

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de
Licenciatura en Comunicación con mención en Comunicación Organizacional.

Tema:

La construcción de la feminidad en los diálogos de las películas La Sirenita y Moana.

Autora: Anahí Morales Olalla

Directora: Dra. Ana Estrella

Quito, 2019

El sentido más profundo reside en los cuentos de hadas que me contaron
en mi infancia, más que en la realidad que la vida me ha enseñado.

Schiller, 1800.

Por y para mi extraordinario padre:

*Mi hogar esta en cualquier parte,
mientras seas tú el que me abra la puerta.*

Contenido

RESUMEN.....	6
INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO 1	12
1.1. El impacto de los medios de comunicación de masas	12
1.1.1. Teorías del impacto directo	12
1.1.2. Persuasión y conducta	14
1.1.3. Estereotipos para explicar el mundo	15
1.1.4. La sociedad del espectáculo y la materialización de la ideología.....	17
1.2. Género, ideología e identidades	20
1.2.1. Conformación de género en el individuo	21
1.2.2. Reforzamiento de una visión peyorativa hacia la mujer	26
1.2.3. Estereotipos de los roles de género en las películas.....	30
1.2.4. Expectativas sociales de cada género.....	32
1.2.5. Acción afirmativa de género.....	33
1.3. El lenguaje como instrumento de la ideología e identidades	35
1.3.1. Discusión de lenguaje en la formación del pensamiento	35
1.3.2. Pragmatismo lingüístico	37
1.3.3. Género en la lingüística pragmática.....	40
CAPÍTULO 2	51
2.1. Compañía Disney	51
2.1.1. La dimensión institucional del fenómeno Disney	52
2.2. Disney como creador y acaparador de cultura	53
2.2.1. Instrumentos del capitalismo cultural utilizados por Disney.....	55
2.2.2. Narraciones Disney	56
2.3. La representación femenina de Disney	59
2.3.1. La princesa Disney moderna.....	62

2.3.2. Diálogos de las princesas Disney	63
2.4. Películas del análisis de la disertación	66
2.4.1. La Sirenita.....	66
2.4.2. Moana	68
CAPÍTULO 3	72
3.1. Método de análisis	72
3.2. Análisis de la película <i>La Sirenita</i>	73
3.2.1. Locuacidad de los personajes	75
3.2.2. Mitigadores lingüísticos en órdenes	76
3.2.3. Tema de los cumplidos	77
3.2.4. Irregularidades en la toma de turnos y la conversación	78
3.3. Análisis de <i>Moana</i>	82
3.3.1. Locuacidad de los personajes	82
3.3.2. Mitigadores lingüísticos en órdenes	83
3.3.3. Tema de los cumplidos	84
3.3.4. Irregularidades en la toma de turnos y la conversación	85
3.4. Afirmaciones globales	88
CONCLUSIONES	89
RECOMENDACIONES	94
REFERENCIAS	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Porcentaje de diálogo según el género en La Sirenita.....	75
Tabla 2: Mitigadores lingüísticos al dar órdenes.....	76
Tabla 3: Tema de los cumplidos... ..	77
Tabla 4: Irregularidades en la toma de turnos y la conversación.	78
Tabla 5: Irregularidades en conversaciones entre géneros distintos.....	79
Tabla 6: Irregularidades en conversaciones.	80
Tabla 7: Porcentaje de diálogo según el género en Moana	83
Tabla 8: Mitigadores lingüísticos al dar órdenes.	83
Tabla 9: Tema de los cumplidos.	84
Tabla 10: Irregularidades en conversaciones entre el mismo género.	85
Tabla 11: Irregularidades en conversaciones entre géneros distintos.....	86
Tabla 12: Irregularidades en la conversación.....	86

RESUMEN

Los medios de comunicación masiva transmiten mensajes que condicionan los comportamientos y las maneras de ser del individuo. Las películas animadas de Disney, al ser parte de un poderoso conglomerado de medios, sostienen una gran influencia sobre sus espectadores y sus personajes se han convertido en referente para muchos niños y niñas. Estas películas transmiten mensajes sobre género, la cual es una categoría social que continúa siendo el núcleo de cómo nos identificamos a nosotros mismos y nuestro lugar en el mundo. El lenguaje es el instrumento que utilizamos para clasificar este mundo y el socializador más importante dentro de él. Analizar el lenguaje empleado en películas altamente difundidas a un público vulnerable es importante para observar la manera en que los roles sociales y las expectativas para cada género se presentan y se transmiten para ser aprehendidas por millones de espectadores. En esta disertación, se examina la manera cómo se refuerzan o desafían los estereotipos de la feminidad en dos guiones originales de dos películas infantiles, según algunos elementos empleados de la lingüística pragmática: locuacidad, interrupciones, mitigadores, cumplidos y toma de turnos en la conversación. *La Sirenita* y *Moana* son filmes de épocas distintas, pero de la misma casa productora, Disney, y el contraste del uso del lenguaje de sus personajes femeninos refleja cambios en las exigencias del público y el entorno social.

INTRODUCCIÓN

El lenguaje y los medios de comunicación son dos de los primeros socializadores de género en el ser humano. Las películas infantiles de Disney son producto de la compañía de medios de comunicación más lucrativa del mundo y mantienen gran prestigio y autoridad sobre su audiencia. Estos filmes transmiten mensajes sobre estilo de vida y anhelos e incluso pueden reforzar o desafiar los estereotipos ligados a los roles de género. Estos aluden al conjunto de normas sociales y conductuales generalmente percibidas como apropiadas para los hombres y las mujeres en un grupo o sistema social, en función de su construcción de la versión hegemónica de masculinidad y feminidad. Por medio de esta investigación, se realiza un análisis de ciertos elementos del lenguaje pragmático, que algunos teóricos han definido como característicos del estilo de conversación de las mujeres, presentes en dos guiones de películas infantiles de Disney de distintas épocas: *La Sirenita* y *Moana*. Se examina la manera en la que construyen la feminidad de sus personajes y que pueden condicionar, de manera negativa o positiva, la visión de la función de lo femenino, su rol en la sociedad y la libertad performativa de su género.

Las películas son uno de los medios de comunicación masiva que han ganado mucha fuerza en los últimos años y de los que se espera que continúen esta tendencia por décadas en el futuro. Los medios de comunicación tienen un impacto directo en su audiencia y ejercen gran influencia en toda la sociedad. Su función es la de divertir, entretener e informar, así como inculcar a los individuos los valores, creencias y códigos de comportamiento que les harán integrarse a las estructuras sociales. La comunicación de masas siempre responde a una estrategia y en todo momento busca lograr un efecto con alto nivel de intencionalidad. Todos estamos a merced de sus efectos y sus métodos de estimulación de grupos. Debido a que esta influencia es casi irresistible, conduce a cambios reales en el espacio político. Los medios de comunicación masiva se valen de mecanismos como la utilización de estereotipos en sus narraciones, para explicar, de manera algo sencilla, el mundo circundante; sin embargo, estos estereotipos usualmente refuerzan ideas erróneas o negativas y representan a las personas de manera unidimensional. Los estereotipos son indisociables con la experiencia directa; el prejuicio, la opinión sobre el mundo, precede a la observación de este; el mundo real se vuelve cada vez más difuso, y la importancia de los medios es cada vez mayor.

En la actualidad, es considerado más adecuado pensar sobre el género como una categoría que se hace, se *performa*, no que solo es y existe invariable. No es visto como algo estático, pero algo que requiere de ejecución: una ejecución de la masculinidad o feminidad. Esta expresión sugiere que esta es una experiencia unitaria y unificada. Sin embargo, la persona que ejecutamos en interacción con los otros no es siempre la misma; todos tenemos la experiencia de sentirnos como una persona distinta cuando nos enfrentamos a situaciones y contextos diferentes. Somos distintos con nuestros amigos a lo que somos con nuestros jefes. Incluso en un mismo contexto podemos cambiar si es que algo cambia en ese contexto. Cambiamos porque las audiencias distintas requieren de ejecuciones distintas y estas maneras distintas son posibles de llevarse a cabo porque existe un rango amplio de versiones alternativas de feminidades y masculinidades, que se encuentran en competencia entre ellas, y de las que los hablantes deben escoger cuál utilizar, según el entendimiento de su cultura y las normas prevalecientes.

En cualquier momento, una versión de la masculinidad o la feminidad será dominante. Esta versión se denomina la versión hegemónica. Una de las versiones hegemónicas actuales de la feminidad, posiciona a las mujeres como cariñosas, amables, apacibles, afectuosas, maternas, atentas, preocupadas de su apariencia y, encima de todo, agradables. Estas versiones dominantes siempre son posibles de ser desafiadas y la masculinidad y feminidad deben ser comprendidas como algo plural, en lugar de singular. Sin embargo, las decisiones siempre están limitadas por presiones y expectativas normativas de género y los oradores no son agentes libres de ellas y, por ello, es más difícil ejecutar el género de maneras que desafíen o trasgredan las normas dominantes.

En la educación que cada uno ha recibido desde su niñez, se ha marcado la diferencia entre ser hombre y ser mujer. En esto, el lenguaje juega un papel primordial ya que es un factor de socialización importante por el que los niños aprenden los roles de género culturalmente aprobados. Aprender a ejecutar la masculinidad y feminidad en nuestra sociedad significa, entre otras cosas, aprender a usar lenguaje “apropiado” para el género. Los niños que recién están empezando a aprender a organizar el mundo dependen mucho del lenguaje que escuchan como un medio para formar su percepción. El lenguaje los ayuda en conformar un sentido del mundo, los lugares en los que encajan y en última instancia, ayuda a establecer su identidad social. Mientras más grande es su identificación con el emisor, más grande será también la identificación con el mensaje y con más fuerza este lenguaje podrá ser visto como un factor de socialización. El lenguaje utilizado en

medios audiovisuales también envía mensajes directa o indirectamente a los niños, que pueden crear identificaciones con los personajes que observan. Dado el alcance corporativo, la influencia cultural y el poder político que Disney ejerce sobre múltiples niveles de la cultura actual, los filmes animados no pueden ser ignorados como instrumentos de enseñanza y debemos buscar activamente hacerlos objetos de un riguroso análisis crítico y lograr una acción afirmativa de género que mejore y diversifique el espectro de la representación de tanto mujeres como hombres y sus distintas maneras de ejecutar su género.

Disney es actualmente la compañía generadora de entretenimiento audiovisual más lucrativa. Las películas animadas de la compañía se han convertido en un referente por sí mismas y el impacto cultural que han tenido es igual o mayor a la fortuna que ha logrado amasar. Disney se promociona como una compañía familiar, especializada en crear historias animadas con personajes simpáticos, mensajes positivos y enseñanzas sobre valores, lo que le ha ganado la confianza de los padres alrededor del mundo, permitiendo que sus hijos accedan a sus productos sin mayores filtros o restricciones. Sin embargo, algunos productos de estas películas, como las princesas de Disney, han sido criticados, en diferentes ocasiones, por promover mensajes peligrosos y restrictivos, como tipos de cuerpo idealizados y poco realistas, que pueden ser dañinos si funcionan como ejemplo para las niñas, al punto de provocar problemas de imagen personal en las mentes jóvenes. Las princesas han sido, además, criticadas por presentar el estrecho ideal del matrimonio como el “final” más feliz para cualquier chica joven y por romantizar el control y el abuso hacia la mujer, en arcos narrativos como el de la *Bella y la Bestia*.

