necesario para llevarla a cabo de manera confiable y veraz.

### 1.5 Diseño Muestral

El objeto de estudio de la investigación es la valoración sobre la evolución de la figura femenina en las películas animadas de Disney y el sujeto serán los diferentes grupos etarios, entre los 22 y 50 años.

El marco muestral de esta investigación se dividirá en tres grupos diferentes, y serán hombres y/o mujeres que cumplan con el rango etario mencionado anteriormente. Se ha seleccionado este marco muestral por las épocas en las que fueron estrenadas las siete

películas que analizarán, y por las diferencias de opiniones que pueden existir entre personas que son de distintas generaciones. Por último, el tamaño muestral de la investigación será de 30 personas.

#### 1.6 Instrumento para la Recolección de Información

Para esta investigación se utilizará un cuestionario personal y tres focus group, que se realizarán en días distintos y con personas distintas cada uno. Esto permitirá analizar si los indicadores de valoración están presentes en la muestra seleccionada de una manera sencilla y precisa.

Cada asistente al focus group deberá responder un cuestionario previo de 14 preguntas, donde se podrá observar si los siete personajes principales de las películas que se utilizarán para la investigación, son reconocidas o no y qué valor le entrega cada persona a las princesas.

Luego, los mismos que respondieron el cuestionario, participarán un focus group, que consta de 14 preguntas también, y con el que se busca generar debate y comparación de ideas y opiniones respecto del mismo tema.

#### 1.7 Análisis de datos

Para esta investigación se analizarán los datos recopilados con el programa Excel, donde se generarán gráficos y tablas de datos.

## 1.8 Validación de experto

Ambos instrumentos para la recolección de datos y el diseño metodológico de esta investigación fueron validados por Paulina Boysen, Directora Académica de Ciencias Políticas de la Universidad del Desarrollo y Máster en Investigación Social y Desarrollo de la Universidad de Concepción, y por Luz Patricia Silva, Magíster en Ciencias Sociales y Doctora en Cultura y Educación de la Universidad del Desarrollo.

## 2. Definición y Operacionalización de Variables

Esta investigación tiene como variable única el concepto de Valoración, según lo propuesto por John Dewey (1939). Esta variable se dividirá en dos dimensiones principales: Subjetivismo y Objetivismo, donde ambos presentan indicadores diferentes.

Según lo establecido en el marco teórico de esta investigación, los indicadores a estudiar serán los siguientes:

Según subjetivismo (*habitus*): definido por Pierre Bordieu como las estructuras mentales cognitivas, mediante los cuales las personas manejan el mundo social.

Los indicadores a continuación son definiciones de Luis Sánchez del Águila (2013):

- 1) Identificar/Reconocer: Capacidad para ubicar en el tiempo, en el espacio o en algún medio físico, elementos, partes, características, personajes, indicaciones u otros aspectos.
- 2) Argumentar/Fundamentar: Capacidad que permite sustentar o sostener diferentes puntos de vista.
- 3) Comparar/Contrastar: Capacidad para cotejar dos o más elementos, objetos, procesos,

fenómenos, con la finalidad de encontrar semejanzas o diferencias.

4) Seleccionar/Distinguir: Capacidad que permite escoger los elementos de un todo de acuerdo con determinados criterios y con un propósito definido.

5) Analizar/Examinar: Capacidad que permite dividir el todo en partes con la finalidad de explicar, estudiar o justificar algo, estableciendo relaciones entre ellas.

6) Organizar/Ordenar: Capacidad que permite disponer de forma ordenada, objetos, procesos o fenómenos, teniendo en cuenta determinados criterios.

7) Inferir/Deducir: Capacidad para obtener información nueva, a partir de datos explícitos o de otras experiencias vividas por la persona.

8) Discriminar/Diferenciar: Capacidad para encontrar diferencias esenciales entre dos o más elementos, procesos o fenómenos.

Según objetivismo (*campus*): también definido por Bordieu como aquella realidad establecida por todos los hombres que es independiente de un punto de vista simplemente particular o de grupo, pero que reconoce, en el fondo, un anclaje en una concepción particular del mundo, una ideología.

