

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



**ANÁLISIS DE LOS MENSAJES SUBYACENTES EN LOS
ESTEREOTIPOS DE LA PROTAGONISTA DE BLANCANIEVES Y LOS
SIETE ENANITOS ESTRENADA EN 1937**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

GRACIELA DEL CARMEN TUESTA ARRIOLA

ASESOR

CECILIA LOURDES VIDAURRE NIETO

<https://orcid.org/0000-0002-0068-5797>

Chiclayo, 2022

**ANÁLISIS DE LOS MENSAJES SUBYACENTES EN LOS
ESTEREOTIPOS DE LA PROTAGONISTA DE BLANCANIEVES
Y LOS SIETE ENANITOS ESTRENADA EN 1937**

PRESENTADA POR:

GRACIELA DEL CARMEN TUESTA ARRIOLA

A la Facultad de Humanidades de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

APROBADA POR:

Milton Francisco Calopiña Avalo

PRESIDENTE

Karl Friederick Torres Mirez

SECRETARIO

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto

VOCAL

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido vivir y por acompañarme siempre.

A mi mamá, por la valentía con la que cada día ha luchado por darnos lo mejor a mí y a mis hermanos; porque es una persona maravillosa, noble y de sentimientos sinceros, que ha encontrado en su fe hacia Dios, siempre, su más grande apoyo. Ella es una sobreviviente.

A todas las mujeres del mundo, que en algún momento han sufrido rechazo y discriminación a causa de estereotipos sociales. A todas aquellas que han sido víctimas de violencia y han sentido pisoteados sus derechos.

AGRADECIMIENTOS

A Fabiola Correa, por haberme apoyado en este proyecto con sus conocimientos y consejos. Fue una gran profesora y guía.

A todos los entrevistados que, amablemente, me dieron espacio en su agenda para responder las preguntas. Su experiencia fue muy valiosa para esta investigación.

A mi querida escuela de Comunicación, porque los profesores nos compartieron siempre su amor por la profesión y nos dieron lo mejor de ellos.

ANÁLISIS DE LOS MENSAJES SUBYACENTES EN ESTEREOTIPOS DE BLANCANIEVES, PROTAGONISTA DE LA PELÍCULA BLANCANIEVES Y LOS SIETE ENANITOS DE DISNEY ESTRENADA EN 1937

INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

25%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	repositorio.unp.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	riunet.upv.es Fuente de Internet	1%
7	doi.org Fuente de Internet	1%
8	eprints.ucm.es Fuente de Internet	1%

Índice

Resumen.....	5
Abstract.....	6
Introducción.....	7
Revisión de literatura.....	8
Materiales y métodos.....	12
Resultados.....	16
Discusión.....	24
Conclusiones.....	27
Recomendaciones.....	28
Referencias.....	29

Resumen

El presente trabajo de investigación realizó el análisis de los mensajes subyacentes en los estereotipos de la protagonista de la película de *Disney Blancanieves y los siete enanitos*. Los objetivos planteados fueron: identificar los estereotipos presentes en la protagonista, contrastar las características de la protagonista de la película de Walt Disney con otros referentes femeninos cinematográficos de la época de estreno de la producción, y relacionar los mensajes que aparecen en esta producción con otros mensajes contemporáneos. La metodología fue de investigación cualitativa, basándose en el paradigma naturalista con un planteamiento hermenéutico. Se aplicó una ficha de análisis audiovisual con momentos de la película, mensajes e interpretación y se pudo identificar los estereotipos presentes, así como se comparó el perfil de la protagonista con otros personajes icónicos del cine que han representado a la mujer, y una comparación de la película con otros mensajes contemporáneos; además, se realizaron entrevistas a 4 especialistas. El trabajo tuvo como conclusión que los mensajes subyacentes manifestados por Blancanieves son intencionados y han sido colocados en la película para determinar el tipo de mujer de 1937, mostrando cómo debía ser su comportamiento, y para que la historia persuada con mayor facilidad al público.

Palabras claves: Mensajes subyacentes, protagonistas, estereotipos, Disney.

Abstract

This research work carried out the analysis of the underlying messages in the stereotypes of the protagonist of the Disney movie Snow White and the Seven Dwarfs. The objectives set were: to identify the stereotypes present in the protagonist, to contrast the characteristics of the protagonist of the Walt Disney movie with other female cinematographic references from the time the production was released, and to relate the messages that appear in this production with other messages contemporaries. The methodology was qualitative research, dependent on the naturalistic paradigm with a hermeneutical approach. An audiovisual analysis sheet was applied with moments of the film, messages and interpretation and the stereotypes present could be identified, as well as the profile of the protagonist was compared with other iconic characters of the cinema that have represented women, and a comparison of the film with other contemporary messages; in addition, interviews were conducted with 4 specialists. The work concluded that the underlying messages that Snow White manifested are intentional and have been placed in the film to determine the type of woman in 1937, showing how her behavior should be, and for the story to more easily persuade the public.

Keywords: Underlying messages, characters, stereotypes, Disney.

Introducción

Entendiendo a los estereotipos de género como aquellas creencias sobre las características “naturales” de hombres y mujeres, que definen metas y expectativas para ambos sexos de forma diferencial, creemos que los mismos sirven de sustento para justificar situaciones de discriminación y violencias hacia aquellas personas que se corren de lo esperado, estableciendo jerarquías y convirtiendo la diferencia sexual en desigualdad social (D’ Ovidio, 2020).

Mensajes que subyacen en las protagonistas de las producciones cinematográficas a lo largo de la historia, como las princesas animadas de Disney o en el cine clásico de Alfred Hitchcock, en la película *La ventana indiscreta*, se vieron influenciados por estereotipos de la cultura contemporánea a la época de estreno de cada película. La estereotipación en el cine se da a partir de la representación de contextos sociales y geofísicos, así como de personajes a los que, dependiendo de la nacionalidad o del grupo social al que se supone que pertenecen, se les adjudican características socioculturales (Mandujano-Salazar & Ramírez-Sánchez, 2021)

Con respecto al contenido subyacente, algunos discursos utilizados para promover una determinada identidad social contienen componentes ideológicos subyacentes que pueden crear prejuicios hacia determinados colectivos (Abuín-Vences, Cuesta-Cambra, Niño-González & Bengochea-González, 2022).

Por otro lado, el desconocimiento de la mujer sobre el origen del universo de comportamientos, costumbres, actitudes e inclinaciones en los que está inmersa genera confusión y constante inquietud. Del mismo modo, se han producido ideas equívocas de la realidad y de la manera cómo debemos ser para buscar aceptación social. Las películas producidas Hollywood, como artefactos culturales de alcance mundial, suelen reflejar tanto los valores del sistema estadounidense, como los clichés y los estereotipos, vigentes en Estados Unidos con respecto a las culturas, sociedades no angloamericanas por medio de la caracterización física y social de los escenarios y personajes (Mandujano-Salazar & Ramírez-Sánchez, 2021).

En ese sentido, *Blancanieves y los siete enanitos*, película Disney estrenada en 1937, fue elegida para esta investigación por su importancia histórica, que marcó un antes y después en el cine, en este caso, como transmisor de la cultura de ese entonces. *Blancanieves* fue, como parte del producto de Disney, la representación de la mujer ideal, la que se esperaba y que la sociedad necesitaba. La primera princesa animada y a color que inició el sueño de un mundo de fantasía donde la felicidad tiene algunas características, como un hogar y un esposo.

Surge entonces la pregunta: ¿Cuáles han sido los mensajes subyacentes en los estereotipos de *Blancanieves*, protagonista de la película *Blancanieves y los siete enanitos*?

Por este motivo, el análisis de los mensajes subyacentes en las películas de Disney permitiría entender cómo es que, durante años, los estereotipos que allí se plasmaron, estuvieron influenciados por la personalidad y el comportamiento de las mujeres según la época de estreno.

Así pues, la ejecución de esta investigación es necesaria para la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, porque servirá como aporte a futuras investigaciones en el área de comunicación social y audiovisual. Además, ayudará a tener una visión mucho más clara y un ejemplo, de cómo el cine se basa en estereotipos presentes en la sociedad para influenciar en sus públicos.

El análisis de los mensajes subyacentes es importante; porque, permite comprender y esclarecer significados de trascendental importancia en las películas Disney, que aparentemente pasan desapercibidos, pero, que requieren de mucha atención y crítica.

La investigación es conveniente para el desarrollo de la comunidad, porque ayudará a responder incógnitas planteadas desde hace muchos años, sobre el porqué de cosas, aparentemente irrelevantes, que están presentes en nuestro entorno diario y delimitan de alguna manera el comportamiento de la mujer actual.