La princesa es un producto básico de las historias de fantasía y continúan en ser redibujadas hasta el día de hoy. Se ha mantenido como un anacronismo relevante por siglos, a pesar de las revoluciones, guerras y la globalización. Muchos han buscado revelar su belleza como un estereotipo, su naturaleza pasiva como sumisión, pero su imagen prevalece. Uno de los autores más prolíficos de princesas en la actualidad es la compañía Disney, la cual la produce en animación, parques temáticos, escenarios y mercancía. La princesa Disney se nutre en una instancia muy primaria de las historias de autores del folclore europeo como los hermanos Grimm o Charles Perrault. Sin embargo, combinado con la popularidad y el perfil global de esta organización, la “princesa Disney” se ha convertido en la “princesa” por antonomasia para muchas niñas que la han tomado como un referente para sus propias vidas y anhelos.

El principal público objetivo de estos productos son los niños y niñas, los cuales son más vulnerables e influenciados por los mensajes de los medios que cualquier otro público y, ellos, son una razón importante por la que es siempre relevante analizar y generar discusión sobre los mensajes que estos medios envían. Analizar el lenguaje en relación con sus usuarios y su contexto es importante para lograr un atisbo de cómo este influye en la formación de la identidad de los individuos como seres sexuados y cómo media en su manera de *ejecutar* su género. Investigar sobre los estímulos de construcción de la feminidad, a los que se exponen las niñas y los niños mediante las películas infantiles que consumen, es una manera diferente de acercarse al extenso mundo infantil y sus necesidades. Es importante explorar la relación entre los medios, el género y la identidad. La industria del entretenimiento y los medios de comunicación masiva son un elemento central de la vida moderna, mientras que el género y la sexualidad se mantienen como el núcleo de cómo pensamos y vivimos nuestras identidades. Con los medios constantemente presentando imágenes sobre mujeres, hombres y mensajes sobre su género, es inevitable que estas representaciones tengan impacto sobre nuestro propio sentido de quiénes somos y a dónde pertenecemos.

Esta disertación presenta los siguientes objetivos:

General

- Describir cómo se construye la feminidad de los personajes de dos películas infantiles, por medio del análisis de ciertos elementos del lenguaje presentes en sus guiones originales.

Específicos

- Identificar patrones lingüísticos que influyan en la construcción de la feminidad en ambas películas.
- Reconocer e interpretar las representaciones que refuercen o cuestionen los estereotipos sobre lo femenino.
- Comparar el uso del lenguaje para la construcción de la feminidad entre las dos películas analizadas.

En el primer capítulo de esta disertación, se revisan los conceptos de medios de comunicación de masas, las teorías del impacto directo, los propósitos y los efectos de

los estereotipos utilizados por los medios, la influencia de la sociedad del espectáculo y las narrativas y, en general, la manera en cómo los medios moldean las dinámicas sociales. Además, se plantea una discusión teórica sobre género, las construcciones de la masculinidad y la feminidad, el rol que la mujer ha mantenido en la sociedad, los agentes por los cuáles se ha perpetuado en concepto inferior al rol masculino y las razones por las que es importante brindar una representación más equitativa y dinámica de la mujer. Finalmente, se discute sobre el lenguaje y la manera en que entendemos el mundo y construimos nuestras identidades a través de este, específicamente se discute el lenguaje pragmático y los elementos que han sido caracterizados como típicos en la conversación de las mujeres y en las interacciones entre hombres y mujeres.

En el segundo capítulo se describe el objeto de estudio y la corporación que lo produce. El alcance, la influencia, los personajes y la manera en que estos filmes se promocionan son importantes para comprender su incidencia en la sociedad. Se revisan las maneras en que estos gigantes de los medios construyen sus historias para acomodarse en los hogares de cientos de familias, la representación de la mujer que han hecho a lo largo de su amplia historia cinematográfica y la manera en que éstas representaciones están cambiando y se están adaptando a las exigencias de una nueva sociedad.

Finalmente, en el tercer capítulo, se realiza un conteo de ciertos elementos lingüísticos dentro de los guiones originales de cada película y su interpretación, en relación con los personajes femeninos, la trama y las relaciones de los personajes. En una conversación, normalmente, se comunica mucho más de lo que se dice, pues el sentido no se encuentra simplemente en el lenguaje utilizado en el enunciado, pero este significado es negociado entre los participantes de la conversación y toma a consideración su nivel de relación y el contexto de la comunicación. Por esto, el análisis de los elementos del lenguaje en los guiones de estas películas toma en cuenta el contexto, el desarrollo de la trama y las relaciones de poder y cercanía que tienen los personajes dentro de los filmes. Se analiza cómo la ejecución de estas variables refuerza o desafía los estereotipos de roles y expectativas de género. Además, explora cómo estos elementos del lenguaje trabajan a favor o en contra de la libertad *performativa* de la mujer. Se realiza un contraste entre ambas películas, y se observa cómo estos cambios en el lenguaje reflejan un cambio en la sociedad, un cambio en la manera de pensar sobre el género y cómo responden a las exigencias del movimiento feminista y de una sociedad que intenta ser progresista.

CAPÍTULO 1

Dinámicas sociales e identidades individuales, a través de los medios de comunicación, el género y el lenguaje pragmático.

1.1. El impacto de los medios de comunicación de masas

En su libro, *Teoría de la Comunicación de masas*, De Fleur y Ball-Rokeach (1993), señalan que los medios de comunicación masivos son aquellos recibidos simultáneamente por una gran audiencia, que tienen la finalidad de: formar, informar y entretener. Todos los ciudadanos del mundo están expuestos a unos u otros medios, que resultan indispensables como herramienta de comunicación y presencia pública para todo tipo de agentes económicos, sociales y políticos. La comunicación de masas es una interacción entre un emisor único (o comunicador) y un receptor masivo (o audiencia), un grupo numeroso de personas que cumpla simultáneamente con tres condiciones: ser grande, ser heterogéneo y ser anónimo.

Los medios de comunicación de masas actúan como sistema de transmisión de mensajes y símbolos para el ciudadano medio. Su función es la de divertir, entretener e informar, así como inculcar a los individuos los valores, creencias, códigos de comportamiento que les harán integrarse en las estructuras institucionales de la sociedad. En los países donde el poder está en manos de la burocracia estatal resulta obvio que dichos medios están al servicio de los fines de una determinada élite (Chomsky y Herman, 2005).

1.1.1. Teorías del impacto directo

Las teorías del impacto directo surgen en Estados Unidos como primera creación de una nueva ciencia, la Teoría de la Comunicación, en la década de los años veinte. La propaganda política y el desarrollo de la sociedad de masas son grandes detonantes para empezar a teorizar sobre los procesos y efectos comunicacionales. Ambos parámetros van a configurar un modelo asimétrico, en el que todo el poder corresponde a los medios de comunicación, frente a los cuales la masa, conceptuada como “una suma de individuos aislados” (p. 37), es incapaz de reaccionar y, por tanto, fácilmente manipulable (De Fleur y Ball-Rokeach, 1993).

En la configuración de las teorías del impacto directo, tiene un papel muy relevante la psicología de las masas, representada por autores como Gustave Le

Bon o Gabriel Tarde, que hacen hincapié en el comportamiento irracional de las masas y su incapacidad para responder a los estímulos de forma mínimamente crítica, y allanan el camino para una consideración del público masivo según un rudimentario sistema comunicativo estímulo – respuesta que se centra en la inmediatez, el carácter mecánico y la enorme incidencia de los efectos. Se trata de una teoría que elude el estudio de los efectos a largo plazo, ocupándose de las consecuencias concretas, e inmediatas, de los mensajes de los medios de comunicación sobre la masa indefensa. (López, 2001, p.147)

1.1.1.1. Teoría de la aguja hipodérmica

López (2001) también advierte que, dentro de estas teorías, los medios tienen un poder persuasivo sobre la gente prácticamente inevitable: el modelo estímulo – respuesta, aplicado a los medios, garantiza el éxito del mensaje, que siempre generará la reacción deseada en el receptor. El modelo de la Teoría Hipodérmica, enunciada por primera vez por Harold Lasswell, en 1927, en su libro, *Técnicas de propaganda en la Guerra Mundial*, sugiere que los medios de comunicación inyectan sus mensajes directamente a su audiencia pasiva.

“Entre el emisor y el receptor, entre el estímulo y la respuesta, no hay ninguna intermediación que impida conseguir los objetivos, hay una relación directa de causa-efecto, algo mecánico, un vacío” (López, 2001, p. 147). De modo que la manipulación es posible porque frente a un poder enorme de medios de comunicación de masas no hay ningún elemento de resistencia.

Lasswell (1971) toma en cuenta las implicaciones de la comunicación masiva, diferenciándola de la interpersonal. La comunicación de masas siempre responde a una estrategia y en todo momento busca lograr un efecto con alto nivel de intencionalidad. Señala una serie de variables que deben considerarse al momento de planificar una comunicación dirigida a una gran cantidad de personas: ¿Quién? ¿Qué dice? ¿Por cuál canal? ¿A quién? ¿Con qué efecto?

En el entorno social, Lasswell, al referirse a su teoría de la comunicación, manifiesta que el proceso de la comunicación en la sociedad realiza cuatro funciones: a) vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afecten a la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen; b) correlación de los componentes de la

sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno; c) transmisión del legado social y d) entretenimiento.

1.1.2. Persuasión y conducta

Un proceso que se potencializa a causa de los medios de comunicación de masas es, sin duda, la persuasión. Brown explica en su libro *Técnicas de persuasión* (2004), que del lenguaje procedía la capacidad de manipular o persuadir a la gente sin necesidad de recurrir a la fuerza física.

Antes de que los hombres hablaran no parece probable que tuvieran opinión alguna que cambiar ... los pensamientos se crean y se modifican fundamentalmente a través de la palabra hablada o escrita, de forma que, aunque en el llamado « lavado de cerebro » las palabras pueden ser suplidas por malos tratos físicos y en la publicidad comercial por música e imágenes agradables, es evidente que, incluso en estos casos, las principales armas son de naturaleza verbal, o en cualquier caso simbólica, y que los resultados perseguidos son de índole psicológica. (p.11)

En esa misma obra Brown defiende que el hombre tiene una capacidad de razonar y de ser influido por la razón. En una era de ideologías en conflicto, cuando se está sometiendo a naciones enteras a la persuasión de grupo, a través de los nuevos medios de comunicación, es importante saber hasta qué punto resiste la mente humana: en qué punto cede y hasta qué punto es posible producir un cambio auténtico en la forma de pensar individual o de grupo. Señala que todos estamos a merced de los medios de masas y sus métodos de estimulación de grupos, mientras que esta manipulación mental es casi irresistible y conduce a cambios reales en el espacio político.

También Brown señala que alguna de las técnicas empleadas en la persuasión de los medios se basa en el pensamiento de que la gente “quiere creer que los problemas son sencillos en vez de complejos, quiere que se confirmen sus prejuicios, quiere sentir que no está marginada, lo que implica que los otros sí lo estén...” (p.32). Entre una de estas técnicas, encontramos al empleo de estereotipos que, defiende, es una tendencia natural de “tipificar” a la gente y puede generar una imagen que llega a convertirse en una impresión fija casi impenetrable de la experiencia real. La conducta que desarrollamos

como individuos parte de una sociedad de masas está cada vez más determinada por las expectativas de los demás.