Todos los indicadores a continuación son definiciones propias de Pierre Bordieu.

1) Económico: Campo determinado por agentes sociales que se desenvuelven en lo económico.

2) Social: Relaciones sociales valoradas entre personas.

3) Simbólico: Hace referencia al honor y al prestigio de los agentes sociales.

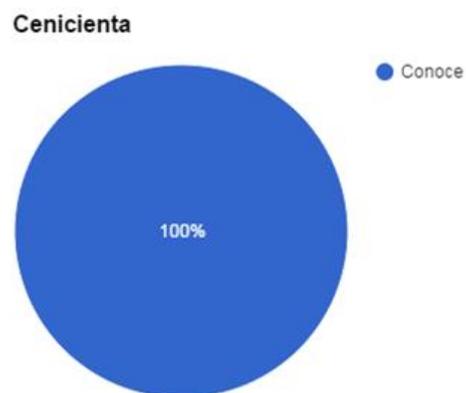
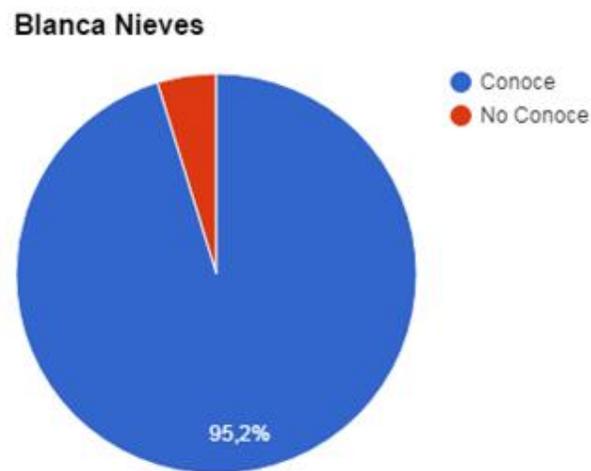
4) Cultural: Conocimientos legítimos.

La operacionalización de cada una de las variables puede verse en el Anexo 1:  
“Tabla lógica de operacionalización de variables”.

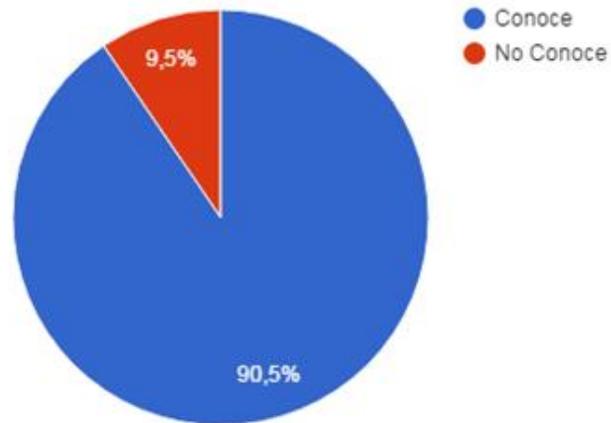
## VI. Análisis de resultados

### 1. Resultados de cuestionario previo a focus group

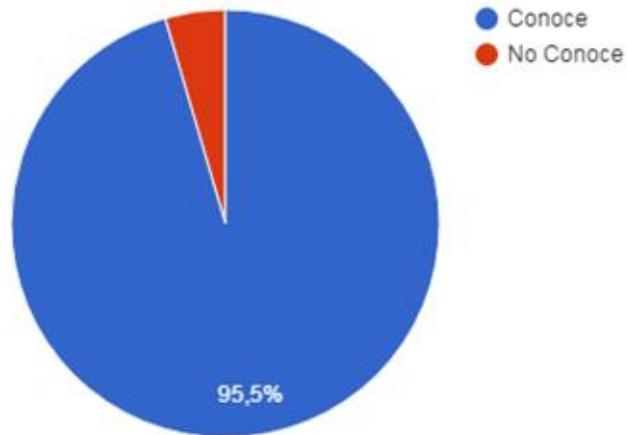
Los gráficos a continuación muestran el porcentaje de la muestra que conocía a cada uno de los personajes presentados:



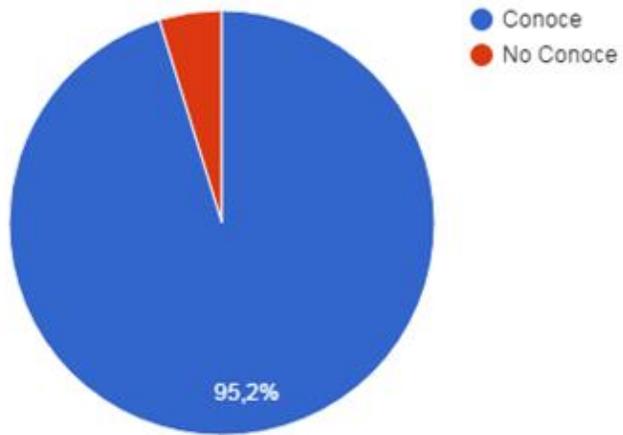
### Bella Durmiente



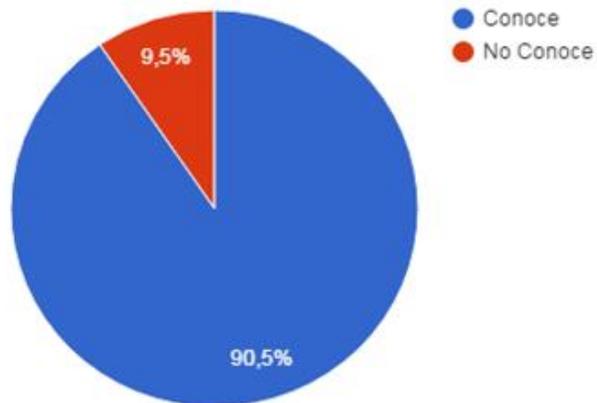
### Ariel



### Mulán



### Frozen



Para realizar el focus group fue necesario saber si la muestra conocía a las 7 princesas. El 100% de la muestra reconoció a Blanca Nieves mientras que 95,5% a Ariel y el 95,2% reconoció a Blanca Nieves y Mulán. Frozen, Pocahontas y la Bella Durmiente fueron identificadas por el 90, 5% de las personas.

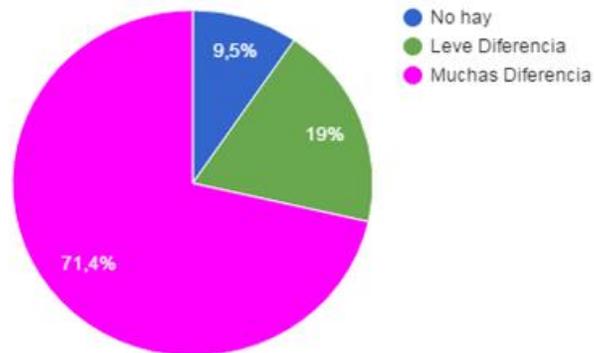
Se le pidió a la muestra que asignará una característica psicológica a cada personaje. Las más frecuentes fueron el rol doméstico y la cuidadora asignados a Blanca Nieves, la doncella en apuros identificado en la Bella Durmiente y la rebelde reconocido en Mulán. La mayoría de la muestra argumentó que se siente identificado psicológicamente con los personajes y que las reconoce por la relación con su entorno y su experiencia de vida propia.

El cuadro muestra la nota según el nivel de empoderamiento, donde 7 fue la nota más alta y 1 la más baja.

Princesas	Promedio
Blancanieves	5,4
Cenicienta	3,5
Bella Durmiente	2,7
Mulán	6,4
Frozen	5,8
Pocahontas	5,3
La Sirenita	4,5

Según el criterio planteado en la pregunta, la muestra calificó con la nota más alta a Mulán, reconociendo en ella un liderazgo e independencia.