Como objetivo general, se busca analizar los mensajes subyacentes en los estereotipos de Blancanieves, protagonista de la película Blancanieves y los siete enanitos de Disney, estrenada en 1937. Los objetivos específicos que se realizarán son los siguientes: identificar los estereotipos presentes en la protagonista, contrastar las características de la protagonista del film de Walt Disney con otros referentes femeninos cinematográficos de la época de estreno de la producción, y relacionar los mensajes que aparecen en esta producción con otros mensajes contemporáneos.

Revisión de literatura

Cieza (2018), planteó la evolución de los estereotipos de género de las princesas de las películas animadas de Disney en relación al rol social de la mujer entre 1937 y 2013. Los objetivos específicos fueron: relacionar las características de la princesa Disney creada en la década de 1930, 1950, 1980, 1990, 2000 y 2010 con aquellas del rol social de la mujer en la misma época. La metodología que se utilizó fue cualitativa, a través de la observación y el análisis, con operacionalización de variables e investigación no experimental transversal, de carácter descriptivo. Incluyó, además, unidad de estudio, población y muestra; y se usaron fichas de identificación de análisis y cuadros comparativos. Como resultados, afirmó que las primeras princesas representaban el estereotipo femenino tradicional de la mujer maternal, ama de casa, dama en apuros que espera por el hombre ideal y sueña con casarse y formar una familia, característica que evolucionó con el tiempo, según la relación a la figura femenina. Es decir, las princesas de Disney han representado diferentes estereotipos femeninos en sus protagonistas. Este hecho se puede manifestar en el comportamiento, metas, sueños, inquietudes, pensamientos, derechos que defiende, forma de relacionarse con su entorno, ocupación y funciones que posee cada una de ellas.

Juan (2020), planteó el análisis de los estereotipos ocultos tras las películas Disney: origen y evolución. Los objetivos específicos fueron: visualizar las producciones cinematográficas animadas de Disney en orden cronológico, se investigaron los referentes que se consideraron para darle características a sus protagonistas, se compararon los estereotipos físicos, y se observaron los cambios producidos por el estudio Disney. La metodología que se utilizó fue cualitativa, a través de la observación y el análisis. Se realizó una investigación de soporte audiovisual y biografía autorizada, para contrastar la información e identificar la diferencia de contenido en las películas analizadas. Como resultados, menciona que las películas producidas en el periodo de los años cuarenta a los noventa de racistas, sexistas, misóginas, violentas, discriminatorias, y un sinnúmero de calificativos despectivos. Pero se ha de tener en cuenta el contexto social en el que han sido creadas y la progresión que el ser humano ha experimentado socialmente. Por lo tanto, se puede afirmar que Disney ha practicado una evolución respecto a sus estereotipos, generalmente positiva, aunque algunos de ellos hayan perdurado con el tiempo, los mismos que prevalecen en nuestra población.

Silva (2020), abarcó el análisis del guion de la película *Moana* y la representación de la feminidad y la masculinidad en la construcción de sus personajes protagónicos. Caso Moana, Maui, Tui y Tala. Los objetivos específicos fueron: identificar y analizar las representaciones de feminidad y la masculinidad en la película *Moana* a partir de la construcción de sus personajes principales de Moana y Tala y su interacción en la historia. La metodología que se utilizó fue cualitativa mediante el análisis del guion y la construcción de los personajes considerando conceptos de género, masculinidades y feminidades, a través de matrices de estructura de guion, construcción de personajes y situaciones de presión. Además, se analizó el argumento de la película, los cuatro personajes principales y las relaciones entre los personajes masculinos y femeninos. Respecto a los resultados, se demostró que las representaciones de la masculinidad y feminidad en la película *Moana* desde la construcción de los personajes principales y su interacción en la historia evidencian una progresión de los estándares tradicionales de género.

Bases Teóricas

Teoría del Paradigma de Lasswell (1944): Entiende la comunicación como transmisión y ha motivado tipologías de investigaciones en función de si se centran en elementos subjetivos de la comunicación (quién), en su dimensión práxica (efectos) o en los elementos subjetivos de la comunicación (qué) (Gómez, 2021).

El Modelo de Fleur (1970): Indica que la comunicación humana es un proceso iniciado por fuentes individuales que inician mensajes utilizando símbolos, señales y signos para expresar significados mediante la transmisión de la información para que, así se desarrolle un proceso similar y paralelo de comprensión construido por los receptores a quienes va dirigido el mensaje. A su vez, sostiene que un mensaje efectivamente persuasivo es el que tiene la capacidad de alterar el funcionamiento psicológico del individuo, tal que responda manifiestamente con formas de comportamiento deseadas o sugeridas por quien persuade (Gabay, 2018).

El mensaje subyacente

El mensaje subyacente se realiza con la intención deliberada de buscar conseguir un objetivo de manera implícita (Laguens, Querejeta & Resches, 2021).

Las imágenes nos ayudan a construir nuestra identidad (propia o colectiva) o la alteridad: la supuesta o consensuada (normalmente por aquellos que representan o miran) identidad del otro. Al poner imágenes de los otros tratamos de definirnos a nosotros mismos (Martínez, 2020).

La semiótica: el estudio del lenguaje de los signos

En medios audiovisuales, la semiótica cognitiva dirige su interés a la experiencia del espectador (Conde, 2019).

La semiótica es el estudio de cómo utilizamos los signos para crear y transmitir sentidos y significados mientras nos comunicamos, y ayuda a comprender, de manera profunda, los elementos y la interacción que se establece, por contextos, en la comunicación.

El lenguaje no verbal: Kinésica, paralenguaje y proxémica

Los movimientos corporales son parte de lo que transmitimos al compartir un mensaje y refuerzan la interpretación del receptor, porque contribuyen a conocer estados de ánimo, rasgos de la personalidad o actitudes frente a diferentes circunstancias (Ramírez & Cusguen, 2020).

Psicología del color

Considerando el significado, por ejemplo, se destaca que los colores cálidos presentan cierto grado de estimulación, que genera alegría y excita; por el contrario, los colores fríos son tranquilos y, a veces, incluso generan depresión (Medina, 2018).

El color es un elemento muy importante en el lenguaje audiovisual, además de vincularlo con ciertas emociones, aportar connotaciones específicas en cada producción cinematográfica. Un color puede volverse un ícono que represente momentos o identifique situaciones, predominando o acompañando a los personajes (Cea & García, 2020).

La persuasión en el cine

El cine se ha convertido en una herramienta cultural de mucha importancia para el estudio e interpretación de la historia. Incluye, inclusive, discursos políticos e ideológicos de intereses específicos de algunos grupos sociales (López, 2018).

Al ser el patriarcado, un sistema social en el que prevalece el dominio masculino, representado en numerosos filmes populares por décadas ha logrado influenciar en el pensamiento e ideología de los espectadores, llegando incluso a normalizar esta tendencia a minimizar el poder femenino (Valdez, 2020).

El estereotipo

Los estereotipos son creencias o ideas organizadas sobre las características asociadas a diferentes grupos sociales, tales como el aspecto físico, los intereses, las ocupaciones, etnias, etc. Son imágenes, ideas, opiniones o interpretaciones sobre los elementos de un grupo de manera simplificada (Vargas, 2019).

Hablamos de estereotipos cuando aceptamos de forma grupal una idea o una imagen inalterable sobre un colectivo, generalmente basada en una percepción exagerada y simplificada de alguna conducta o característica física, derivada casi siempre en prejuicios que pueden variar con el tiempo (Branchadell & Lozano, 2019).

El conflicto de perpetuar los estereotipos acerca de las culturas y sociedades no angloamericanas radica en que la supuesta realidad recreada en el cine—y otros medios—agrava las problemáticas de las sociedades que se están representando. Para gran parte de la audiencia, las imágenes y los discursos sobre los otros desconocidos quedarán fijos en su pensamiento y en su imaginario de las naciones y culturas ahí expuestas. Esa imagen estereotipada echa raíces profundas en el imaginario colectivo, construyendo o perpetuando ideas incompletas y poco certeras (Mandujano – Salazar & Ramírez – Sánchez, 2021).

Walt Disney y los dibujos animados

Diferentes posturas se han sostenido sobre Disney, las narrativas que difunden, su naturaleza como industria y el poder que tienen por sobre las masas. Este poder es efectivamente

innegable, su capacidad industrial le permite llegar a cada rincón alejado con sus nuevas producciones. También mucho se ha teorizado sobre los distintos mensajes o posturas que puede tener (Polo, 2019).

Los personajes de los dibujos animados tomados de los cuentos infantiles tradicionales suelen encontrarse fuertemente apegados a los estereotipos de género, y fuerzan un efecto de socialización de estereotipos de género en los niños desde muy temprana edad (Lorena, 2018).

Del cuento al film: la adaptación

El término “adaptación” hace referencia al proceso de transformar los elementos argumentales y formales propios de una determinada obra literaria, en elementos compositivos propios del lenguaje y discurso cinematográfico. Este proceso dará como resultado un nuevo texto (Ruiz, 2021).