Entonces, la personalidad es en gran parte una cuestión del comportamiento derivado del rol, pero es aún más una cuestión de percepción del rol y de autopercepción a la luz del rol, de forma que la representación continua de un papel, con sus motivos apropiados, puede hacer que el individuo se convierta en lo que en un principio simplemente quería aparentar. (2004, p. 305)

1.1.3. Estereotipos para explicar el mundo

Walter Lippmann (1997) explica que los medios construyen la realidad, a través de los estereotipos. Ante una realidad demasiado compleja, que los ciudadanos no son capaces de abordar a través de la experiencia directa, son los medios los encargados de marcarles los temas de interés público. Lippmann advierte que, para facilitar la comprensión de los datos, se reduce la realidad a una serie de estereotipos fácilmente reconocibles e identificables por el público. Para él los estereotipos son convenciones sociales, acuerdos tácitos entre el medio y el público, para facilitar la comprensión de la realidad, y sostiene que el sistema de estereotipos puede ser el núcleo de nuestras tradiciones personales. La defensa de nuestra posición, dentro de esta sociedad. Son un retrato organizado y más o menos consistente del mundo, hacia los que nuestras costumbres, gustos, capacidades y esperanzas se han ajustado. Puede que no sean un retrato completo del mundo, pero son el retrato de un mundo posible, al cual estamos adaptados. En ese mundo, las cosas y las personas tienen sus lugares establecidos y cumplen con las actividades que se espera de ellos. “Allí nos sentimos en casa” (p. 21), insiste Lippmann. No es sorpresa, entonces, que cualquier alteración a esos estereotipos se sienta como un ataque a las bases de nuestro mundo.

Los estereotipos crean un determinado horizonte de expectativas reconocibles en las personas, asientan unos valores más o menos inmutables y explican las cosas de una forma harto maniquea: la conversión de la realidad a estereotipos implica la negación de la misma realidad, el dominio de los prejuicios para catalogar las cosas, la sustitución del mundo por un mundo alternativo facturado por los medios en el que las cosas funcionan de modo previsible. (López, 2001, p.173)

Lippmann (1997) afirma, además, que los efectos de los medios acaban siendo inseparables de la experiencia directa. El público otorga el mismo valor a la experiencia que le llega a través de los medios en forma de estereotipos, y una vez que se acostumbra éstos se acaban convirtiendo en la principal fuente de información sobre el mundo. “El prejuicio, la opinión sobre el mundo, precede a la observación de este. El mundo real se vuelve cada vez más difuso, y la importancia de los medios es cada vez mayor” (López, 2001, p.180).

López (2001) sostiene que lo que los medios no cuentan, no existe; porque la mayor parte del conocimiento sobre la realidad que poseen las personas proviene de la selección temática realizada por dichos medios. Para explicar la realidad circundante en un espacio muy limitado, que además debe ser fácilmente asumido por el público, los estereotipos son una vía enormemente sencilla para resumir de forma clara un mundo complicado.

La utilización de estereotipos por parte de los medios garantiza que el público solo reaccionará cuando deba reaccionar; es decir, ante una situación (estereotipadamente) negativa. De la misma manera, la asociación de los estereotipos a aquello que se considera “sentido común” dificulta la discusión racional sobre esos mismos temas, homogeneiza el universo de creencias sociales por el mínimo común y provoca, en la práctica, un alejamiento de la realidad por parte del público, cada vez más dependiente de los medios (López, 2001).

Sobre estas consecuencias, Elisabeth Neumann, en su obra, *La espiral del silencio*, escribe:

No importa cuál sea verdaderamente la realidad, porque sólo cuentan nuestras suposiciones sobre ella. Sólo ellas determinan las expectativas, esperanzas, esfuerzos, sentimientos; sólo ellas determinan lo que hacemos. Pero estas acciones sí que son reales, tienen consecuencias reales y crean realidades nuevas. Una posibilidad es que la profecía se cumpla a sí misma, que nuestras expectativas sobre la realidad se realicen debido a nuestra acción. La segunda posibilidad es una colisión. Las acciones guiadas por suposiciones falsas producen efectos completamente inesperados, pero reales. La realidad acaba reafirmandose; pero cuanto más tarda esto en suceder, mayor es el riesgo. (1995, p. 196)

1.1.4. La sociedad del espectáculo y la materialización de la ideología

Hoy en día, reconocemos al cine y a la televisión como los medios icónicos de la industria del entretenimiento. Guy Debor, en su libro *La sociedad del espectáculo* (2003), sostiene que la vida entera de las sociedades con condiciones de producción modernas es una inmensa acumulación de espectáculos, porque todo lo directamente experimentado se ha convertido en una representación. Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo constituye el modelo actual de vida socialmente dominante.

La forma y el contenido del espectáculo son, del mismo modo, la justificación total de las condiciones y de los fines del sistema existente. “El espectáculo es el discurso ininterrumpido que el orden actual mantiene sobre sí mismo, su monólogo autoelogioso. Es el autorretrato del poder en la época de su gestión totalitaria de las condiciones de existencia” (p. 45). Es lo contrario del diálogo, debido a que su comunicación es esencialmente unilateral, de modo que su concentración contribuye a centralizar en las manos de la administración del sistema los medios que le permiten perpetuarse. El espectáculo logra una “materialización de la ideología” en cuanto logra modelar lo real con el modelo que desea implantar.

La realidad surge del espectáculo y el espectáculo es real. Se presenta como indiscutible e inaccesible, enviando un mensaje de que lo que aparece es bueno; actitud que exige una aceptación pasiva que ya ha obtenido gracias a su manera de aparecer sin réplica. El espectáculo es la principal producción de sociedad actual, en cuanto es exponente general de la racionalidad del sistema. Allí donde el mundo se transforma en meras imágenes, estas se convierten en seres reales y en eficaces motivaciones de un comportamiento hipnótico. (Debor, 2003, p.40)

1.1.4.1. Cine e historias infantiles

José Toro, en su artículo, *El llamado cine infantil*, en 1960, ya advierte que los adultos, al enfrentarnos al mundo de un niño, “acostumbramos a no quitarnos los lentes de nuestro especial mirar al mundo. Seguimos siendo nosotros cuando intentamos mirar a través de sus ojos. Resulta que para que el cine sea infantil, los adultos así han de calificarlo” (p.11). Las películas se censuran, califican, recomiendan y proscriben en relación con el niño, según el criterio de los propios de los adultos. Dorfman y Mattelart, en su libro *Para leer*

al Pato Donald (1971) consideran que la narrativa de la literatura infantil es ejecutada por adultos, que justifican sus motivos, estructura y estilo de vida en virtud de lo que ellos piensan del “deber ser” de un niño. Pero son un reflejo de ellos mismos; “se miran en un espejo creyendo que es una ventana” (p.25).

Llegan incluso a citar fuentes científicas o tradiciones arcaicas (es la sabiduría popular e inmemorial) para establecer cuáles son las exigencias del destinatario. El adulto difícilmente podría proponer para su descendencia una ficción que pusiera en jaque el provenir que él desea que ese pequeño construya y herede. (Dorfman y Mattelart, 1971, p.25)

El adulto produce la literatura infantil que consume el niño y estos han sido criados por esta literatura, por las representaciones colectivas que la permiten y fabrican, y ellos “para integrarse a la sociedad, recibir recompensa y cariño, ser aceptados, crecer rectamente, deben reproducir a diario todas las características que la literatura infantil jura que ellos poseen” (Dorfman y Mattelart, 1971, p. 26). Los autores explican que, como a los niños no se les presenta otra alternativa, —que en el mundo de los adultos normalmente sí existe—, ellos mismos perciben la naturalidad de su comportamiento, acatando felices la canalización de su fantasía en un ideal ético y estético que se les aparece como el único proyecto posible de humanidad y así se crea un círculo vicioso.

John Condry (1998) advierte que, a diferencia de los adultos, los niños no se acercan a la televisión y películas por mero entretenimiento y dispersión, sino que buscan en estos medios, una manera de entender el mundo. A cambio de la pequeña dosis de verdad sobre el mundo en el que viven, los niños reciben una fuente de información que también está distorsionada, tanto en materia de valores como en hechos reales. “Los niños son abandonados a una criada infiel que los expone a narraciones incoherentes relatadas por personas incoherentes” (p.93).

1.1.4.1.1. Identificación de los niños con los personajes de cine

Para Bermejo (2006) existen varios facilitadores de la comprensión de medios audiovisuales en niños. Uno de estos se da por semejanza e identificación; pues en general, la comprensión aumenta con la semejanza de sexo, grupo étnico o de clase social. La televisión contribuye a desarrollar la identificación y empatía del niño. Bermejo sostiene que las reacciones emocionales se producirán gracias a un proceso de

identificación del receptor con alguno o algunos de los personajes. Y este mismo proceso de identificación permite explicar también otros procesos cognitivos. “Los niños atienden, comprenden, recuerdan y les gusta más un programa de televisión cuanto mayores son las similitudes entre los personajes o las circunstancias en las que se desenvuelve en la pantalla y el espectador infantil” (Bermejo, 2006, p, 109).

Este autor explica que el nivel de identificación de los niños de etnicidad negra con el héroe es mayor cuando este también es negro. En entrevistas con niños de siete a doce años se encontraban diferencias en los procesos de identificación entre hombres y mujeres. El 91% de los hombres y el 53% de las mujeres elegían entre sus preferidos a personajes de su mismo sexo. La fuerza era un rasgo del personaje que atraía a la identificación de los chicos, y la belleza, la de las chicas.

1.1.4.1.2. Importancia de las narraciones en el mundo infantil

“El sentido más profundo reside en los cuentos de hadas que me contaron en mi infancia, más que en la realidad que la vida me ha enseñado” (Schiller en Bettelheim, 2001, p.11). Es innegable el poder y la influencia de las narraciones sobre el niño, en su búsqueda de entender y clasificar el mundo. Bruno Bettelheim, en su libro *Psicoanálisis de los cuentos de hadas* (2001), afirma que los cuentos aportan mensajes importantes al consciente, preconsciente e inconsciente de los niños, que luego se refleja en su comprensión del entorno y sus actitudes en relación con este.

El niño, mientras se desarrolla, debe aprender a comprender mejor; así se hace más capaz de comprender a los otros y de relacionarse con ellos de un modo mutuamente satisfactorio y lleno de significado. No hay nada más importante que el impacto que causan los padres y aquellos que están al cuidado del niño. El segundo lugar en importancia lo ocupa nuestra herencia cultural si se transmite al niño de manera correcta y cuando los niños son pequeños, la literatura es la que mejor aporta esta información (Bettelheim, 2001).

Las narrativas audiovisuales se han convertido en uno de los principales agentes de aprendizaje. “Ver televisión es una actividad que deja numerosas huellas en el niño. Su contacto con ella ha sido tan intenso que ha influido en las concepciones de los héroes del siglo XX” (Bermejo, 2006, p.84). Cada vez más los niños han tomado a alguno de estos

héroes de ficción como modelos de emulación: adquieren y modelan sus creencias, actitudes y valores sobre los representados por estos personajes de ficción.

Recientemente se ha afirmado que, en los cuentos de hadas, la lucha contra la dependencia infantil y el intento de ser uno mismo, se describen a menudo, de modo distinto para los chicos que, para las chicas, lo cual no deja de ser una consecuencia de los estereotipos sexuales. Por ejemplo, en Blancanieves, tenemos representaciones femeninas como el narcisismo de la madrastra, representado por el espejo mágico y su continua búsqueda de seguridad respecto a su belleza, mucho antes de que la hermosura de Blancanieves eclipse la suya. Existe, además, un enfoque central en la belleza de la niña y este enfoque de la belleza (o ausencia de esta) hacia los personajes femeninos es algo casi insorteable en las narraciones clásicas de hadas (Bettelheim, 2001).