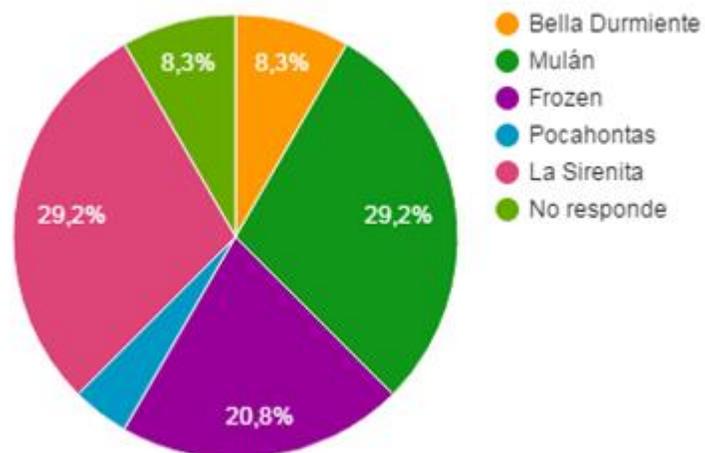
En cuanto a si la muestra observaba diferencias psicológicas entre los 7 personajes, la respuesta fue:



El 71,4% reconoce muchas diferencias especialmente es su rol dentro de la película, la relación con su entorno y la actitud al enfrentar problemas.

Las razones que argumentaron fue que se pueden observar muchas diferencias especialmente es su rol dentro de la película, la relación con su entorno y la actitud al enfrentar problemas.

El gráfico a continuación muestra el nivel de instrucción, educación o información que captan de cada princesa:



El 29,2 % de la muestra reconoció a Mulán y Ariel como las princesas más instruida, y que ellos creían que eran las protagonistas que más se interesaron en aprender.

## **2. Resultado Focus Group: según respuestas de las personas asistentes**

1. ¿Existe alguna semejanza entre los personajes? ¿Cuáles?

Física y Socialmente: Todas son mujeres y bonitas que representan la belleza de época. Pertenecen a la realeza.

Psicológica: Todas buscan la libertad.

Se reconoce un quiebre entre Blancanieves a la Sirenita, donde no son las princesas las protagonistas. Desde Pocahontas a Frozen, son las protagonistas las que construyen su historia

Tienen un parecer de acuerdo a la época de estreno

2. A modo de comparación: ¿se parecen psicológicamente los personajes?

Blanca Nieve a La Sirenita, muestran una semejanza. Buscan el príncipe, son ingenuas. Físicamente responden al prototipo de belleza. Ellas buscan salir de su realidad.

En cambio desde Pocahontas cambian tanto física como psicológicamente. Tienen rasgos de otras razas, buscan salvar el mundo. Mulán es la más distinta, rompe los paradigmas.

3. ¿Cuál es el personaje que más evoluciona psicológicamente durante la película?

La muestra reconoció a Elsa de Frozen como el personaje que más evolucionó durante la película. Parte siendo protocolar y después decide no fingir, no ocultar sus poderes.

En segundo lugar ven a Mulán, como un crecimiento por lo que vive en el ejército.

Finalmente, destacan a Ariel de La Sirenita, debido a la madurez que logra al final del largometraje.

4. ¿Cuáles creen que son los roles de las mujeres en estas películas?

Desde Blanca Nieves a La Sirenita cumplen decorativas, son protagonista sólo de nombre.

Desde Pocahontas Frozen son más empoderadas.

5. ¿Cuáles son las principales diferencias entre los personajes?

Desde Blanca Nieves a La Sirenita, son damiselas en peligro. Desde Pocahontas a Frozen están más empoderadas y tienen un papel protagónico real.

#### **Desglose por princesa:**

Blancanieves, Es ingenua

Cenicienta, Fue maltratada, demasiado buena con quienes eran malos, era sometida

Aurora, Porfiada, durmió toda la película

Ariel: Curiosa, Llevada a sus ideas, porfiada

Pocahontas, No es de una civilización, es de un pueblo indígena

Mulán, Coraje, familia común y corriente

Elsa. Tiene poderes sobrenaturales

6. ¿Qué valores entrega cada personaje como mujer?