Actualmente se reconoce la autonomía o independencia del producto resultante de la adaptación, por lo que no se debería criticar respecto al grado de fidelidad que tiene con la obra en la que se basa. Esto indica que, a pesar de existir autores que defienden la superioridad de la literatura, tanto el texto literario como el guion cinematográfico son elementos diferentes y originales (Marrero, 2017).

La película Disney es una adaptación del cuento original de Blancanieves que sigue la misma línea temática de los celos, pero que se centra más en resaltar la inocencia y la pureza de la protagonista, que en mostrar a la madrastra y su ira (López, 2019).

Elementos que se repiten en todas las historias

El cine reconstruye y representa el pasado, por eso, hay interés en saber el impacto que tiene sobre una determinada comunidad en diferentes contextos sociales. Como producto de la misma acción del hombre, muestra estructuras del pensamiento y la representación de una determinada época (López, 2018).

La construcción de los personajes femeninos en Disney tiene como aspectos cruciales la voz y participación, el cuerpo y la personalidad (Silva, 2020).

Así, aún en las historias “de princesas”, la épica es masculina, careciendo la mujer de una épica propia y de personajes vitales con los cuales identificarse, quedando relegadas a roles pasivos, subordinados a los que, simplemente le pasan cosas, pero que no decide ni hace (Lorena, 2018).

Materiales y métodos

El enfoque de la investigación se fundamentó en el paradigma naturalista porque tuvo un análisis desde la percepción del investigador, y cuyo estudio de la ficción en una película animada, con el objetivo de identificar los mensajes subyacentes en los estereotipos de su protagonista Blancanieves, se dio en el marco de la interpretación. De este modo, el paradigma permite comprender fenómenos y resolver sus anomalías (Miranda & Ortiz, 2020).

Se usó la metodología cualitativa porque la investigación se basó en el estudio de Blancanieves, la protagonista de la película, analizando su personaje a través de conocimiento racional. Para ello, se consideró un proceso de indagación inductivo y se interactuó con el contenido y los entrevistados (Escudero & Cortez, 2018).

Es de tipo hermenéutico porque en el análisis de los mensajes subyacentes en los estereotipos de Blancanieves se realizó el análisis del discurso, a través de una interpretación de características de la protagonista de la película animada de Disney. La interpretación ha permitido rastrear la experiencia de la verdad, buscarla e indagar sobre ella (Hermida, 2020).

El objeto de estudio es Blancanieves, la protagonista de la película Disney *Blancanieves y los siete enanitos*, que trata de una princesa de 14 años, que sueña con su príncipe y vive con su madrastra, la reina, que quiere matarla al saber que supera su belleza. Después de huir y refugiarse en la cabaña de siete enanos, dedicados a la minería, la princesa es envenenada por la reina al comer una manzana. Finalmente, un día apareció su príncipe y con un beso de amor la despertó y se la llevó a su castillo para que fueran felices para siempre.

En la investigación se utilizó 13 secuencias, que mostraron en diversas situaciones y a través de la interacción con más personajes de la película, la personalidad de Blancanieves. Estas secuencias fueron consideradas en el análisis porque están relacionadas a comportamientos y estereotipos que manifiesta Blancanieves, a través de mensajes subyacentes.

Blancanieves, la primera princesa animada de Disney en una película a colores, realiza labores domésticas, y tiene personalidad sensible y cercana a la naturaleza. Es importante mencionar que, su motivación es que en algún momento llegue su príncipe y la lleve a su castillo para que sean felices para siempre. Con respecto a lo mencionado, el rol social se refiere a las pautas de conducta que una sociedad impone a un individuo en un contexto determinado. La mujer siempre he tenido papeles de esposa y madre, asimismo, debía cumplir con las labores en el hogar, ser servicial, velar por el bien de su familia y de su entorno (Juan, 2020). Además, tenemos un primer personaje que sigue la estructura de cine clásico, la dicotomía de la mujer fatal vs. la sumisa (Polo, 2019).

En cuanto a las características físicas, Blancanieves es joven, de tez blanca, labios color carmín, ojos negros, cabello corto y negro, y estatura y contextura media. En la creación de los personajes, los dibujantes utilizaron de referencia celebridades del mundo cinematográfico, transfiriendo los estereotipos físicos de personas reales consideradas “bellas” a los personajes animados (Juan, 2020).

Con respecto al vestuario de Blancanieves y la simbología de su color, puede decirse que el color es uno de los aspectos que permite subrayar mejor las situaciones que atraviesa y cómo se siente frente a ellas. El espectador debe reflexionar sobre la importancia que el color encierra en su psicología, el contexto en el que nace y sobre todo la intencionalidad que tiene

para dilucidar qué mensaje transmite en lo narrativo - emotivo - y que intenciones persuasivas encierra (Chiriboga, 2017).

Con relación a la música, se manifiesta en las canciones que la protagonista interpreta: *Sonrerir y cantar*, *El pozo de los sueños* y *Silbando al trabajar*, o como fondo musical para definir las situaciones que ella vive, como al huir en el bosque. Las melodías incluyen imágenes y acciones para transmitir con más fuerza el mensaje, para captar la atención, promover la identificación y la expresión de emociones y comportamientos.

Los sujetos participantes en esta investigación fueron los especialistas entrevistados. Se contó con el apoyo de Javier Prado, productor, realizador y director de dibujos animados, que ha producido trece cortometrajes de dibujos animados; además, ha laborado en varios medios como ilustrador, diseñador, historietista y caricaturista, entre ellos: Diario “Página Libre” (1991) y diario “Gestión”. Actualmente, es docente de Animación en Toulouse Lautrec.

De igual manera, aportó a la investigación Juan Antonio Limo Giribaldi, comunicador audiovisual y multimedia. Es storyteller especializado en la técnica de la animación 2D. Asimismo, fue docente en Toulouse Lautrec y en Cibertec; y actualmente es guionista cinematográfico en Viringo.

También participó en las entrevistas José Carlos Cabrejos, comunicador con maestría en Lengua y Literatura por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, y doctorado en Literatura Peruana y Latinoamericana en la misma Universidad. Además, es docente universitario de Semiótica, Lenguaje Audiovisual y Comunicación; colabora como periodista en el grupo El Comercio; y es editor de la revista de cine *Ventana Indiscreta*, y el autor del libro *Metaficción: de Don Quijote al cine contemporáneo*.

Finalmente, aportó a la investigación Claudia Tuesta Gaviño, psicóloga egresada de la Universidad Señor de Sipán, especializada en psicología infantil y magíster en Psicología Educativa por la Universidad César Vallejo.

El escenario de la investigación fue el tema de los estereotipos en la cultura americana dentro del lenguaje cinematográfico, que se incluyó en *Blancanieves*, la protagonista de la película *Blancanieves y los siete enanitos* para exponer estos mensajes. La película, basada en el cuento de los hermanos Grimm, dura 83 minutos y fue estrenada en 1937 en Estados Unidos, a cargo del director a Havid Han. Asimismo, es la primera película animada a color producida por Walt Disney y en la que depositó sus esperanzas, sueños y todo su dinero en este proyecto, en el que obtuvo gran éxito en la taquilla y en las críticas (Polo, 2019).

El análisis audiovisual, con su instrumento ficha de análisis audiovisual, se usó para interpretar los estereotipos presentes en los mensajes subyacentes de la protagonista *Blancanieves*. El instrumento consideró establecer lineamientos temáticos que se estudiaron, para que las impresiones que se deriven de la observación se puedan registrar a detalle y libremente. La técnica y su instrumento se corresponden con la parte del diseño hermenéutico de la investigación cualitativa (Hermida, 2020).

Tabla 1:
Ficha de análisis audiovisual de estereotipos de protagonista, contraste con referentes femeninos cinematográficos, y relación con mensajes contemporáneos.

Película	Pilares
Mensajes subyacentes y estereotipos	Mensaje subyacente Lenguaje verbal Lenguaje no verbal Plano y ángulo Psicología del color Estereotipos
Referentes femeninos del cine	Contraste con características de Blancanieves
Mensajes de 1930 - 1940	Relación de mensajes con Blancanieves

La técnica de la entrevista, con su instrumento de cuestionario, se basó en preguntas a 4 especialistas en cine animado, semiótica y psicología infantil. Con las respuestas se realizó un contraste de la información, considerando las líneas de acción en las que se basaron las preguntas. La entrevista fue muy ventajosa, principalmente en este estudio descriptivo y en las fases de exploración, así como para diseñar instrumentos de recolección de datos, independientemente del modelo que se decida emplear (Escudero & Cortez, 2018).