1.2. Género, ideología e identidades

Como se expuso en la sección anterior, los seres humanos, somos seres narrativos. Explicamos el mundo del que somos parte y nuestras experiencias a través de historias. “El mito explica, justifica y protege hechos sociales fundamentales... de los que son proyección” (cita de Magli, en González, 2015, p.51). En su libro, *Mujeres y hombres, identidad y conflictos*, María Asunción González explica que los mitos no deben obligatoriamente basarse en hechos históricos, pero son la justificación de una realidad, de la cual se da una explicación inventada.

La autora acerca este concepto a la problemática de género en cuanto los mitos cargan un valor ideológico fundamental como codificadores y sustentadores de un orden que se pretende mantener inalterable; proporciona contenido simbólico de la dominación para garantizar mejor la defensa de los intereses de un modelo asimétrico de poder y relación entre ambos sexos. Explica que los niños y adolescentes suelen ser los principales destinatarios de las historias y leyendas y estas les instruyen sobre cuáles son los estatus ocupados por cada sexo, explicándolos con relación al pasado, legitimándolos en el presente y preservándolos para el futuro.

Lo que se intenta explicar y preservar es, ante todo, la hegemonía masculina, al establecer códigos culturales que hacen una distinción de orden moral entre hombres y mujeres, incorporando valores que permiten a los hombres ejercer una mayor autoridad en la vida social y política. (González, 2015, p.52).

1.2.1. Conformación de género en el individuo

La Organización Mundial de la Salud (2018) define a género como los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y atributos que cada sociedad considera apropiados para los hombres y las mujeres. Las diferentes funciones y comportamientos pueden generar desigualdades de género, es decir, diferencias entre los hombres y las mujeres que favorecen sistemáticamente a uno de los dos grupos.

Hernández (2006) explica que el sexo del individuo es el factor biológico con el que se lo identifica al momento de su nacimiento como masculino o femenino. Sin embargo, el género se aprende y puede ser manipulado, educado o cambiado, ya que es una construcción simbólica e imaginaria que soporta los atributos asignados a las personas a partir de la interpretación cultural de su sexo: distinciones biológicas, físicas, económicas, sociales, psicológicas, eróticas, afectivas, jurídicas políticas y culturales impuestas.

Chaves (2012) sostiene que la influencia del medio que nos rodea ya sea la iglesia, la política, la familia, la escuela y los medios de comunicación, entre otros, ha inculcado diversas ideas que estereotipan la diferenciación de los sexos. Por tanto, han designado roles en los cuales se subestima el género y se otorga un trato desigual con respecto a la masculinidad y a la feminidad.

Se ha marcado la diferencia entre ser hombre y ser mujer desde la educación que cada uno ha recibido desde su niñez. En esta educación se han generado construcciones tales como que la mujer es aquella persona que debe preocuparse por los demás antes que por ella misma y siempre debe estar dispuesta a servir y de la mejor manera. Por el contrario, el hombre tiene la oportunidad de decidir sobre las demás personas, puede exigir y equivocarse y, su estatus lo representa como un ser único, fuerte, admirable y correcto. (Chaves, 2012, p. 53)

González (2015) se suma a una percepción similar de esta conformación de lo masculino y lo femenino en el individuo y sostiene que no vienen determinados por el sexo biológico. “En el imaginario, no en la anatomía, se construye nuestra identidad sexuada” (cita de Vegetti, en González, 2015, p. 174). El hombre y la mujer devienen en lo que son, a través de su historia infantil y de sus relaciones intersubjetivas, originadas en el seno de la cultura. Se da un proceso de interiorización de valores culturales en torno a la

masculinidad y la feminidad, subsidiarios, en todo caso, de un orden simbólico falocéntrico.

Los seres humanos somos como somos (y quienes somos) como consecuencia del influjo de una serie de mediaciones subjetivas y culturales (el origen sexual, el lenguaje, la familia, la instrucción escolar, el grupo de iguales, el estatus económico y social, las ideologías, los estilos de vida, las creencias, los mensajes de la cultura de masas) que influyen de una manera determinante en la construcción de nuestras identidades. Es decir, al sexo inicial de las personas se le añaden las maneras culturales de ser hombres y de ser mujeres en una sociedad determinada. En consecuencia, la construcción de las identidades masculinas y femeninas en las sociedades humanas no es sólo el efecto natural e inevitable del azar biológico sino también y, sobre todo, el efecto cultural de la influencia de una serie de factores familiares, escolares, económicos, ideológicos y sociales. Hombres y mujeres somos diferentes no sólo porque tengamos un sexo inicial distinto, sino también porque nuestra socialización es distinta ... No existe una esencia innata de hombre o de mujer. (Lomas, 2005, p. 262)

1.2.1.1. Construcción de la masculinidad tradicional

González (2015) advierte que la conformación de la masculinidad es dificultosa para el niño, en cuanto que se espera una obligada adopción de la posición activa y del consiguiente rechazo, desvalorización o negación de la pasividad y las emociones a ellas asociadas: la dependencia, la fragilidad, la disponibilidad, la intimidad. Queda como consecuencia en los hombres una permanente necesidad de autoafirmarse, a través de una violenta represión de las emociones pasivas, que se transforma en posición activa y dominio sobre y contra los otros.

Por su parte, Chaves (2012) también sostiene que los hombres pretenden reafirmar su virilidad, a través de actos que se alejan de lo femenino y se realizan durante todo el ciclo de vida. Con esto se han establecido una serie de actitudes que tienen como resultado la construcción de lo masculino como diferente de lo femenino y no a partir de atributos propios. El aprendizaje del ser masculino tiene como punto de partida el creerse con el control de todas las emociones y sentimientos hacia sí mismo, los demás y las situaciones en general, por lo que los varones desarrollan un espacio emocional limitado e inflexible, y llegan a confundir sus emociones con las expectativas que su grupo social tiene de ellos.

Chaves, insiste que la masculinidad, tradicionalmente, está unida a actitudes como la fuerza, la violencia, la agresividad y la idea de que es necesario estar probando y probándose continuamente que se es hombre.

Si la construcción de la masculinidad (tradicional) es la negación de todo lo femenino, entonces el hombre utilizará como eferente a la mujer para autodefinirse e intentar ser su opuesto. “Un niño está constreñido a un modelo de comportamiento formado de desprecio o negación al otro sexo” (cita de Adler, en González, 2015, p. 180). Por ello, intentará, esforzadamente eliminar de sí todas las características femeninas que son, naturalmente, aquellas más desvalorizadas y representadas como poco deseables. Sin embargo, las recupera a través de las mujeres; ellas serán asimiladas a la naturaleza a lo instintivo:

Lo femenino ha llegado a ser lo reprimido de la humanidad, el lugar donde viven los instintos, las emociones, los afectos primitivos y no controlados, en una palabra, el lugar de la naturalidad. Lo masculino ha devenido, al contrario, el lugar de la racionalidad, del orden, de lo social. (cita de Tagliaferri, en González, 2015, p.181)

Así, lo considerado por los hombres como negativo (en tanto incontrolable...) ha sido adosado a la feminidad. La masculinidad, el pensamiento masculino, ha querido eliminar de sí lo inconsciente, lo subjetivo, lo imprevisible, inventándose una segunda naturaleza, que también se reflejaría en las construcciones culturales como la religión, la filosofía, la ciencia e incluso la vida cotidiana de las sociedades (Chaves, 2012).

1.2.1.2. Construcción de la feminidad tradicional

Buxó (1978) explica que el rol materno de acudir a las necesidades de los otros es interiorizado por las mujeres desde una edad temprana cuando ven a su madre como ejemplo y referente de lo que ellas deben llegar a convertirse. A través del rol de su propia madre, a las niñas se les inculca una posición de cuidado hacia los otros e inactividad que se contrasta con la constante posición activa que es inculcada en el varón. Buxó también explica que los varones deberán inhibir la pasividad y todas aquellas tendencias que reflejen dependencia, debilidad...para ajustarse a su propio afán de ocupar la posición fálica y su propia norma, que, las mujeres también acatarán y lo exigirán igualmente de él. Pues si las mujeres terminan solicitando iniciativa, fuerza, protección, actividad de parte de los hombres es porque ellas fueron primero desposeídas de todas esas

posibilidades y quedaron desarmadas ante ellas. González concuerda y afirma que, de hecho, como se desprenden de los estudios antropológicos, las mujeres han sido “protegidas” para ser utilizadas como objetos de intercambio con otros hombres, a fin de establecer alianzas y “repartirse entre ellos el botín femenino” (2015, p.180).

Buxó (1978) comenta que el carácter universalmente inferior del estatus femenino no puede ser atribuido a diferencias sexuales biológicamente determinadas. “Aunque el carácter reproductor de la constitución biológica de la mujer, y la fuerza muscular y la agresividad física del hombre, funcionan inicialmente como factores limitantes en la orientación de la subordinación y la dominación de ambos sexos...” (p.7), advierte que son en realidad, las condiciones de orden simbólico las que han permitido originar y mantener culturalmente las formas elaboradas de comportamientos sexo-sociales diferentes.

Setién (2003) advierte que la concepción de la relación hombre-mujer como una relación de complementariedad, la “naturalidad” atribuida a los comportamientos dóciles y complacientes de las mujeres, su prescripción social, y la interiorización por parte de la mujer como deber moral, implica una división no solo en la distribución de tareas sino también en la distribución del poder. Para los hombres se otorga el poder económico, legislativo, político, cultural, y para las mujeres el poder en el ámbito doméstico y emocional, ligado a una afectividad también asignada naturalmente que se corresponde con el “ser para otros” (p. 58).

1.2.1.2.1. Rol tradicional de la mujer en función del hombre

“Cuando lo cotidiano se transforma en natural y es considerado como obvio, es donde las personas quedan atrapadas en la inmovilidad de los roles asignados” (cita de Coria en Setién, 2003, p. 58). A la mujer tradicionalmente se le ha impuesto un rol de maternidad, que puede llegar a presionar a muchas mujeres a apresurar su vida, para pelear en contra de su llamado “reloj biológico” y a sentirse inadecuadas a aquellas que no cumplen o quieren cumplir este rol. Muchas mujeres todavía ven a esta posibilidad como su único horizonte de posibilidades, así no sea lo ideal para su vida (Setién, 2003).

Los aspectos psíquicos de la opresión femenina quedan intrincados en una estructura social que aprisiona a la mujer a un único y exclusivo rol, dejándola desprovista de la posibilidad de crear en otros ámbitos, simbolizar y expresar su

propio sentir y desear, encadena también a la hija y a sus necesidades y deseos insatisfechos, dificultando que pueda explorar el mundo fuera de su madre y de la función “maternalizadora” que se le propone como modelo de identidad. (González, 2015, p. 177)

González (2015) explica que una organización familiar —que ha funcionado tan poco modificada en su división de roles, a través de periodos históricos tan diferentes—, se debe a que esta se ha revelado muy útil para la conformación de una estructura psíquica que consolida el dominio de unos seres humanos sobre otros, de modo especial, de los hombres sobre las mujeres, porque perpetúa un orden simbólico que genera/refleja tal dominación.