Blanca Nieve: Rol maternal, Dueña de casa

Cenicienta: Se preocupa más del resto que de ella, no es resentida, bondadosa

Aurora: Delicada

Sirenita: La alegría

Pocahontas: Rol de cobijar, pendiente del que viene, de hacer hogar, acogedora

Mulán: Valentía, Líder

Elsa: Se posterga por no hacerle daño a su entorno. Sacrifica su felicidad

7. Nombrar al personaje que se casó con el príncipe más adinerado.

La Cenicienta fue reconocida como la princesa más adinerada, luego La Sirenita y Aurora.

8. ¿Cree que hay racismo, clasismo o discriminación en las películas? ¿En cuáles?

### **Desglose por película**

En Mulán hay discriminación, la rechazan por ser mujer

En Pocahontas hay discriminación hacia los indígenas

En Frozen también hay discriminación hacia Elsa por ser diferente a lo socialmente aceptado.

En Blanca Nieve hay discriminación debido a que caricaturizan a los enanos

En la Cenicienta, reconocen clasismo

En Frozen hay clasismo porque exageran burdamente al pobre. Blanca Nieve, discriminación por los enanos

8. ¿Cómo definiría el círculo social que rodea a cada personaje?

Desde Blanca Nieves hasta la Sirenita son de un círculo social acomodado y son apartadas de este debido a obstáculos de la películas, pero finalmente regresan a su entorno social de alta sociedad. En Frozen sucede lo mismo.

Pocahontas también pertenece a un alto rango social dentro de su pueblo.

En cambio Mulán se reconoce como una persona de clase media que alcanza un buen rango social debido a sus acciones.

9. Desde el punto de vista de la honorabilidad: ¿qué tan honorable es cada personaje? ¿Cuál considera que es más intachable?

Se reconoce a Mulán como la más honorable debido a que sus acciones fueron para salvar a su familia. A Pocahontas se le atribuye la honorabilidad debido a que defendió los intereses de su familia a pesar de que se acercó a los ingleses. A Cenicienta se le reconoce como la más intachable debido que no realizó ninguna acción moralmente incorrecta. Siempre fue buena con sus hermanastras. Finalmente Elsa, también es honorable ya que se aísla para no causar problemas a su entorno.

## **VII. Conclusiones**

Según la Teoría de la Valoración de John Dewey, además de diversos autores que se utilizaron para esta investigación, sobre la figura femenina en el cine, en el aspecto del subjetivismo, la muestra insistió en hacer una diferencia entre las princesas antiguas: Blanca Nieves, Bella Durmiente, Ariel y Cenicienta, y las nuevas: Pocahontas, Frozen y Mulán.

Debido a ello se deduce que la muestra fue capaz de identificar las características que reúne el personaje de la mujer, siendo capaces de diferenciar las características físicas y psicológicas en cada uno de los personajes

Los individuos también demostraron conocer el contexto social a nivel mundial en el que fue creada la película y con ello pudieron realizar comparaciones y justificar las similitudes, diferencias y caracterización en cada princesa.

Siendo la diferencia más destacada, el empoderamiento que tienen los personajes de Mulán, Pocahontas y Elsa. Y recalcada como característica negativa por la audiencia, la dependencia de Blancanieves, Aurora, Ariel y Cenicienta, hacia un hombre pensado como héroe y que tenga como uno de sus roles fundamentales en la película, rescatarla y tener un final feliz en un lujoso castillo.

La mayoría de los asistentes a los focus group, representados en la muestra, expresaron sentirse identificados con las princesas que han sido creadas desde el año 2000 en adelante. Específicamente un 33.3% observó que las características psicológicas de Mulán son las que más se asemejan a la mujer de la sociedad actual y en la que vivimos hoy: independiente, empoderada, luchadora y generadora de cambios importantes para con su entorno.

En cuanto a los aspectos del objetivismo que plantea John Dewey, la muestra no dividió a las princesas en dos grupos, sino que reconoció una similitud en el alto rango social que las rodeaba es decir, aristocracia, clase acomodada, de clase alta en su sociedad, siendo sólo Mulán el único personaje que no comparte esta característica.

En el ámbito económico si se hace la división de los grupos, incluyendo a Elsa dentro de las princesas antiguas, ya que se reconoce en ella un alto poder adquisitivo.