Tabla 1:
Variable, pre categorías y N° de preguntas usadas para los especialistas

Variable	Pre categorías	N° Preguntas	Preguntas
Estereotipos de Blancanieves en la película Blancanieves y los siete enanitos	Estereotipos y mensajes subyacentes	2	(1,2)
	Contraste con protagonistas	3	(3,4,5)
	Relación con mensajes contemporáneos	3	(6,7,8)
	Total	08	

Por la naturaleza cualitativa de la investigación no se puede hablar de confiabilidad o validez; sin embargo, se han establecido “criterios paralelos” llamados rigores para sustentar la calidad de la metodología de la investigación.

Para corroborar el trabajo de coherencia interna con datos cualitativos, se eligió sustentar en cuatro criterios fundamentales para demostrar la credibilidad y la confirmación de los resultados: credibilidad, transferibilidad, dependencia y confirmabilidad.

Según Escudero y Cortez (2018) la credibilidad hace referencia a la calidad y la riqueza de la información recabada. Asimismo, la transferibilidad, es la capacidad que tiene la investigación para ser aplicada a otros estudios.

En cuanto a la recolección de datos, por ser una investigación interpretativa y descriptiva, existe información del análisis de sujetos y la valoración de la investigadora. Para las descripciones minuciosas, se consideró la realidad para caracterizar fielmente a los sujetos y al escenario, de modo que la información final sea lo más certera posible.

El criterio de dependencia proporciona exactitud y consistencia de los hallazgos, derivadas del análisis de las categorías en estudio. Por ello, no se produjeron cambios importantes que afectaran a los sujetos a analizar ni en el proceso de investigación, porque se trata de una película estrenada y esta no varía.

De acuerdo al criterio de confirmabilidad, no existió manipulación ni sesgo en los sujetos analizados, lo cual garantizó la confiabilidad de los resultados. En cuanto a las fuentes utilizadas para documentar y aplicar la teoría en la interpretación, se tomó a distintos autores con investigaciones sobre análisis de mensajes y estereotipos en películas y protagonistas Disney. Con ello, otros investigadores podrán rastrear y corroborar los datos obtenidos.

El trabajo se realizó a partir de la revisión de literatura, entrevistas y análisis de los mensajes, con una ficha de análisis audiovisual. La literatura citada de libros, artículos e investigaciones de grado se encontró en plataformas virtuales, como bibliotecas, bases de investigación, entre otros. Asimismo, el material seleccionado es actual porque no tiene más de 5 años de publicación.

Por otro lado, las entrevistas se realizaron a 4 especialistas en áreas de cine animado, semiótica y psicología infantil, aproximadamente durante medio año, a través de llamadas telefónicas, video conferencia y en modo presencial, en las ciudades de Chiclayo y Lima.

Finalmente, se realizó un análisis de las respuestas obtenidas del cuestionario hecho a los expertos, y una ficha de observación que permitió encontrar los resultados.

El análisis de los datos concuerda con los objetivos, el abordaje metodológico, y los sujetos de estudio planteados, en este caso Blancanieves y los entrevistados, a través de sus respuestas. Por este motivo, el tratamiento de la información recogida en las entrevistas y el análisis consiguió detallar de forma específica los hechos y a Blancanieves, la protagonista de la película, desde la perspectiva de sus comportamientos e interacciones. Por lo tanto, aquí se hace referencia al análisis e interpretación de las cualidades (Escudero y Cortez, 2018).

Se utilizó la Normativa APA para citar las fuentes incluidas como sustentación de información. Asimismo, las respuestas tienen el criterio de inalterabilidad, por lo que se resumieron solo con las propias palabras de los entrevistados, cuidando de no cambiar el sentido. Finalmente, por transparencia, y como pruebas de la veracidad de la información obtenida en las entrevistas, se ha incluido los nombres completos de cada uno de los expertos, así como un breve resumen de su CV.

Resultados

Los resultados presentados se obtuvieron a través de la aplicación de dos técnicas de recolección de datos: la entrevista a profundidad, a cuatro especialistas de semiótica, cine animado y psicología infantil; y una ficha de análisis audiovisual, sobre el personaje de Blancanieves, a través de las secuencias de la película, con la que se identificó los mensajes subyacentes en los estereotipos, se contrastó las características del personaje con otros referentes femeninos y se relacionó los mensajes con los del contexto social. Los objetivos que se han respondido a continuación, son: identificar los estereotipos presentes en la protagonista, contrastar las características de la protagonista de la película de Walt Disney con otros referentes femeninos cinematográficos de la época de estreno de la producción, y relacionar los mensajes que aparecen en esta producción con otros mensajes contemporáneos.

Tabla 2:

Película Blancanieves y los siete enanitos de Disney (1937)	
Mensajes subyacentes y estereotipos	<p>Mensaje subyacente 01: la mujer que quiera parecerse a Blancanieves esperará a un hombre que la trate bien.</p> <p>Lenguaje verbal: Blancanieves interpreta la canción <i>El pozo de los sueños</i>, sobre el deseo de encontrar al hombre que llegue por ella. (Min.1:27)</p> <p>Lenguaje no verbal: Blancanieves muestra sorpresa y recato. No se lanza a los brazos del príncipe, entra al castillo para darse su lugar. Ella se mira, acomoda su traje y vuelve a salir. (Min.3:19)</p> <p>Plano y ángulo: ella aparece “absorbida” por el espacio del pozo, pequeña e incompleta en ese marco negro al que se le ha dado mayor protagonismo, sugiriendo el mal alrededor. Asimismo, las palomas, en ese ángulo, son como dientes que pueden devorarla.</p> <p>Psicología del color: vestimenta en tonos grises y marrones, que representan: tristeza, melancolía e inestabilidad. Estereotipos: la mujer desea encontrar a su príncipe azul, la mujer necesita al hombre para su desarrollo pleno y, si la mujer está arreglada, está presentable para ver a su pareja.</p>
	<p>Mensaje subyacente 02: la mujer que quiera parecerse a Blancanieves protegerá a los vulnerables. (Min. 7:14)</p> <p>Lenguaje verbal: le pregunta al ave si está perdida y por su mamá.</p> <p>Lenguaje no verbal: tono suave y cariñoso. Se acerca y sostiene al ave como si sus manos fueran un nido.</p> <p>Plano y ángulo: Blancanieves se arrodilla para estar a la altura del ave, no intimidarla y crear cercanía.</p> <p>Psicología del color: los colores del ave, azul y amarillo, son los de la vestimenta de Blancanieves. Genera identificación, porque ambas son huérfanas y se sienten solas, sin la protección paternal.</p> <p>Estereotipos: la mujer, futura madre, tiene que cuidar y proteger. La mujer es caritativa con quienes considera necesitados.</p>

Mensaje subyacente 03: la mujer que quiera parecerse a Blancanieves considerará a Dios en su vida. (Min. 5:20)

Lenguaje verbal: el silencio de Blancanieves denotó su personalidad recatada.

Lenguaje no verbal: la paloma del beso como paloma mensajera. Se remarca el amor puro, el matrimonio y la castidad. (Min. 5:20)

Como última acción del día, ella agradece de rodillas, con humildad y reverencia. (Min.3:55)

Plano y ángulo: se vieron ángulos de perfil y planos medios. (Min. 5:20). Asimismo, un plano general. (Min. 3:55)

Psicología del color: la paloma es blanca, símbolo de pureza e inocencia. Es un beso casto, puro. (Min. 5:20). Asimismo, la luz blanca de la ventana es la representación de Dios, la “luz del camino”. (Min. 3:55).

Estereotipos: la mujer es creyente y piadosa.

Mensaje subyacente 04: la mujer que quiera parecer una princesa como Blancanieves, a la que todos respetan y quieren en su hogar, debe hacer los quehaceres domésticos.

Lenguaje verbal: diálogo con los animales, mostrando solidaridad e interés por su entorno. (Min. 1:27) Blancanieves invita a los animales a trabajar juntos para mejorar la vida de los enanos, y ganar respeto y cariño, y permiso para quedarse. (Min. 12:20)

Lenguaje no verbal: la actitud y la postura corporal demuestran laboriosidad, pulcritud, orden y sencillez. La posición de las manos en la cintura y el movimiento de los dedos al ordenar muestran a una Blancanieves exigente para cuidar la salud. (Min. 30:40)

Plano y ángulo: se usaron planos enteros y ángulos frontales que mostraran todo el lugar. (Min. 12:20 y 30:40)

Psicología del color: la vestimenta de Blancanieves tenía colores vivos y encendidos: amarillo, azul y rojo. Ella no se cambia para limpiar, continúa de gala en ese ambiente que le agrada y donde espera agradar. (Min. 12:20)

Estereotipo: realizando bien su labor doméstica de limpiar, lavar y cocinar, la mujer se gana el respeto y la aceptación de los demás.

Mensaje subyacente 05: la mujer que quiera parecerse a Blancanieves, y ser tratada como ella, debe comportarse como tal.