La mujer ha comenzado a integrarse en el mundo social sin poder incorporar su visión de la realidad, sin “feminizar” los valores y las relaciones imperante, a los que ha debido adaptarse sin más, negando necesidades propias y aspectos de su subjetividad que entran en contradicción con la organización social, de predominio masculino: sin poder nombrar el mundo en femenino. (González, 2015, p.185)

Para Buxó (1978), la mayor pasividad y dependencia a la que se vio compelida la niña, primero con la madre, luego con el padre y el hombre, habrían facilitado la asimilación e interiorización en las mujeres de los valores (deseos) masculinos. Es, pues, la carencia de una identificación sustancial la que llevará a la mujer a adoptar todas las identificaciones que le proponen los deseos de los hombres. Ella se endosará todas las máscaras que le permitan encarnar la imagen por él deseada, el imaginario masculino. Las mujeres han estado encorsetadas en todas esas imágenes e interpretando los papeles que le permiten adecuarse a ser ese objeto materno.

Ella ha carecido de un símbolo propio y de toda identidad que no fuera la encarnación de ese deseo masculino. Pero ha permanecido extrañada de un deseo propio, de una autorrepresentación. Es difícil para las mujeres tener una propia subjetividad en el mundo en que solo se ha representado el género masculino y en el que ella nunca ha sido sujeto. (González, 2015, p.185)

Sin embargo, Chaves (2012) afirma que el desigual reparto de estatus, “identidades” y valores (representaciones) que, si bien pretendía adjudicar todo lo valioso y superior a los

hombres, se acaba configurando como un estereotipo que los reprime también a ellos, obligándolos a “interpretar” frecuentemente un papel que no se corresponde con sus emociones reales. Afirma que el juego de poderes entre los sexos representa una pequeña ventaja para las mujeres, en cuanto que “no tienen nada que negar, ellas están ya *castradas* y pueden asumir (humana) debilidad sin tanta ansiedad y temor, pues ellos no las obliga a desplegar mecanismos defensivos tan rígidos y negadores como los que deben adoptar los hombres” (p. 78).

Esta aceptación de la propia debilidad les permite concienciar y cambiar aquellos aspectos que son más conflictivos y adoptar mecanismos de compensación más flexibles y reconciliados con las propias necesidades reales. A su vez, es esta mayor concienciación de los aspectos más débiles lo que le permite a la mujer una mayor percepción, disponibilidad y aceptación de las necesidades propias y de las de los otros. Esa aptitud da lugar a muchas cualidades definidas como femeninas: la intuición, la empatía, la incapacidad de abandono y comunicación emocional.

Estas cualidades son percibidas como carentes en los hombres, debido a estar “obsesionado” por controlar la emergencia de sentimientos que puedan hacerle ser/aparecer “femenino”, débil, castrado. González (2015) opina que toda mujer puede provocar en el hombre un sentimiento de emasculación a través de múltiples mecanismos (humillar, rechazar, abandonarlo), de los cuales la “histérica” es especialista, y por eso, ha merecido tanto su odio.

1.2.2. Reforzamiento de una visión peyorativa hacia la mujer

González (2015) sostiene que el exclusivo reconocimiento de la autoridad paterna estructura la cultura patriarcal que identifica el concepto ideal de autonomía con la separación y la distancia, excluyendo los valores de reciprocidad, la interdependencia, la conexión que son ligados a la relación con la madre. La barrera de represión del varón sería más elevada por esa necesidad de expulsión de lo femenino-materno. De este modo, la autora afirma que la cultura se habría construido sobre la represión del cuerpo femenino y sus vivencias, y sobre la eliminación de la mujer como ser capaz de actividad simbólica. En definitiva, sobre la no (auto) representación de la mujer: sobre la “castración” femenina y la repudiación de la feminidad, perpetrada por la cultura falocéntrica y el sistema patriarcal. Existe un enaltecimiento de lo masculino (los hombres) y la denigración de lo femenino (las mujeres).

En una interesante investigación llevada a cabo por Rocheblave Spenlé, en torno a *Lo masculino y lo femenino en la sociedad contemporánea* (1968), se puso en evidencia, una vez más, que a los varones eran adscritos todos los adjetivos valorizadores, mientras a las mujeres se les atribuía aquellos negativos y abiertamente despreciativos. Por ejemplo, el varón era definido mayoritariamente como creador, firme, decidido, lúcido, combativo, objetivo, organizado... Y la mujer como histérica, habladora, caprichosa, débil, incoherente, pasiva, miedosa, etc. Veinte años más tarde, una investigación similar, llevada a cabo por Ravazzola (1989), confirmó los mismos resultados, a pesar de que la situación femenina había sufrido cambios notables a niveles socioeconómicos, en las últimas décadas en el mundo occidental. Ravazzola incluso halló que los mismos atributos tenían distinto valor según el género al que eran aplicados. Por ejemplo, si los hombres eran “ordenados”, las mujeres eran “obsesivas”, mientras ellos podían ser definidos como líderes, la misma característica significaba para ellas ser “mandonas”.

Sin embargo, lo más significativo de esta desigual distribución de valores es que son también las propias mujeres las que definen a los hombres y se autodefinen a sí mismas en ese modo. Las mujeres se consideran a sí mismas con más severidad que con la que son consideradas por los hombres y están entre sí más de acuerdo para atribuirse los defectos. Esta asimilación de las mujeres a las actitudes de los hombres correspondía al mecanismo de verse a sí mismas como estos las ven a ellas; pues “Una de las razones que lleva a que una persona adopte el papel que le confieren los otros, lo mismo en sus juicios que en su conducta, es el prestigio de aquel prestigio del que espera participar también ella” (Rocheblave-Spenlé, 1968, p.78). Según ello, los estereotipos de lo “femenino” son mucho menos valorizados que los estereotipos de lo “masculino”, pero son las propias mujeres quienes también ratifican esos estereotipos y, en consecuencia, se subestiman colectivamente; interiorizan un modelo de carencia y aprehenden valores e ideas de la cultura dominante para mostrarse merecedoras de valor.

1.2.2.1. Interiorización de la dominación de la mujer

Según Ravazzola (1989), lo anteriormente expuesto se trata de un fenómeno característico de los grupos dominados y de los pueblos colonizados. La consolidación de tal situación tiene lugar mediante el mecanismo de “interiorización de la dominación”, uno de cuyos pilares psíquicos estaría basado, pues, en la hiperestimación del grupo dominante y la autodesvalorización del grupo dominado. A niveles psíquicos respondería al mecanismo

defensivo conocido como “identificación con el agresor”. Tales mecanismos se internalizan, a través de la estructura familiar que es subsidiaria de un determinado orden simbólico y de la organización social y cultural resultantes y se fortalecen en la carencia de auto representación femenina dentro de lo simbólico.

Por ello, González (2015) concuerda que, sin la interiorización de la dominación por parte de las mujeres, sería difícil comprender el sometimiento de las mujeres, su carácter universal y su continuidad a lo largo de la historia; se da un acatamiento e identificación con los valores del grupo dominante, los cuales son vividos como propios y se manifiestan comportamiento como la sumisión. Este comportamiento ejerce funciones “autoprotectivas” (p.182), de defensa de la mujer; por el temor de que quien lo detenta pueda usarlo en contra de quien se encuentra en condición de inferioridad. Pero estos comportamientos no solo defienden, sino que garantiza al dominador la continuidad de su dominio y la aceptación de su superioridad.

En la misma línea Ravazzola (1989) advierte que es necesario plantearse en qué manera y en qué medida las mujeres consienten y actúan en dicha ideología, así como los mecanismos que permiten perpetuarla, manteniendo inalterado el statu quo. Los comportamientos dóciles y complacientes, la obediencia, la simulación de ignorancia, la actitud de servicio, el “espíritu de sacrificio”, la entrega incondicional, la sonrisa permanente, a la par que constituyen formas de (auto)ocultamiento de los sentimientos agresivos, devienen comportamientos de seducción y aplacamiento. La sumisión femenina también tiene la función de proteger la imagen del hombre. La “virilidad” parece depender de la subordinación de la mujer, quien estaría abocada a ocupar un rol materno en relación con el sexo masculino en general, en cuanto tiene que “defender” su reputación, así la de ella sea de inferioridad.

1.2.2.2. Sexismo hostil y sexismo benévolo hacia la mujer

El sexismo tiene graves consecuencias en el ámbito social, sobre todo porque en algunos casos puede pasar desapercibido manteniendo condiciones de desigualdad y discriminación entre sexos. Tanto la teoría como el trabajo empírico cuestionan la concepción tradicional de que el sexismo consiste en una simple antipatía hacia las mujeres. Según Glick y Fiske (1996), esta conceptualización tradicional del prejuicio como un reflejo de la hostilidad hacia las mujeres olvida los sentimientos positivos que existen hacia ellas y que coexisten con la antipatía sexista. Según estos autores, el sexismo

es ambivalente, pues está formado por dos componentes claramente diferenciados, aunque relacionados: el sexismo hostil y el sexismo benévolo.

El primero coincide básicamente con el sexismo concebido tradicionalmente: una actitud negativa hacia las mujeres. El sexismo benévolo es definido como un conjunto de actitudes interrelacionadas hacia las mujeres que son sexistas en cuanto las considera de forma estereotipada y limitadas a ciertos roles, pero que tiene un tono afectivo positivo (para el perceptor) y tiende a suscitar en éste conductas típicamente categorizadas como prosociales “de ayuda- de búsqueda de intimidad -revelación de uno mismo-” (Moya, Páez, Glick, y Poeschl, 1997. p. 4).

Según Glick y Fiske (1996), el sexismo benévolo sigue siendo sexismo, a pesar de los sentimientos positivos que pueda tener el perceptor, porque descansa en la dominación tradicional del varón y tiene aspectos comunes con el sexismo hostil: las mujeres están mejor en ciertos roles y espacios y son “más débiles”. De hecho, el benévolo puede ser incluso más perjudicial que el hostil, pues puede utilizarse para compensar o legitimar el hostil y, dado que el sexista hostil no suele considerarse a sí mismo sexista, la intervención en contra de esta forma de sexismo puede presentar dificultades añadidas.

Ambos tipos de sexismo son una potente combinación que promueve la subordinación de las mujeres, actuando como un sistema articulado de recompensas y de castigos para que las mujeres sepan “cuál es su sitio”. La hostilidad sola crearía resentimiento y rebelión por parte de las mujeres. Es obvio que los hombres no desean ganarse la antipatía de las mujeres, dado que dependen también de ellas. El sexismo benévolo debilita la resistencia de las mujeres ante el patriarcado, ofreciéndoles las recompensas de protección, idealización y afecto para aquellas mujeres que acepten sus roles tradicionales y satisfagan las necesidades de los hombres. (Moya et al., 1997, p.4)

Otra razón, y quizá la más poderosa, es que los hombres recompensan a las mujeres que adoptan roles tradicionales y castigan a aquellas que no los cumplen; por esta razón, las mujeres asumen actitudes benevolentes hacia los hombres. Así, podría esperarse que algunas mujeres apoyen y justifiquen la dominación masculina (Glick y Fiske, 1996).

1.2.3. Estereotipos de los roles de género en las películas

Los estereotipos son creencias o concepciones estandarizadas que presentan a las personas de manera unidimensional. “A pesar de las apariencias, el mundo de la televisión es muy estable en cuanto a las imágenes que muestra” (Bermejo, 2006, p.88). Así, en la programación infantil se dan varios estereotipos de representación de la condición femenina: 1. La mujer como única ejecutora de las tareas del hogar; 2. La coquetería como cualidad más destacada del carácter femenino; 3. Referencias al aspecto físico femenino, realizadas por personajes masculinos y manifestación de estos atributos como algo deseable para una mujer.