En conclusión, la muestra valora y percibe completamente la evolución de la figura femenina en las películas animadas de Disney específicamente en los siete largometrajes analizados: Blancanieves, Cenicienta, La Bella Durmiente, La Sirenita, Pocahontas, Mulán y Frozen. Lo anterior, debido a que reconocen la relación de las princesas con la época en la que fue creada la película, y destacan positivamente el rol protagónico que ha tomado la figura femenina en las películas creadas desde el año 2000 en adelante, respecto de empoderamiento, independencia y capacidad de solucionar los conflictos sin depender de

un príncipe o del hombre que a fin de cuentas tenía que salvarlas en las películas más antiguas.

## **VIII. Limitaciones y proyecciones de la investigación**

La principal limitación de esta investigación fue la falta de estudios y teoría sobre el tema, pues ninguno de estos son muy específicos a la hora de analizar la valoración que hacen las audiencias respecto de la evolución de la figura femenina en películas animadas, específicamente. Sí existen análisis sobre el rol de la mujer en medios de comunicación, como prensa escrita y televisión, pero no en el impacto que esto tiene representado con dibujos animados, como las películas que se investigaron.

Otra limitación es la poca consciencia o análisis por parte de las audiencias que consumen las películas animadas de Disney, sobre la evolución del rol de la mujer y estereotipo, dentro de diferentes largometrajes. Si bien es cierto, la mayoría de la muestra reconoció una evolución, al momento de preguntarles no reconocían el cambio específico o no se habían detenido anteriormente a hacer una observación en profundidad.

Una última limitación fue el trabajo con la Teoría de la Valoración, ya que existe poco acceso al documento original, lo que dificultó la creación de los indicadores o la operacionalización de la tabla lógica.

Esta investigación tiene como proyección principal, el alto aporte que entrega debido a la poca información que existe sobre este tema. Por otro lado, hay muy poca documentación sobre la percepción y valoración de las audiencias respecto a la figura femenina en películas animadas como las de Disney. La mayoría de los análisis se realizan desde el punto de vista de los medios de comunicación y no desde el enfoque de las audiencias.

Finalmente, en el transcurso de la operacionalización de datos, la muestra se percató de la evidente evolución que existe en los personajes femeninos protagonistas de las siete películas de Disney analizadas.

## XI. Bibliografía y linkografía

- Caldevilla Domínguez. (2007). *Estereotipos femeninos en series de TV*. España.

Rescatado de: <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=9eacc1be-3921-4c0d-bcbc-0701425d0d4f%40sessionmgr4005&vid=40&hid=4102>

- Córdova. (2008). *Efectos de los dibujos animados en los niños*. Página 2. Ecuador.
- Dewey. (1939). *Teoría de la Valoración*. Página 124. Viena, Austria.
- Digón. (2006). *El caduco mundo Disney: propuesta de análisis crítico en la escuela*. Coruña, España. Revista Comunicar, 26, 163-169.
- Espinar Ruiz. (2006). *Imágenes y estereotipos de género en la programación y en la publicidad infantil. Análisis cuantitativo*. España. Revista Latina de Comunicación Social 61.
- Fiske, Cuddy, Glick & Xu. (2002). *A model of stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition*. Los Ángeles, California. Journal of personality and social psychology, 2002, volume 82, N°6.
- Gimeno. (2008). *La evolución de la mujer en Disney y Pixar*. Rescatado de: <http://www.sensacine.com/especiales/cine/especial-18500217/>
- González Alafita. (2012). *Las princesas Disney: lo que aprenden las niñas mexicanas a través de las películas*. México. Tecnológico de Monterrey. Revista de Comunicación, N°10, volumen 1.