Lenguaje verbal: Blancanieves utiliza palabras de tono atento: “bueno” “qué quieren que yo”. (Min. 46)

Lenguaje no verbal: ella baila sosteniendo su vestido, sonrío al mirar y guarda distancia, características de delicadeza y feminidad, porque es princesa y no plebeya. (Min. 43:53)

Plano y ángulo: plano entero y ángulo frontal para describir la escena. (Min. 43:53).

Psicología del color: la vestimenta continúa siendo de gala; además, lleva un fuste blanco, como pureza y feminidad.

Estereotipo: la mujer busca ser el centro de la atención para tener reconocimiento masculino.

Mensaje subyacente 06: la mujer que quiera parecerse a Blancanieves, y vivir un “romance de cuento”, debe soñar y guardar la esperanza de vivir la historia que desea.

Lenguaje verbal: le da al príncipe características de ensueño, que denotan: enamoramiento, entusiasmo y ternura. (Min. 46)

Lenguaje no verbal: sus manos juntas transmiten fe. (Min. 46)

Con ambos brazos abiertos y el rostro inclinado, manifiesta el deseo de ser suya, para abrazarlo y estar cerca de su corazón. Ella no se lanza a sus brazos, lo recibe. Su mirada indica el fin de la espera, hacia el lado izquierdo, el pasado. (Hr. 1:06:06)

Plano y ángulos: planos medios y ángulos laterales.

Psicología del color: Blancanieves habló del príncipe con un fondo negro, el presagio del mal. (Hr. 1:06:06). Luego, se encuentra con el príncipe rodeada de colores, como en un paraíso.

Estereotipos: La mujer es romántica e idealista.

Mensaje subyacente 07: la mujer que quiera parecerse a Blancanieves, y mantenerse a salvo, no debe confiar en desconocidos.

Lenguaje verbal: ella habla con una extraña, no hace caso a las recomendaciones, dice que está sola. (Min. 56:48 y 59: 15)

Lenguaje no verbal: se ven las manos juntas de Blancanieves, en actitud de esperanza, para ser feliz. Un gesto con las manos, en el corazón, donde sentimos. (Min. 59:15)

Plano y ángulo: planos entero y medio, que remarca la acción de las manos en el pecho. (Min. 59:15)

Psicología del color: la ropa de Blancanieves es de gala, con colores vivos. (Min. 59:15).

Estereotipos: la mujer es crédula e influenciabile.

Referentes femeninos
del cine

Contraste con características de Blancanieves

Personaje: actrices

Shirley Temple

Características físicas: cabello corto, vincha y tez blanca.

Características cinematográficas: *We Willie Winkie* (1937): es huérfana, pobre y está bajo órdenes de una persona severa. *The Little colonel* (1935): corre a través de bosques oscuros por su abuelo. Luego, llega a una cabaña para salvar a Elizabeth y Jack (sus padres), y Blancanieves llegó hasta ahí para salvarse a sí misma.

Heidi (1937): es una niña huérfana, a quien su malvada institutriz le hace la vida imposible. Se gana el cariño de todos los de la casa, como pasó con Blancanieves y los enanos.

Janet Gaynor

Características físicas: tez blanca, cabello corto y negro, ojos grandes y estatura media.

Características cinematográficas: *El Ángel de la calle* (1928): usan canciones para comunicarse como el silbido repetitivo de *O sole mio*. Muestra del amor puro, porque los personajes principales duermen en habitaciones separadas. Se encuentran en una capilla, al final se reconcilian y salen juntos. En *Blancanieves*, la princesa está en una urna de cristal rodeada de flores como las vírgenes; es como si, cerca de la fe y la religión, el milagro del amor fuera posible.

La escena donde Ángela (Janet) usa altos zancos y mira a su amado junto al mar se vincula a la de *Blancanieves* observando al príncipe desde el balcón, también al lado de agua (pozo), símbolo de pureza. *El séptimo cielo* (1928): es dominada por su tiránica hermana, y *Blancanieves* por la madrastra, ambas por un familiar es verdugo. Vivía en el 7mo piso de un edificio y en *Blancanieves* son 7 enanos. El protagonista (pareja) muere, pero el amor va mucho más allá de la vida. *Blancanieves*, considerada muerta, no fue enterrada por la admiración de los enanos y, por amor, el príncipe la busca.

Marilyn Monroe

Características físicas: contextura media, cuerpo curvilíneo, labios carnosos y siempre rojos, voz suave, y cabello corto.

Características cinematográficas: Marilyn Monroe supuso una revolución en la moda, y se convirtió en un símbolo sexual universal. Ella revoluciona la figura de la mujer en su época y las chicas quieren parecerse a ella. En *But stop* (1956) interpreta a una cantante que se enamora de un vaquero. Posterior a esto, se deja manifestado que no importa el pasado de la cantante, ella le confiesa que nunca habían sido tan románticos con ella y viven en la casa del vaquero.

Con relación a *Blancanieves*, aunque Marilyn haya sido una mujer diferente, ella canta. Finalmente, triunfa el amor, se besan y la protagonista va a vivir con su amado.

Personaje: referente de ficción

La Mujer Maravilla

Características físicas: los colores de su vestimenta son: azul, rojo, amarillo y dorado. *Blancanieves* usaba capa roja por dentro, pero la *Mujer maravilla* usa el corpiño rojo, como si ese color de la guerra y lucha estuviera naturalmente en ella, y no por descendencia real. Usa también una tiara, *Blancanieves* usaba una vincha. Tiene contextura corporal proporcional a estándares de belleza y tez blanca.

Características cinematográficas: a causa de la guerra, las mujeres estadounidenses de los años 40 tuvieron que dejar sus hogares para trabajar en fábricas. La imagen de la *Mujer maravilla* hacía que reinara la paz, y el hombre se sometiera voluntariamente al amor de la mujer que destacaba por su belleza, coraje y valentía.

Las características de esta heroína se alejan de las de Blancanieves intercambiando la candidez por la lucha como nuevo poder.

Personaje: protagonistas de adaptaciones actuales que muestra perfiles diferentes, según la mujer contemporánea del siglo XXI.

Kristen Stewart como Blancanieves, en *Blancanieves y la leyenda de cazador*.

Características físicas: cabello largo, aparece con una armadura e batalla. Posterior a ello utiliza un vestido marrón con plomo, con un corsét, cuello cuadrado, fustán blanco y mangas abiertas en la muñecas, como un vestido de “dama” pero desajustado, desaliñado. De tez blanca y contextura y silueta armoniosa según estándares de belleza.

Características cinematográficas: esta película significó un gran cambio para Disney, pues se rompe la imagen estereotipada de la princesa, y paso a una mujer independiente y rebelde; encargada de recuperar su reino sin la llegada de un príncipe que la salve.

Lily Collins como Blancanieves, en *Mirror Mirror*.

Características físicas: cabello suelto, aparece con una vestimenta de flores. Su traje más glamoroso es un vestido grande, azul, con mangas naranjas y hombros descubiertos. De tez blanca, finas facciones y contextura y silueta armoniosa.

Características cinematográficas: esta adaptación tiene comedia y fantasía. Mantiene algunas características de la trama de la película de Disney, como el sometimiento del personaje por su madrastra. La historia se trata de una princesa que es salvada de la muerte por un grupo de ladrones diminutos, quienes vendrían a ser los enanos de Blancanieves; además, ella espera recuperar su reino que está en manos de una reina malvada.

Mensajes de 1930 -
1940

Relación de mensajes del contexto social de 1930 a 1940 con la película de Disney.

Mensajes de la película: la mujer es recatada y cuidadosa con sus modales ante la presencia masculina. (Min. 2:54 y 43: 53).

Relación: Los efectos de la “Gran depresión” afectaban notoriamente a todos, por ello, la mujer manifestaba un enfoque bastante conservador.

Mensajes de la película: la mujer presenta el rol maternal como algo innato. La mujer es caritativa con quienes considera necesitados. La mujer tiende a aferrarse a sus creencias. (Min. 3:19, 5:20, 3:55, 30:40, 59:15 y Hr. 1:06:06)

Relación: la iglesia creía que la depresión traería un despertar espiritual a América y las personas que sufrían ahí.

Mensaje de la película: la mujer necesita al hombre para su desarrollo pleno, por ello, es femenina y cuidadosa con su imagen (Min. 2:54, 43:53 y 46:00)

Relación: las mujeres de los años 30 tenían gran presión social de matrimonio. Asimismo, *Ana Karenina (1935)*, presenta una infidelidad como el fin de una relación matrimonial y social rusa.

Mensajes de la película: la mujer se ocupa de las labores domésticas. La mujer sigue siendo bella, aunque vaya vestida de harapos. Lo espiritual es importante. (Min. 3:19, 2:54 y 1:27)

Relación: durante la Gran Depresión de EE.UU. las mujeres debían apoyar desde el hogar, para no quitar la oportunidad a un hombre.