Si los análisis siguen mostrando que las narrativas audiovisuales infantiles todavía presentan estereotipos, la cuestión fundamental es que la investigación también ha demostrado que tales influyen sobre las percepciones de los niños, particularmente en lo que se refiere a los estereotipos de género, entre los que se destacan los roles profesionales, el aspecto físico y el matrimonio. (Bermejo, 2006, p.90)

El estudio *Gender Roles & Occupations: A Look at Character Attributes and Job-Related Aspirations in Film and Television*, realizado por Annenberg School for Communication, la Journalism University of Southern California, en conjunto con el Geena Davis Institute on Gender in Media (2013), demostró que los roles de género todavía están estereotipados en el entretenimiento popular entre los niños. Los personajes femeninos portaban menos del 30% de los roles con diálogos, en películas. Los personajes femeninos no solo están presentes con menos frecuencia en pantalla que los personajes masculinos, sino que, además, a menudo son sexualizados, domesticados y, a veces, carecen de un empleo remunerado. Pocas son las mujeres que se muestran en puestos ocupacionales prestigiosos, suites ejecutivas de negocios, como CEO, ciencias médicas (doctoras), pilotos o astronautas. Si las películas recientes con clasificación G estereotipan aspiraciones y ocupaciones a lo largo de líneas de género. La exposición a los medios no solo contribuye a la socialización ocupacional de los niños y / o adultos emergentes, pero también a los estereotipos de roles sexuales (Smith, Choueiti, Prescott y Pieper, 2013).

El estudio también evalúa películas con un reparto "equilibrado"; es decir, un guion que muestra a niñas y mujeres en aproximadamente la mitad de todos los roles hablados. La mayoría de las películas en este estudio mostraban la tendencia de que los personajes

femeninos ocupen el 25% o menos del elenco, por lo tanto, son extremadamente centradas en los hombres. Los autores sostienen que, generalmente, existe un bajo número de personajes femeninos en el centro de las líneas narrativas de las películas. En resumen, los hallazgos de prevalencia muestran que las mujeres están muy poco representadas en la pantalla en películas familiares, y estas tendencias son preocupantes, dado que las mujeres representan más de la mitad de la población y compran la mitad de todas las entradas de cine vendidas (Smith *et al.*, 2013).

En el estudio se evalúan tres estereotipos comunes asociados con los roles de género en los medios: datos demográficos (edad, origen étnico), domesticidad (estado paterno, relación romántica) y sexualización (atuendo sexy, desnudez, delgadez, atractivo). Existe la tendencia de que los personajes femeninos sean más jóvenes que los personajes masculinos y que sean más propensos a ser representados exclusivamente como cuidadores, tutores legales o padres biológicos. Hallazgos similares emergen para el estado relacional, con mujeres que son más propensas que los hombres a mostrarse en una relación romántica comprometida. Esos retratos torcidos no solo socavan la capacidad de los niños y las niñas para ver a los hombres en una gama de roles de crianza, pero también pueden reforzar las percepciones de los espectadores que muchos aspectos del hogar están vinculados al género (Smith *et al.*, 2013).

El estudio arroja resultados de que la sexualización también está asociada con el género. Las mujeres son más probables que los hombres en estar representadas en atuendos sexualmente reveladores (28.3% vs. 8%) y parcialmente desnudas (26.6% vs. 8.5%) o mostrando algo de piel expuesta en la sección de escote, diafragma o glúteos. Las niñas y las mujeres también son más propensas que los niños y los hombres a ser delgadas (34.3% vs. 10.7%) y referidas como físicamente atractivas (14.9% contra 4.3%) en el contexto de la trama. Estos hallazgos son problemáticos, ya que los estudios muestran que la exposición a referentes delgados puede aumentar la interiorización del ideal delgado y la insatisfacción corporal, mientras que visualizar contenido sexualizado, puede aumentar la auto objetivación, la vergüenza del cuerpo y la ansiedad de apariencia. En resumen, tres estereotipos comunes de género aparecen en las películas familiares. Las mujeres son más probables que los hombres en ser representadas como jóvenes, sensuales y desde una perspectiva doméstica.

Estas representaciones refuerzan los roles de género tradicionales y transmiten que las niñas y las mujeres son valoradas por su aspecto más que por lo que son o hacen. Representar injustamente a las mujeres en la pantalla puede afectar a los espectadores en al menos dos formas diferentes. Por una parte, los niños pequeños crecen consumiendo mensajes de medios que, con el tiempo y la exposición repetitiva, algunos niños pueden llegar a normalizar la desigualdad en la narración. Este proceso de normalización puede "extenderse" a otras arenas, donde las niñas, jóvenes y los niños, jóvenes no logran cuestionarse o percibir sesgos de género en una variedad de ámbitos académicos, atléticos, sociales o incluso contextos ocupacionales. Por otra parte, la falta de equilibrio de género en la pantalla, si se nota, puede comunicar a las niñas que tienen menos valor que los niños. Extrayendo este mensaje, más bien que crear textos de oposición mientras se visualizan, puede afectar negativamente la autoestima o valoración de algunas espectadoras (Smith *et al.*, 2013).

1.2.4. Expectativas sociales de cada género

Las creencias entre los miembros de distintas culturas acerca del comportamiento típico y adecuado para hombres y mujeres varían, aunque se ha demostrado que miembros de diferentes culturas tienen estereotipos de roles sexuales similares. Las características identificadas como típicamente masculinas están relacionadas con la competencia personal y la orientación hacia la consecución de metas y genéricamente se las conoce como conductas instrumentales o de poder. Las características típicas femeninas están relacionadas con conductas que reflejan sensibilidad emocional y una orientación hacia las relaciones interpersonales; es decir, son conductas de tipo expresivo. (Acuña y Bruner, 2001)

Según Hofstede (1999), la forma en la que los habitantes de cualquier país piensan, sienten y actúan respecto a los asuntos vitales para su supervivencia está estructurada y varía a lo largo de varias dimensiones: individualismo-colectivismo, masculinidad-feminidad, distancia de poder y evitación de incertidumbre. Las culturas femeninas enfatizan la cooperación y el apoyo social y, probablemente, refuerzan la expresividad, mientras que las culturas masculinas enfatizan la competencia, las recompensas materiales y laborales y refuerzan la instrumentalidad. Señala Hofstede que culturalmente los ítems que componen la escala de masculinidad son personalidad fuerte, dominante, agresivo/a, actúa como líder y duro/a. Los que componen la escala de feminidad:

cariñoso/a, sensible a las necesidades de los otros, cálido/a, tierno/a y amante de los niños/as.

La interiorización de estos modelos dota de características específicas los roles sociales asumidos por los niños posteriormente, haciéndolo adoptar una serie de patrones culturales, ideológicos e incluso psicológicos, que son puestos en manifiesto en todas las esferas de su vida. En estos parámetros es que una niña aprende a ser mujer dentro de los moldes, actitudes y patrones de lo que se considera “femenino”, legalizando y retroalimentado de esta forma mensajes ideológicos tradicionales en donde la subordinación, la obediencia, la timidez, etc., son características “naturales” de la mujer (Vargas, 1991).

1.2.5. Acción afirmativa de género

Una acción afirmativa pretende establecer políticas que dan a un determinado grupo social, étnico, minoritario o que históricamente haya sufrido discriminación, un trato preferencial en el acceso o distribución de ciertos recursos o servicios, así como acceso a determinados bienes. Su objetivo es el de mejorar la calidad de vida de los grupos desfavorecidos y compensarlos por los perjuicios o la discriminación de la que han sido víctimas (Moya *et al.*, 1997). Su principal objetivo de buscar el equilibrio de sus condiciones de vida al general de la población, por ejemplo, creando cuotas de género o identidad sexual en establecimientos educativos o puestos laborales.

Es necesario señalar que las crisis económicas y sus secuelas de recesión, desempleo e inflación, van generando un profundo cuestionamiento y cambios ideológico-culturales en los modelos sociales de los roles masculinos y femeninos. El requerimiento de una mayor capacitación y especialización de las fuerzas productivas y el desarrollo científico-tecnológico a nivel mundial ha permitido un mayor acceso a la educación en sus distintos niveles. En el caso de la mujer, esto ha representado una profunda transformación en el campo cognoscitivo y formativo (Vargas, 1991).

El cuestionamiento al rol productivo y reproductivo femenino, en los parámetros de la crisis económica, la descubre como protagonista a partir de su contribución activa en la formación de su espacio vital, fundamentando la búsqueda de su nueva identidad en función de sus propios intereses y esfuerzos colectivos. (Vargas, 1991, p.25)

Sin embargo, este importante avance cuantitativo en el ámbito educativo aún tiene limitaciones que dificultan apreciar la potencialidad de esta transformación en la formación de la identidad femenina, advierte Vargas. De tal forma que, a pesar de la elevación de niveles educativos y la capacitación laboral orientada a agilizar la inserción de la mujer en el mercado de trabajo, el mantenimiento de una visión tradicional de la mujer refuerza patrones de conducta y creencias sociales que perviven al margen de la evolución actual del proceso de individuación e identidad femenina.

Este desarrollo complejo y profundo ha propiciado la interiorización de un aspecto sustancial en la conciencia social de la mujer: el cambio de estereotipos educativo-culturales. Por eso, se busca actualmente trastocar el contexto y la construcción de actitudes, moldes y creencias que van proyectando una imagen femenina más ligada al contexto social actual. Alterando, además, al propio contexto socializador, transformando roles, responsabilidades y derechos comunales, sociales e individuales femeninos, buscando también una representación distinta de las mujeres y su rol social en los medios de comunicación e industria del entretenimiento. (Vargas, 1991)

1.2.5.1. Mejorar la representación de la mujer

Para solucionar el problema de la representación o ausencia de ella de las mujeres en la sociedad, González (2015) propone relacionar lo definido en cuestión de roles sociales con lo antiético; romper las adscripciones ideológicas llevadas a cabo en las definiciones de la mujer y la feminidad. Sin embargo, advierte que la construcción de una identidad (auto) conformada exigirá crear y ofrecer nuevas imágenes y nuevos significados de lo femenino, a partir de las propias experiencias, y elaborar, de acuerdo con las vivencias y el intercambio entre mujeres, nuevos ideales que puedan contrarrestar el existente.

No obstante, la transformación de las representaciones de lo femenino exigirá un cambio también en la representación de la maternidad. Será preciso, entonces, la reapropiación femenina de la potencia generativa materna y la resignificación (valorización) social de la maternidad y que, a su vez, la mujer trascienda esta maternidad y reconstruya una imagen de sí que integre esa potencialidad, pero no quede anclada a ella como única significación propia. (González, 2015, p.187)

La autora advierte que el proceso de reconstrucción de la feminidad encontrará resistencias masculinas, por el evidente cuestionamiento de toda una visión de la realidad,

que partía de una autopercepción como sujeto superior, para acomodarse a una nueva situación que dé cabida a la diversidad, multiplicidad, al límite de todos y todas. “Será necesario que lleve a cabo un redimensionamiento y que reconozca la carencia que está en él, para poder aceptar todo lo que ha negado y expulsado de sí mismo. Solamente esa concienciación impedirá su repudiación a la feminidad” (p. 189).

Ravazzola (1989) resalta que muchas mujeres presentan enormes resistencias a una transformación del estatus quo; pues ello les supone trasgredir normas interiorizadas, generándoles un sentimiento de inadecuación y de “maldad”, con la consiguiente culpabilidad. Presentan temores frente a la posible pérdida de aceptación o amor, frente a las incertezas, a las dificultades y conflictos de despejar nuevos modelos, nuevas identidades. Sobre todo, si habían logrado adecuarse al ya existente. Advierte que únicamente la revalorización (simbolización en lo positivo) de la feminidad y la representación equitativa del límite que compete a todos y todas podría transformar una construcción tan peculiar de las identidades masculinas y femeninas.