- Gordillo y Ramírez. (2007). *TV y estrategias para el fomento del consumo en las niñas*. España. Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación.
- Iadevito. (2014). *Teorías de género y cine. Un aporte a los estudios de representación*. Buenos Aires, Argentina. Universidad de Buenos Aires.
- López Iglesias. (2013). *La fémina Disney: análisis y evolución del personaje femenino en cuatro películas de la factoría Disney*. Colombia. Universidad del Valle. Revista Sociedad y Economía.
- Martínez Barnuevo. (2009). *La animación española de largometraje: pasado, presente y perspectivas de una paradoja*. Madrid. Revista Latina de Comunicación Social, social 6, año 2009.
- Mateos de Cabo. (2007). *LA presencia de estereotipos en los medios de comunicación: análisis de la prensa digital española*. Madrid. Universidad CEU San Pablo.
- Núñez y Loscertales. (2007). *El cine de animación visto en casa: dibujos animados y TV*. Sevilla. Revista comunicar 2008, volumen 16.
- Patiño Egas. (2011). *Representación de la mujer en las princesas de los filmes de Walt Disney*. Quito. Tesis de la Universidad Politécnica Salesiana.
- Porto Pedrosa. (2014). *Proceso de socialización y cine de animación de Disney y Pixar: estudio del tratamiento y la recepción de los conflictos emocionales en la audiencia de 5 a 11 años*. Madrid. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Sociología.

- Ríos, Matas, Gómez. (2014). *Estudio sobre frecuencia del consumo de cine en estudiantes universitarios*. Sevilla, España. Revista de Medios y Educación, N°45.
  
- Rodríguez. (2003). *La teoría de los signos de Charles Sanders Peirce: semiótica filosófica*. Buenos Aires. Tesis de Licenciatura, Universidad Católica de Argentina. Facultad de filosofía y letras.
  
- Sánchez Noriega. (2007). *Historia del cine: teoría y géneros cinematográficos*. Madrid. Alianza Editorial.
  
- Saniz Balderrama. (2013). *El esquema actancial explicado*. Bolivia. Universidad Católica Boliviana y Universidad Mayor de San Simón, Cochabamba, Bolivia, facultad de lingüística y cine.
  
- Vásquez Gómez. (2002). *Las representaciones femeninas en el cine hollywoodense*. Hospitalidad ESDAI.
  
- Zurian y Herrero. 2014. *Los estudios de género y la teoría fílmica feminista como marco teórico y metodológico para la investigación en cultura audiovisual*. Madrid. Universidad Complutense de Madrid y Universidad Rey Juan Carlos. Área Abierta. Volumen 14 N°3.
  
- <http://www.boxofficemojo.com/alltime/adjusted.htm>
  
- [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_articulo=8569&id\\_libro=399](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=8569&id_libro=399)
  
- <http://www.conicet.gov.ar/2015/08/11/las-princesas-que-no-podemos-ser/>

## **XI. Anexos**

Anexo 1: Tabla lógica de operacionalización de variables













## Anexo 2: Cuestionario personal previo Focus Group

Folio:\_\_\_\_\_

### **Cuestionario**

Somos Francisca Melgarejo y Amanda López, y estamos realizando nuestro seminario de investigación sobre “La evolución de la figura femenina en las películas animadas de Disney”, con el que optamos al grado de licenciado en Comunicación Social.

Es un estudio de tipo descriptivo y cualitativo mediante el que buscamos levantar información y resultados por medio de dos instrumentos: un cuestionario estructurado y breve a 10 personas de diferentes grupos etarios, para luego desarrollar un focus group, con esas mismas personas.

1. ¿Reconoce a estos ocho personajes?

¿Cuáles?

-Blanca Nieves

-Cenicienta

-Bella Durmiente

- Mulán

-Frozen

-Pocahontas

-La Sirenita

2. Identifique cuáles son las características psicológicas de cada personaje.

\_\_\_ Rol Doméstico

\_\_\_ Doncella en apuros

\_\_\_ Consentida

\_\_\_ Doncella en apuros

\_\_\_ Desubicada

\_\_\_ Cuidadora

\_\_\_ Rebelde

\_\_\_ Ingenua

\_\_\_ Asustada

\_\_\_ Engañada

\_\_\_ Dualidad

3. ¿Con cuál se siente más identificado? Jerarquice

1. Blanca Nieves \_\_\_

2. Cenicienta \_\_\_

3. Bella Durmiente \_\_\_

4. Mulán \_\_\_

5. Frozen \_\_\_\_

6. Pocahontas \_\_\_\_

7. La Sirenita \_\_\_\_

¿En qué?