Mensaje de la película: la mujer es romántica y se proyecta con formar una familia. (Min. 3:19, 2:54, 5:20, 46:00, 56:48 y 59:15).

Relación: en la música y la literatura se habla del amor, de la guerra, de la naturaleza y la pérdida. Todas estas temáticas fortalecían un pensamiento romántico e idealista femenino.

Mensajes de la película: las mujeres deben ser cuidadosas y no ingenuas con los extraños. (Min. 2:54 y 56:48)

La mujer es más emotiva que lógica. (Min. 59:15)

Relación: en la década del estreno hay asesinatos en serie de adolescentes y mujeres engañadas por desconocidos.

Los estereotipos en Blancanieves son los siguientes: la mujer desea encontrar a su príncipe azul, la mujer necesita al hombre para su desarrollo pleno y, si la mujer está arreglada, está presentable para ver a su pareja, la mujer, futura madre, tiene que cuidar y proteger, la mujer es caritativa con quienes considera necesitados, la mujer es creyente y piadosa, realizando bien su labor doméstica de limpiar, lavar y cocinar, la mujer se gana el respeto y la aceptación de los demás, la mujer busca ser el centro de la atención para tener reconocimiento masculino, la mujer es romántica e idealista y la mujer es crédula e influenciable.

Con respecto al contraste de las características de la protagonista con otros referentes femeninos, se encontró lo siguiente: con relación a las protagonistas reales actrices y los papeles que interpretaron Shirely Temple, Janet Gaynor y Marilyn Monroe hay similitudes físicas y narrativas dentro de las películas de las que fueron parte, como el rol de soledad y bajo en dominio de alguien severo, el amor, la muerte, el amor inmortal, la necesidad de tener pareja y una vida feliz a su lado. Asimismo, sobre los referentes de ficción, en relación a la Mujer Maravilla, Blancanieves de Blancanieves y la Leyenda del Cazador y Blancanieves de Mirrow Mirrow se encontraron similitudes en algunos elementos, pero potenciando otros mensajes más relacionados a fuerza, valentía y heroísmo, teniendo como protagonista a la princesa.

Por otro lado, con respecto a los mensajes del contexto contemporáneos a la época de estreno fueron elegidos por ser transversales y representar algunos sectores de la sociedad. Son fundamentales para conocer las oportunidades de hombres y mujeres, el modo de ser y la normalización de ciertas conductas.

Se utilizó la entrevista a profundidad, estructurada según la especialidad de cada entrevistado, para contrastar opiniones y obtener datos relevantes para el análisis. Esta técnica respondió a los objetivos 1, 2 y 3 de la investigación, los cuales consisten en identificar los estereotipos presentes en la protagonista, contrastar las características de la protagonista de la película de Walt Disney con otros referentes femeninos cinematográficos de la época de estreno de la producción, y relacionar los mensajes que aparecen en esta producción con otros mensajes contemporáneos.

Objetivo 1: Identificar los estereotipos presentes en la protagonista.

1. ¿Cuánto tiempo le toma a Disney hacer uno de sus personajes animados?

Para la mayoría de los entrevistados, el trabajo de producción es de mínimo 5 años, a pesar de las nuevas tecnologías y, condicionado al tipo de proyecto. Blancanieves demoró 7 años.

- El tiempo varía según el tipo de proyecto, la aprobación y el presupuesto.
- El tipo de texto de la película conduce el tiempo de trabajo dotando a los personajes de sentimientos, emociones y objetivos.

Figura 1. Tiempo de creación de un personaje animado de Disney

2. ¿Existen mensajes subyacentes que refuerzan el modo de ser de Blancanieves?

Todos los entrevistados afirmaron que, reflejados en el lenguaje verbal y no verbal como la semiótica y su simbolismo: colores, gestos, planos, entre otros, se evidencia una definición del tipo de mujer que es y hacen un llamado a generar una respuesta sobreentendida del público.

- Sí, hay mensajes subyacentes en elementos del personaje de Blancanieves que reafirman su personalidad y lo que se desea transmitir.
- La influencia del Disney está relacionada con la venta porque es una marca, por ello, los mensajes subyacentes buscan la persuasión información sobreentendidas.

Figura 8. Mensajes subyacentes como refuerzo para contexto.

Objetivo 2: Contrastar las características de la protagonista de la película de Walt Disney con otros referentes femeninos cinematográficos de la época de estreno de la producción.

3. ¿Disney crea estereotipos con la imagen de sus personajes femeninos?

Algunos entrevistados consideran que Disney toma referencias reales, como estereotipos, para plasmarlas y masificarlas en sus medios, reafirmando “estas verdades aceptadas”.

- Disney toma algunas referencias de la realidad contemporánea para un personaje femenino, lo plasma y masifica, pero los personajes tienen la perspectiva Disney.
- Disney transmite su cultura e ideología a través de los dibujos animados.

Figura 3. Disney y los estereotipos sociales femeninos

4. ¿Qué criterios semióticos se consideran relevantes en la creación de las protagonistas de Disney?

Cada elemento percible, con simbolismo, es relevante como parte semiótica. Además, para José Carlos Cabrejos, los criterios semióticos se separan en apariencia y acciones del personaje.

- Los criterios semióticos son todo lo sensorialmente percible.
- El artista que crea utiliza un criterio conceptual, con carga simbólica.
- Se identifica a un actor a través de un rol figurativo y un rol temático.

Figura 5. Criterios semióticos y la creación de protagonistas Disney.

5. **¿Las princesas Disney han influenciado en la personalidad de las niñas?**

Los entrevistados coinciden en la influencia de las princesas Disney en la personalidad de las niñas, con emociones, mostrando lo que les atrae, y porque su personalidad es moldeable.

- Los dibujos animados influyen porque transmiten emociones.
- Las princesas Disney influyen porque moldean la visión de las niñas.

Figura 7. Influencia de las princesas Disney en la personalidad de las niñas.

Objetivos 3: Relacionar los mensajes que aparecen en esta producción con otros mensajes contemporáneos.

6. **¿Cómo debería ser un personaje si se tratara de caracterizar la imagen femenina actual para que sea aceptado universalmente?**

A esto, Javier Prado sostiene que debería ser una mezcla, siempre con la idea del amor. Juan Limo enfatiza esta imagen en el reflejo de la realidad. Por su parte, José Carlos Cabrejos le otorga características como libertad, independencia y soledad; y, por último, Claudia Tuesta sugiere complementariedad a hombres y mujeres.

- Los contenidos se basan en las preferencias del público.
- Niños y adultos son considerados como públicos objetivos.
- Las características y expectativas del público objetivo juegan un rol fundamental en la creación de la historia.

Figura 6. Evolución de personajes femeninos en películas Disney

7. **¿Qué opina sobre la evolución de los personajes protagónicos femeninos de Disney, desde Blancanieves hasta la actualidad?**

Las princesas Disney se adaptaron a la figura femenina de la época de estreno, cada vez más dentro del concepto de “mujer moderna”. Disney mostró la transformación de los roles sociales.

- La transformación de las protagonistas se basa en el cambio de roles sociales de la mujer, por ello, podría decirse que van desde la sumisión al empoderamiento.
- Disney tiene personajes femeninos protagónicos flexibles y adaptables a la época.
- Hay evolución en la animación norteamericana y, actualmente, se trastocan estereotipos.

Figura 4. Evolución de personajes femeninos en películas Disney

8. **¿El contexto, como los referentes culturales y el público objetivo, influyen en la creación de un personaje animado?**

Los entrevistados coinciden en el uso de técnicas de dibujo e ideas libres de Disney, pero tienen en claro que su objetivo es vender, por ello, atienden las demandas del público.

- Las películas son para entretener y vender, buscando complacer e identificación.
- Las ideas son libres y se basan en el arte personal y/o en la realidad, con características propias del contexto y preferencias del público.

Figura 2. El contexto en la creación del contenido de una película Disney.

Discusión

Objetivo 01: Análisis de los mensajes subyacentes en los estereotipos de la protagonista de Blancanieves y los siete enanitos.

El análisis de los mensajes subyacentes en los estereotipos de Blancanieves permitió identificar que la mujer necesita la presencia masculina para su desarrollo pleno, se aferra a sus creencias, es más emotiva que lógica, y es afectada por su entorno cultural. Asimismo, que a la mujer se le reconoce la belleza física y espiritual, que administrar su hogar le genera respeto, que es caritativa con quienes considera necesitados, es curiosa y; finalmente, que siempre es romántica.

Después de entrevistar a los especialistas, en su mayoría, se afirmó que hay planificación en la película Blancanieves para transmitir mensajes subyacentes, simbolizando de manera intencionada la personalidad de la protagonista, a través del uso de ángulos, planos, colores, iluminación, diálogos, acciones, entre otros.