Por esto, González (2015) afirma que nuevas imágenes, nuevos significantes que solo podrán tener existencia visible si las mujeres continúan cambiando también su lugar en el mundo, si continúan en la búsqueda de una identidad como mujer que no se identifique exclusivamente con ser la Madre. Solo así se producirá una integración entre la responsabilidad hacia los otros y la responsabilidad hacía sí mismos, la realización de las propias necesidades, deseos y aspiraciones, y solo así podrá hablarse de la existencia y relación en reciprocidad, de dos sujetos, sexuados, es decir, por definición incompletos.

1.3. El lenguaje como instrumento de la ideología e identidades

1.3.1. Discusión de lenguaje en la formación del pensamiento

La relación existente entre el pensamiento y el lenguaje es un tema ampliamente debatido. Por un lado, están aquellos que afirman que el pensamiento es previo al lenguaje, y que este solo se subordina a él en calidad de instrumento. Por otro lado, están aquellos que señalan la identidad del pensamiento con el lenguaje; donde el pensamiento no sería otra cosa que lenguaje sin movimiento muscular de la boca. En este sentido, se refiere a pensamiento como la actividad discursiva de este, el proceso de raciocinio, no a las emociones o estados de ánimo (Azcoaga, 1979).

Iván Ríos (2009), en su artículo *El lenguaje: herramienta de reconstrucción del pensamiento*, defiende que el lenguaje ha transformado la conciencia humana porque permite el desarrollo de nuevas formas de pensamiento y la adquisición de conocimientos y presenta tres conceptos que se han desarrollado de este:

- a) El lenguaje puede interpretarse como un sistema compuesto por unidades (signos lingüísticos); b) La adquisición y uso de un lenguaje por parte de los organismos posibilita en estas formas peculiares y específicas de relación y de acción sobre el medio social; c) El lenguaje da lugar a formas concretas de conducta, lo que permite su interpretación o tipo de comportamiento. (Ríos, 2009, p.34)

Pensamiento y lenguaje (1987) constituye, sin lugar a duda, la obra donde el psicólogo ruso Lev Vygotsky expuso con mayor claridad y profundidad su visión sobre la relación entre cognición y lenguaje. Vygotsky propuso que la conciencia humana es un aspecto de nuestra forma de vivir en el mundo. Además, la conciencia se desarrolla y en este proceso el descubrimiento y adquisición del lenguaje desempeñan un papel central. Vygotsky describe cómo el habla se convierte en “interior”, y cómo al hacerlo proporciona una nueva forma de pensar para el niño. Este “pensamiento verbal” equivale a que el niño domine los medios sociales de pensar. El autor no escribe sobre el significado objetivo de las palabras, sino sobre el “sentido” personal, motivado y relacionado con la acción que una palabra tiene cuando alguien lo habla. Las palabras tienen un papel destacado tanto en el desarrollo del pensamiento como en el desarrollo histórico de la conciencia en su totalidad y considera la socialización como la estructura fundamental de la formación lingüística.

Ramírez (1987) advierte que Vygotsky lleva su pensamiento hacia una visión constructivista del conocimiento, en la que se advierte una relación dialéctica y no una mera relación causal, entre el entorno histórico y cultural y el individuo. Una relación dinámica, que acompaña al ser social durante su existencia, período en el que se depuran los procesos cognitivos. Podríamos decir que es la formación social de la mente, la cual estará enmarcada por las experiencias adquiridas desde la niñez. Ramírez sostiene que el individuo desarrolla aquellos mecanismos mentales que le permiten entender y relacionarse con el ambiente social y cultural, según los postulados de Vygotsky. Para que la interacción (ambiente-individuo) se produzca es necesario un proceso de

mediación a través de instrumentos de comunicación como la lengua, los símbolos y otras extensiones comunicativas de una sociedad con el individuo.

1.3.2. Pragmatismo lingüístico

La pragmática es una sección de la lingüística que estudia el lenguaje en relación con sus usuarios, la manera en la que lo utilizan y las circunstancias de la comunicación. Victoria Escandell (1993) la define como el estudio de los principios que regulan el lenguaje en la comunicación; es decir, “las condiciones que determinan el empleo de enunciados concretos emitidos por hablantes concretos en situaciones comunicativas concretas, y su interpretación por parte de los destinatarios” (p. 12).

Gallardo (2008) afirma que la pragmática toma en consideración los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje, precisamente aquellos factores a los que no puede hacer referencia un estudio puramente gramatical; nociones como las de emisor, destinatario, intención comunicativa, contexto verbal, situación o conocimiento del mundo. La distancia que existe entre lo que literalmente se dice y lo que realmente se quiere decir, la adecuación de las secuencias gramaticales al contexto y a la situación, o a la asignación correcta de referente como paso previo a la comprensión total de los enunciados, son tres fenómenos que también escapan a una caracterización precisa en términos estrictamente gramaticales.

La pragmática asegura que existen circunstancias en las que puede comunicarse más de lo que se dice; pues en la comunicación las frases pueden adquirir contenidos significativos que no se encuentran directamente en el significado literal de las palabras que la componen, sino que dependen de los datos que aporta la situación comunicativa en que dichas frases son pronunciadas (Escandell, 1993).

De este modo, quedan puestos de relieve dos hechos fundamentales: existe una parte del significado que logramos comunicar que no es reductible al modelo de un código que empareja convencionalmente significantes y significados; y que para caracterizar adecuadamente dicho significado hay que tomar en consideración los factores que configuran la situación en que las frases son emitidas. Una parte muy importante de lo que se comunica depende directamente de la situación (Escandell, 1993).

1.3.2.1. Componentes de la pragmática

Para Escandell (1993) el emisor es el que produce intencionalmente una expresión lingüística. No se refiere a un mero codificador o transmisor mecánico de información, sino a un sujeto real, con sus conocimientos, creencias y actitudes, capaz de establecer toda una red de diferentes relaciones con su entorno. Un emisor es un hablante que está haciendo uso de la palabra en un determinado momento, y lo es solo cuando emite su mensaje. Mientras que la condición de hablante es de carácter abstracto, y usualmente no se pierde nunca, la de emisor es mucho más concreta y está en función de una situación y un tiempo precisos. Stojanovic (2008) sostiene que con “emisor” no nos referimos a una categoría absoluta, sino a una posición determinada por las circunstancias. En la comunicación en forma de diálogo, los interlocutores están constantemente cambiando sus papeles, de modo que el emisor pasa a ser destinatario y viceversa.

El destinatario es la persona o personas a las que el emisor dirige su enunciado y con la que normalmente suele intercambiar su papel en la comunicación de tipo dialogante. La palabra destinatario solo se refiere a sujetos, y no a simples mecanismos de descodificación. Se contrapone a oyente de la manera en que oyente es todo aquel que tiene la capacidad abstracta de comprender un determinado código lingüístico; el destinatario es la persona a la que se ha dirigido un mensaje. Por lo tanto, la intencionalidad se convierte también en una nota distintiva. No puede considerarse destinatario a un receptor cualquiera, o a un oyente ocasional. El destinatario es siempre el receptor elegido por el emisor. Además, el mensaje está construido específicamente para él (Escandell, 1993).

Gallardo (2008) menciona al enunciado como el componente principal de la gramática, ya que es la expresión lingüística que produce el emisor y sobre la que se sostiene cualquier estudio relacional. Este término se utiliza para hacer referencia a un mensaje construido según un código lingüístico. Sus límites están fijados por la propia dinámica del discurso: cada una de las intervenciones de un emisor es un enunciado; dicho de otro modo, su extensión es paralela a su condición de emisor. El enunciado está, por tanto, enmarcado entre dos pausas, y delimitado por el posible cambio de emisor. No hay límites gramaticales a la noción de “enunciado”. Es una secuencia lingüística concreta realizada por un emisor en una situación comunicativa y su interpretación depende de su contenido semántico y de sus condiciones de emisión.

Gallardo (2008), además, sostiene que el contexto físico es un factor “material”, externo y descriptible objetivamente. El resto de los contextos corresponden, en realidad, a las conceptualizaciones del mundo hechas por los hablantes, y determinadas empírica, social o culturalmente y son tipos especiales de relaciones entre los sujetos que se comunican y todo lo demás que rodea el proceso comunicativo.

Escandell (1993) también explica que incluso más significativos que los propios elementos son las relaciones que entre ellos se establecen. La información pragmática es el conjunto de conocimientos, creencias, supuestos, opiniones y sentimientos de un individuo en un momento cualquiera de la interacción verbal. Emisor y destinatario, en cuanto sujetos, poseen una serie de experiencias anteriores relativas al mundo, a los demás, a lo que les rodea. Existe, entonces, una interiorización de la realidad objetiva. Pero no se trata sólo de conocimientos; la información pragmática comprende “todo lo que constituye nuestro universo mental, desde lo más objetivo hasta las manías más personales” (p.25).

1.3.2.2. Significado e interpretación

Yule (1996) explica que el significado (o contenido semántico) es la información codificada de la expresión lingüística. Se trata, por tanto, de un significado determinado por las reglas internas del propio sistema lingüístico. Las lenguas (consideradas como códigos) establecen relaciones constantes entre representaciones fonológicas (los significantes) y representaciones semánticas (los significados). La interpretación, en cambio, pone ya en juego los mecanismos pragmáticos. Puede definirse como una función entre el significado codificado en la expresión lingüística utilizada, de un lado, y la información pragmática con que cuenta el destinatario (con todos sus conocimientos, creencias, hipótesis sobre su interlocutor, etc.), del otro.

Puesto que una misma secuencia lingüística puede utilizarse con propósitos discursivos distintos. La tarea del destinatario consiste, pues, en intentar reconstruir en cada caso la intención comunicativa del emisor de acuerdo con los datos que le proporciona su información pragmática. Para ello, evalúa el contexto verbal y no verbal del intercambio comunicativo, buscando la información suplementaria que necesite para poder inferir un mensaje adecuado al propósito común de la comunicación (Yule, 1996).

La pragmática es el estudio de la relación entre las formas lingüísticas y los usuarios de esas formas. Con la pragmática podemos hablar de metas discursivas, intención comunicativa, suposiciones, propósitos y los tipos de acciones. El estudio de la pragmática analiza cómo las personas forman un sentido del otro lingüísticamente (Haverkate, 1994).

1.3.3. Género en la lingüística pragmática

Jennifer Coates (1993) afirma que la atención de los sociolingüistas hacia las diferencias del uso del lenguaje según el género del usuario es relativamente reciente. Para este hecho, existen algunas razones, una de ellas es la posición social de las mujeres. Coates asegura que la sociedad occidental tiene una historia de desarrollo en la que el hombre es la norma y esto puede ayudarnos a explicar el androcentrismo dentro de los estudios lingüísticos anteriores. Explica que “hombre” y “persona” a menudo son conceptos intercambiables, pues los hombres fueron vistos automáticamente como en el corazón de la sociedad, en contraste con las mujeres que eran seres periféricos o incluso invisibles. Los informantes, el universo de estudio de los principales estudios lingüísticos del siglo pasado, fueron exclusivamente hombres. Incluso en aquellos estudios en los que se trataba de resaltar la diversidad, ya fuera étnica o de estatus social, dicha diversidad difícilmente abordaba el género (Coates, 1993).