---

---

---

4. Ponga nota a los personajes en una escala de 1 a 7. (1 es la nota más baja y 7 la mejor). Según su empoderamiento en la película.

1. Blanca Nieves: \_\_\_\_

2. Cenicienta \_\_\_\_

3. Bella Durmiente \_\_\_\_

4. Mulán \_\_\_\_

5. Frozen \_\_\_\_

6. Pocahontas \_\_\_\_

7. La Sirenita \_\_\_\_

5. ¿Piensa que hay diferencias psicológicas entre los 7 personajes? ¿Cuáles?

\_\_\_\_ No hay

\_\_\_Leves diferencias \_\_\_\_\_

\_\_\_Muchas diferencias \_\_\_\_\_

9. Las películas se estrenaron entre 1930 y 2015¿Puede distinguir las diferentes épocas en las que se desarrolla cada personaje? Asigne una década. (Ver imágenes del power point)

1. Blanca Nieves:\_\_\_

2. Cenicienta \_\_\_

3. Bella Durmiente \_\_\_

4. Mulán \_\_\_

5. Frozen \_\_\_

6. Pocahontas \_\_\_

7. La Sirenita \_\_\_

10. ¿Distingue un vínculo entre cada personaje y su época? ¿Por qué?

11. Jerarquizar a los siete personajes de la más adinerada a la menos adinerada. (Ver imágenes)

1. Blanca Nieves:\_\_\_

2. Cenicienta \_\_\_

3. Bella Durmiente \_\_\_

4. Mulán \_\_\_

5. Frozen \_\_\_

6. Pocahontas \_\_\_\_

7. La Sirenita \_\_\_\_

12. ¿Cuál cree es era el personaje más instruido?

13. ¿Quién es Blancanieves?

14. ¿Quién es Cenicienta?

15. ¿Quién es Bella Durmiente?

16. ¿Quién es Sirenita?

17. ¿Quién es Pocahontas?

18. ¿Quién es Mulán?

19. ¿Quién es Frozen?

## Anexo 3: Focus group

### **Focus Group**

Somos Francisca Melgarejo y Amanda López, y estamos realizando nuestro seminario de investigación sobre “La evolución física, social y psicológica de la figura femenina en las películas animadas de Disney”, con el que optamos al grado de licenciado en Comunicación Social.

Es un estudio de tipo descriptivo y cualitativo mediante el que buscamos levantar información y resultados por medio de dos instrumentos: un cuestionario estructurado breve a 10 personas de diferentes grupos etarios, para luego desarrollar un focus group, con esas mismas personas.

**El focus group será grabado a modo de archivo y para preservar la fidelidad de las respuestas.**

1. ¿Cuáles creen que son los argumentos de cada historia?
2. ¿Existe alguna semejanza entre los personajes? ¿Cuáles?
3. A modo de comparación: ¿se parecen psicológicamente los personajes?
4. Haga una breve comparación entre los personajes.
5. ¿Cuál es el personaje que más evoluciona psicológicamente durante la película?
6. ¿Cuáles creen que son los roles de la mujeres en éstas películas?
7. ¿Qué concluyen ustedes de cada película?
8. ¿Qué valores entrega cada personaje como mujer?
9. ¿Hay diferencias entre los personajes? ¿Cuáles?

10. Nombrar al personaje que se casó con el príncipe más adinerado.
11. ¿Cree que hay racismo, clasismo o discriminación en las películas? ¿En cuáles?
12. ¿Cómo definiría el círculo social que rodea a cada personaje?
13. Desde el punto de vista de la honorabilidad: ¿qué tan honorable es cada personaje? ¿Cuál considera que es más intachable?
14. En términos de valores morales: ¿Qué se puede decir de cada personaje?

Anexo 4: Imagen presentada en Focus Group para análisis de personajes

**Focus Group Seminario de Investigación:** “La evolución de la figura femenina en las películas animadas de Disney”.