Ante el supuesto de que el cine es el “reflejo de la sociedad”, para hacer Blancanieves se tuvo en cuenta el contexto, como: la evolución de la familia, cambios sociales en América del siglo XX y la situación de la mujer americana. Frente a esto, todos los entrevistados afirmaron que, a través de la semiótica y su simbolismo se evidencia el tipo de mujer que es Blancanieves y, de manera subyacente, cómo debe ser la mujer americana de 1937.

Según Laguens, Querejeta y Resches (2021) el mensaje subyacente se realiza con la intención deliberada de buscar conseguir un objetivo de manera implícita. Considerando esto, puede decirse que los mensajes subyacentes en Blancanieves son información que está oculta, a través del significado de elementos presentes que, sin conocimiento teórico o un análisis profundo de su intencionalidad, carecen de trascendencia pero que sí impactan en el público.

Los mensajes subyacentes en la película se transmiten a través del lenguaje verbal y no verbal. Como parte del lenguaje verbal aparece los diálogos y las letras de canciones. Con relación al lenguaje no verbal, Ramírez & Cusguen (2020) manifiestan que la kinésica evidencia estados de ánimo, rasgos de la personalidad o actitudes, teniendo diferentes usos, según el contexto y la cultura de la comunicación. En este sentido, se identificaron movimientos corporales, señas y gestos que Blancanieves realiza corroborando y reforzando la idea del sentimiento que estuviese atravesando: alegría, miedo, inconformidad, valentía, etc.

Como afirma Cantillo (2018) Disney presenta historias que transmiten información que se asimila de forma inconsciente, y que se va integrando como algo natural en el comportamiento del público, que posteriormente reproduce estos estereotipos de los personajes.

Con relación a ello, Valdez (2020) considera que el cine patriarcado, por ejemplo, influyó en normalizar la minimización del rol femenino con el patriarcado, incluyendo este pensamiento durante décadas en sus contenidos.

Objetivo 02: Identificar los estereotipos presentes en la protagonista.

Los resultados demostraron, en 12 momentos elegidos por la importancia de la acción en la trama, 7 estereotipos en la protagonista de la película de Disney Blancanieves y los siete enanitos, estos son: la mujer desea encontrar a su príncipe azul, la mujer es protectora, la mujer es creyente y piadosa, la mujer tiene el rol principal de realizar trabajo doméstico para ganar el respeto de los demás, la mujer busca ser el centro de la atención para tener reconocimiento masculino, la mujer es romántica e idealista, y que la mujer es crédula e influenciabile.

Según Vargas (2019) los estereotipos son creencias, ideas o interpretaciones sobre las características de grupos sociales, como el aspecto físico, los intereses, las ocupaciones, etnias, etc. Asimismo, Lorena (2018) indica que los personajes de los dibujos animados tomados de los cuentos infantiles tradicionales suelen encontrarse fuertemente apegados a los estereotipos de género para que los niños socialicen con estos.

Por otro lado, para Mandujano – Salazar & Ramírez – Sánchez (2021), para gran parte de la audiencia, las imágenes y los discursos sobre los otros desconocidos quedarán fijos en su pensamiento y en su imaginario de las naciones y culturas ahí expuestas. Esa imagen estereotipada echa raíces profundas en el imaginario colectivo, construyendo o perpetuando ideas incompletas y poco certeras.

En este caso, los entrevistados manifestaron, por igual, que los estereotipos sí son de gran importancia en Blancanieves, porque hay un lenguaje universal dentro del diseño donde las costumbres o creencias de la época hacen más atractiva la película para el público.

Para identificar los estereotipos se realizó un análisis que incluyó criterios de observación en elementos del lenguaje cinematográfico como reforzadores de los estereotipos. En este sentido, en el personaje de Blancanieves se destaca el uso del color y su significado. Cea & García (2020) mencionan que el color vincula emociones y aporta connotaciones específicas en cada producción cinematográfica. Además, puede volverse un ícono que represente momentos o identifique situaciones.

En el caso de Blancanieves el uso de colores permitió identificar estereotipos en las acciones que realiza la protagonista, en el marco de un antes y un después, donde predomina en una primera parte el uso de tonos grises y, posteriormente, colores vivos como el amarillo, el rojo y el azul. Para Medina (2018) se estudia la percepción y la conducta humana a través del color, y su análisis y los efectos que tiene. Considerando el significado, por ejemplo, se destaca que los colores cálidos presentan cierto grado de estimulación, que genera alegría y; por el contrario, los colores fríos son tranquilos y, a veces, generan depresión.

Objetivo 03: Contrastar las características de la protagonista de la película de Walt Disney con otros referentes femeninos cinematográficos de la época de estreno de la producción.

El contraste permitió comparar características de Blancanieves que la dotaron de una personalidad definida con las actrices Shirley Temple y Janet Gaynor, una niña y una mujer adulta, contemporáneas a la época del estreno de la película, que tienen en su esencia el estilo de los años 30' y que son un referente para su género. Ambas actrices son protagonistas de algunas películas con tramas que tienen elementos en común con la película de Disney.

Asimismo, podemos ver como Marilyn Monroe, una mujer considerada “sex simbol”, con una personalidad muy alejada del buen comportamiento de una típica princesa Disney, tiene algunas características físicas similares a Blancanieves y, además, desarrolló algunos personajes con patrones del cuento de hadas al que se ciñe Blancanieves. Estas características identificadas son: habilidades o destrezas que cautivan la atracción masculina, belleza, una huida o fuga lejos del mundo, y un final donde se rescata a la protagonista de la realidad que vive y termina en el hogar de su amado, para que vivan juntos para siempre.

En el caso de la Mujer Maravilla, este personaje de historieta comic y que luego pasó al cine, fue creado para darle más importancia a la participación social de la mujer, como trabajadora, alejándola de las labores domésticas y de su perfil hogareño. En las características de esta mujer

con super poderes que salva al mundo, podemos encontrar similitudes en la vestimenta y el físico con Blancanieves para calar en la identificación, pero se termina alejando del personaje cándido, para empoderar a la mujer y hacerla símbolo de lucha. Como lo afirma Silva (2020), la construcción de los personajes femeninos en Disney tiene como aspectos cruciales la voz y participación, el cuerpo y la personalidad.

Finalmente, en el caso de los personajes que protagonizan adaptaciones más recientes de la película *Blancanieves y los siete enanitos: Mirrow Mirrow* y *Blancanieves: la leyenda del cazador*, hay similitudes en la narrativa que pertenecen a la versión Disney y, además, se identificaron 2 perfiles en las protagonistas que corresponden a gran parte de un porcentaje femenino; una mujer versátil y multifacética con muchas características en su personalidad, un modo de ser que no se puede generalizar para todas las mujeres actuales.

Cobo (2017) afirma que un personaje necesita un perfil físico, psicológico y social, un rol y un punto de vista individual. Considerando que el cine es uno de los más grandes proyectores de la imagen de la mujer, normal o socialmente aceptada en muchos casos según el contexto, Disney por medio de *Blancanieves*, proyectó a una mujer ideal, elaborando este perfil con elementos que respondían a algunos estándares de la época, pero no siempre positivos para la construcción de una personalidad que inicia en la niñez. Como vemos, aunque se han modificado algunas partes de la estructura, se mantienen elementos relacionados a *Blancanieves*.

Las princesas Disney se han ido adaptando a la figura femenina moderna, relacionadas a la situación y problemática actual. Sobre esto, los entrevistados coinciden en que Disney ha mostrado una transformación de los roles sociales de la mujer, de manera flexible y adaptable para el gusto de su público. Para el entrevistado Javier Prado, un personaje femenino actual aceptado universalmente debería ser una mezcla de todo, pero manteniendo siempre la idea de la magia del amor. A su vez, Juan Limo enfatiza esta imagen en el reflejo de la realidad. Por su parte, José Carlos Cabrejos le otorgaría características como libertad, independencia y soledad y, finalmente, Claudia Tuesta le daría como característica principal complementariedad con los hombres.

Objetivo 04: Relacionar los mensajes que aparecen en esta producción con otros mensajes contemporáneos.

Los resultados de la relación de los mensajes del film con otros del contexto social se obtuvieron por un análisis considerando que, la película *Blancanieves* es una adaptación de un cuento y, como menciona Ruiz (2021), la adaptación cinematográfica transforma elementos argumentales para componer un lenguaje y discurso propio para el cine, un nuevo texto. Con relación a ello, se identificó que los mensajes de *Blancanieves* estaban alineados a otros mensajes contemporáneos a su estreno que, en muchos casos, respondían a cuidar intereses económicos, como base de un equilibrio social.

Según López (2019), la película Disney sigue la misma línea temática de los celos que el cuento original de *Blancanieves*, pero resalta más la inocencia y la pureza de la protagonista. En ese sentido, se reconoce lo mencionado por Marrero (2017), que destaca autonomía e independencia del producto resultante de la adaptación, considerándolo diferente y original.

En este sentido, López (2018) menciona que el cine se ha consolidado como una herramienta cultural de gran estimación para el estudio e interpretación de la historia porque, a través de la imagen trata de perpetuar en el tiempo discursos políticos e ideológicos que obedecen a intereses específicos.

Conclusiones

Los mensajes subyacentes que manifiesta Blancanieves, como protagonista de la película, son intencionados y han sido colocados en su perfil para determinar el tipo de mujer de 1937, y como se quería que las mujeres se comportaran en ese entonces. Además, en esta película, incluir mensajes subyacentes contribuye a persuadir al público con mayor intensidad.

Los estereotipos identificados se diferencian en tres posiciones con respecto al cine: el cine crea estereotipos, el cine expone situaciones donde se manifiestan los estereotipos y el cine representa situaciones estereotipadas; los que se basan en un contexto social que comprende el tiempo de la realización de la película. El cine aprovecha los estereotipos más difundidos y aceptados por el público, de esta manera, la incertidumbre reduce en el público y crea un clima de confianza y aceptación, para que puedan generar interés y persuasión, a través de color, imagen, luz, encuadre, entre otros.

Los mensajes que aparecen en esta producción cinematográfica se relacionan con otros mensajes contemporáneos, en diferentes ámbitos de la sociedad americana. La relación que existe con otros mensajes es fundamentalmente entorno a la economía, puesto que los padres no tenían, las chicas deseaban la llegada de su príncipe azul, para que las sacara de la precaria situación económica en la que vivían y, además, para eso debían ser hábiles en los quehaceres domésticos.

Las princesas fueron un reflejo de la mujer y del lugar que ocupó en la sociedad, en determinada época. Asimismo, el cine es un medio masivo para difundir valores y mensajes subyacentes, con la intención de reforzar ideologías con intereses políticos, económico, sociales, entre otros. El contraste nos permite comprobar que hay una evolución en la personalidad de las protagonistas y de las actrices con el paso del tiempo, que se alinea al contexto en el que vivieron.

Recomendaciones

Se sugiere a la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, extender los estudios expuestos en este artículo científico sobre los mensajes subyacentes, considerando el análisis de un perfil protagónico, pero vinculando la producción con el director o creador responsable para futuras investigaciones que contribuyan al área de comunicación audiovisual.

A los medios de comunicación masiva como el cine, se les recomienda implementar políticas que consideren la alfabetización audiovisual, puesto que, además de tener en cuenta el consumo de sus contenidos, deben considerar que su público lea las imágenes, las interprete e interactúe con ellas, teniendo en cuenta la influencia que tienen en el futuro de los jóvenes, y al desarrollo de la comunidad.

A los cineastas, se les recomienda estudiar más la creación de sus personajes y el planteamiento de los mensajes subyacentes que incluyen en sus producciones, en especial a aquellos que están presentes en películas animadas y que son referentes para niños y público juvenil, puesto que los y las protagonistas promueven la identificación, tanto de hombres como de mujeres, por el nivel de persuasión que tienen.

Referencias

- Albuín - Vences, N; Cuesta - Cambra, U; Niño – González, J & Bengochea – González, C. Análisis del discurso de odio en función de ideología: Efectos emocionales y cognitivos. *Revista Comunicar*, 71, 37-48. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-03>
- Branchadell, C. & Lozano, M. (2019). *La influencia de disney en la infancia respecto a la mujer y los estereotipos de género*.(Trabajo de fin de grado de maestro). Universidad Jaume.
- Cantillo, C. (2018). *Las princesas Disney y la construcción de humanidades digitales «silenciadas» en el cine de animación*. *Index.Comunicación*, 8(1), 83-102.
- Cea Navas, A. I.; García Rubio, S. (2020). *Estudio sobre la composición de imagen cinematográfica: encuadre, luz y color como elementos expresivos en la obra de Roger Deakins*. *Doxa Comunicación*, 31, pp. 207-238.
- Chiriboga,G. (2017). *El color como elemento narrativo en la producción audiovisual*. (Tesis de licenciatura). Universidad Politécnica Salesiana sede Quito, Quito.Ciriv
- Cieza, A. M. (2018). *Evolución de los estereotipos de género de las princesas de las películas animadas de Disney en relación al rol social de la mujer entre 1937 y 2013* (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11537/13895>
- Cobo, S. (2017). *Análisis de personajes y tristeza positiva en la narrativa de Pixar*. (Trabajo de fin de grado). Universidad de Sevilla, España.
- Conde, J. (Ed). (2019). *Semióticas del cine y del audiovisual. Nuevas tendencias*. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Humanidades.
- D'Ovidio, A. (2020). *Roles y estereotipos de género: experiencias de socialización en adolescentes*. XII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXVII Jornadas de Investigación. XVI Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. II Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. II Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Escudero, C. & Cortez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Machala: UTMACH.
- Gómez-Daigo, G.(2021). *Tipología de paradigmas en la investigación en comunicación*. Una propuesta de clasificación. *Revista de comunicación*, 188. <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A9>.
- Gabay, M.(2018). *Evolución de las redes sociales, de la comunicación y del marketing. Análisis de su interrelación*. Repositorio de la Universidad San Andrés, Buenos Aires.
- Hermida, J. (2020). *La hermenéutica como método de interpretación de textos en la investigación psicoanalítica*. *Revista Perspectivas en Psicología*. 16(2).

- Juan, L. (2020). *“Análisis de los estereotipos ocultos tras las películas Disney: origen y evolución”*. (Tesis final de grado). Universidad Politécnica de Valencia, Valencia.
- Laguens, A., Querejeta, M., & Resches, M. (2021). *La multimodalidad en el desarrollo comunicativo temprano*. Revista De Psicología, 087. <https://doi.org/10.24215/2422572Xe087>
- Lorena, L. (2018). *Interiorización de los estereotipos de género en la sociedad argentina y el ideal de belleza en los mensajes publicitarios. Estudio transversal en 4 rangos de edad que abarca de los 18 a los 49 años*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- López, A. (2018). *El cine como persuasión cultural: Estados Unidos y el “enemigo común” 1950 – 1968*. (Tesis de grado). Universidad de Antioquía, Medellín.
- López, G. (2019). *Análisis y comparación de la adaptación cinematográfica del cuento Blancanieves. Estudio lingüístico y narratológico de las diferentes versiones del cuento*. (Tesis de fin de grado). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- Mandujano – Salazar, Y. & Ramírez – Sánchez, A. (2021). *La ficción de la inclusión cultural en el cine Hollywoodense: babel y la reproducción de estereotipos culturales*. Nóesis. Revista de Ciencias Sociales, 29(58-1), 121 – 137. <https://doi.org/10.20983/noesis.2020.3.6>
- Martínez, C. (2020). *American Beauty como producto cultural: análisis crítico de la película*. (Tesis de fin de grado). Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Marrero, L. (2017). *Adaptaciones cinematográficas: Estudio y análisis comparativo de obras literarias llevadas al cine*. (Trabajo de fin de grado). Universidad de la Laguna, Tenerife.
- Medina, D. (2018). *El color como elemento enunciativo en el audiovisual de ficción: Drive (2011)*. (Trabajo de fin de grado). Universidad de Extremadura, Badajoz.
- Miranda Beltrán, Sorangela, & Ortiz Bernal, Jorge Alexander. (2020). *Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa*. RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 11(21), e064. Epub 23 de abril de 2021. <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>
- Polo, A. (2019). *Análisis de las nuevas princesas de Disney y sus narrativas. campaña “soy princesa siendo yo” y la formación de roles de género en niños y niñas de 6 a 11 años*. (Tesis de licenciatura). Universidad de Lima, Lima.
- Puertas, M. (2020). *El cine de Almodóvar y la comunicación no verbal. Propuesta didáctica para la clase de ELE*. (Tesis de Máster). Universidad Internacional de La Rioja, Murcia.
- Ramírez, A. & Cuguen, K. (2020). *Más allá de nuestras palabras el cuerpo se expresa*. (Tesis de pregrado). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá.
- Ruiz, G. (2021). *El mundo de los hermanos Grimm y Roald Dahl en el cine: Adaptaciones cinematográficas del cuento*. (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla, Sevilla.

- Silva, C. (2020). *El análisis del guión de la película “Moana” y la representación de la Feminidad y Masculinidad en la construcción de sus personajes protagónicos. Caso Moana, Maui, Tui y Tala.* (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Valdez, M. (2020). *El empoderamiento femenino en los personajes de princesas de las películas animadas de Disney entre 1950 y 2016.* (Tesis de licenciatura). Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://bit.ly/3gxSxXK>
- Vargas, K. (2019). *Estereotipos sociales usados en la publicidad gráfica de Saga Falabella y Oechsle de Chiclayo – 2017.* (Tesis de licenciatura). Universidad Señor de Sipán, Pimentel.