Existen diferentes perspectivas de acercamiento hacia los estudios de lenguaje en relación con el género. Estos pueden ser etiquetados desde la perspectiva del “déficit”, la perspectiva de la “dominancia”, la perspectiva de la “diferencia” y la perspectiva “dinámica” o “construccionista social” (Coates, 1993)

La perspectiva del déficit asegura que existe una manera propia de hablar de las mujeres, que está caracterizada por mitigadores lingüísticos para suavizar el impacto de un enunciado, el uso de adjetivos “vacíos” como: encantador, divino, bonito, etc., además de hablar con una entonación exagerada que sería intercambiable con la forma de fuente itálica en el lenguaje escrito. Esta perspectiva ha recibido muchas críticas debido a que posee una implicación de que existe algo defectuoso con la manera de hablar de las mujeres y que ellas deberían aprender a hablar parecido a los hombres si es que quieren ser tomadas en serio en un entorno profesional o social (Mulac y Lundell, 1986).

El segundo acercamiento, el de la perspectiva de la dominación, mira a las mujeres como un grupo reprimido e interpreta las diferencias lingüísticas en el habla de hombres y mujeres en términos de dominación y subordinación. Los investigadores que centran sus estudios en torno a este modelo pretenden demostrar cómo la dominación masculina se refuerza mediante la práctica del lenguaje (Mulac y Lundell, 1986).

El tercer acercamiento, la perspectiva diferencial, hace énfasis en la idea de que los hombres y las mujeres pertenecen a subculturas distintas y sostienen que la “invisibilidad” de las mujeres en el pasado se deriva de una fusión entre “cultura” y “cultura masculina”. Luego, las mujeres empezamos a explorar la posibilidad de tener una “voz distinta”, una psicología distinta, una experiencia distinta del amor, trabajo y la familia que la que tienen los hombres (cita de Humm, en Coates, 1993).

La ventaja de esta perspectiva es que permite examinar el habla de las mujeres fuera de un marco de opresión o falta de poder. Incluso los investigadores de esta perspectiva han logrado demostrar la fuerza que poseen las estrategias lingüísticas características de las mujeres y celebrar esa manera de hablar. Sin embargo, Coates advierte que, al usar esta perspectiva, se ignoran las desventajas que las mujeres han sufrido y sufren actualmente en las estructuras sociales y que no se puede obviar las relaciones de poder entre los hablantes, ya que forman parte del contexto en el que se realiza la comunicación y evidentemente, según la teoría pragmática, va a tener un peso primordial en lo que se comunica y en lo que se dice.

En la cuarta perspectiva dinámica, el género es tomado como un constructo social en lugar de una categoría social asignada. West y Zimmerman (1987) sostienen que los emisores deberían ser considerados como personas que están ejecutando un género (*doing gender*), en lugar de ser de un género específico. Los investigadores de esta perspectiva sugieren intercambiar el género de un individuo de ser un sustantivo a ser un verbo, debido a su flexibilidad y el dinamismo que puede alcanzar en los nuevos movimientos sociales (Coates, 1993).

1.3.3.1. Competencia comunicativa en hombres y mujeres

Según Coates (1993), el concepto de competencia comunicativa fue utilizado por primera vez por Dell Hymes, en 1972, y predica que es esencial la incorporación de factores sociales y culturales a la descripción lingüística y es la manera en que una persona es

capaz o incapaz de formar oraciones con sentido y utilizar signos sociales dentro de su proceso comunicativo para entregar un enunciado de manera efectiva y apropiada. Coates afirma que un niño no solo internaliza un conjunto de reglas que le permitan producir oraciones gramaticalmente correctas, pero además de esta gramática, también adquiere un sentido de idoneidad que le permite ir más allá de una competencia lingüística hacia una competencia comunicativa, indispensable para su vida y desarrollo social, mediante la cual razona cuándo hablar o mantenerse callado y sobre qué o cómo hablar, según las diferentes circunstancias.

La autora además sostiene que existen diferencias entre las competencias comunicativas de mujeres y hombres. La mayor diferencia radica en lo que cada uno de estos géneros advierte como “apropiados” para ellos. Una manera de analizar las diferentes manifestaciones de estas competencias es prestando atención a la toma de turnos, en la forma en que respetan o irrespetan la forma en que el emisor o el destinatario quieren ser percibidos (su “imagen”) y al dominio de la conversación. Muchas teorías afirman que la competencia comunicativa de mujeres u hombres está dictaminada por lo que la sociedad espera de ellos según su género, pues a través de esto los sujetos modelan también la manera en que quieren ser percibidos por el otro y tratan de proyectarlo a través de la manera en la que conversan, aseguran West y Zimmerman.

Nuestro conocimiento como miembros de una comunidad hablante en cómo dar o recibir un cumplido, cómo disculparse es parte de nuestra competencia comunicativa; sin embargo, varias investigaciones sostienen que las mujeres y los hombres desarrollan una competencia comunicativa distinta. En otras palabras, el comportamiento conversacional de hombres y mujeres difieren en el entendimiento de cómo se realiza un cumplido o una disculpa. Por lo tanto, muchos investigadores se refieren a cada patrón de entendimiento de la conversación como “estilos conversacionales”, según cada género (Coates, 1993).

1.3.3.2. Variables de conversación en relación con las mujeres

1.3.3.2.1. Silencio

El silencio se ha convertido en sinónimo con la obediencia. El modelo de la “mujer silenciosa” todavía es presentado como ideal para muchas niñas alrededor del mundo y es reforzado por el sistema educativo de países como Inglaterra, aseguran Mulac y Lundell (1986). Coates también advierte que la locuacidad que estereotípicamente es adjudicada a las mujeres no está comparada con aquella de los hombres, sino con el

silencio; por lo tanto, cualquier conversación en la que la mujer participe, puede ser “demasiado”.

La idea de que el “silencio” es el estado deseado para una mujer es apoyada por la teoría antropológica que discute que en cualquier sociedad existen dos modelos de expresión. Los que corresponden al grupo dominante quieren ser escuchados y es esperado de ellos que lo hagan mediante expresiones asertivas. Mientras que el grupo sin poder y, por lo tanto, enmudecido, tiene dificultad para ser escuchados y tiene que buscar maneras agresivas de lograrlo, afirman West y Zimmerman.

1.3.3.2.2. Respuestas mínimas

También llamados continuadores, señales de oyente o señales de atención son intervenciones que se refieren a una intervención ajena, y se pronuncian por lo general en solapamiento dentro de la conversación, algunos ejemplos pueden ser: “mmm”, “ya”, “ajá”, “sí”, “claro”. Estos elementos ratifican la distribución de papeles, o de reconocedores, que además dan la razón al hablante o demuestran al hablante que se le hace caso y se está prestando atención (Bravo y Briz, 2004).

Las investigaciones en el uso de estas respuestas mínimas son unánimes en mostrar que las mujeres las utilizan más que los hombres y que, además, las utilizan en momentos más apropiados; es decir, en momentos en la conversación que indican apoyo al enunciado. Algo que es importante destacar es que estas respuestas mínimas frecuentemente se ejecutan sobre el discurso del hablante, lo que provoca un solapamiento sutil, pero que, sin embargo, puede afectar el flujo de la conversación. No obstante, las mujeres demuestran una gran competencia comunicativa al insertarlas de una manera que no solape el discurso y tampoco lo interrumpa. Estos elementos son reconocidos como un sistema no principal, pero de apoyo en la conversación. Más adelante se discutirá la manera en que estos se relacionan con el habla masculina y la dominación de la conversación (Coates, 1993).

1.3.3.2.3. Mitigadores lingüísticos

El habla femenina es usualmente descrita como dubitativa o falta de asertividad y esta creencia está vinculada al mayor uso de mitigadores del lenguaje, los cuales pueden ser palabras, sonidos o construcciones lingüísticas utilizadas para atenuar el impacto de una emisión, debido a las restricciones en la interacción entre el hablante y el destinatario.

Algunos motivos para su uso son la cortesía, suavizar el golpe, evitar la aparición de alardeos, entre otros. Podría considerarse como una forma de eufemismo y su uso permite que la afirmación sea menos amenazante (Haverkate, 1994).

Las dudas y el desconocimiento fingidos (no sé), la impersonalización (por lo que dicen), el uso de un verbo de por sí atenuador (parece), el verbo de posibilidad y la forma temporal condicional (podría), que son los atenuantes, las tácticas verbales empleadas, estarían modificando, restando fuerza ilocutiva a la opinión y evitando así posibles tensiones (Havertake, 1994).

Robin Lakoff (como se cita en Coates, 1993) explica que el uso de estos mitigadores está relacionado con la falta de firmeza y sostiene que esto está relacionado con la enseñanza social de que las mujeres no deben mostrar demasiada firmeza o asertividad, ya que puede comunicarse como poco amable o poco femenino. Sin embargo, esta afirmación ha sido criticada debido a que no analiza todas las implicaciones y funciones que puede tener un mitigador, además que la afirmación se desprende de la visión androcéntrica de que su uso más frecuente es una desventaja.

Las coberturas son consideradas en lingüística como herramientas que permiten que el hablante indique su grado de confianza en una afirmación realizada. Se han realizado varios estudios en el idioma inglés que analizan la expresión “you know” (se traduce al español como: tú sabes / usted sabe) diferenciándolas de cuando expresan seguridad o confianza en el enunciado, versus a cuando expresan duda y, entonces, manifestarían la función tradicional de los mitigadores. Estas diferencias se clasifican de acuerdo con la entonación del emisor y el contexto de la situación comunicativa (Coates, 1993).

Sin embargo, es importante notar que los mitigadores pueden tener funciones distintas y que cualquier análisis del estilo conversacional de hombres y mujeres debe tener en cuenta esto. Cuando se discuten temas sensibles, los mitigadores se convierten en un preciado recurso para el emisor, porque atenúa la fuerza de lo que se dice y por lo tanto mantiene los principios de cooperación y cortesía y respeta la manera en que tanto el emisor y el receptor quieren ser socialmente percibidos (Haverkate, 1994).

Coates (1993) advierte que, al momento de dar órdenes o mandatos, las diferencias en los estilos conversacionales de hombres y mujeres salen a la luz; pues los primeros usualmente manifiestan una manera directa de emitirlos, mientras que las mujeres utilizan

formas lingüísticas que puedan suavizar estos mandatos con la intención de que sean recibidos de mejor manera con el destinatario, además de respetar la manera en la que esta persona quiere ser percibido o su imagen. Algunas de estas estrategias para mitigar una orden son las palabras como: podríamos, tal vez, intentemos; se utiliza el pronombre nosotros para acompañar la dirección. Por ejemplo, se puede utilizar “hagamos esto rápido”. También se hace uso de cualquier elemento que pueda lograr que la orden suene como una sugerencia.

Estos mitigadores o atenuantes lingüísticos son ampliamente utilizados en la cortesía de los hablantes de una lengua. La cortesía es la expresión de la intención de los oradores de mitigar las amenazas a la imagen propia y de la otra persona. Brown y Levinson (1978) definen a la cortesía como en términos del concepto de imagen. Respetar la imagen se define como mostrar consideración por los sentimientos de la otra persona y tener en cuenta la percepción que esta persona quiere proyectar y adecuarse a ella en la interacción. Mulac y Lundell (1986) aseguran que las mujeres son generalmente más corteses al momento de conversar, porque tienen impregnado en su imaginario el respeto hacia la imagen de la otra persona y de la misma manera, la preservación de su propia imagen positiva está ligada a un comportamiento cortés y que suavice los enunciados.

Holmes (como se cita en Coates, 1993) hace referencia a un proceso de esta cortesía al uso de diminutivos, por ser orientados a reflejar un significado más afectivo e interpersonal, algo que se sugiere característico del estilo de conversación de las mujeres. Coates defiende también que la sensibilidad superior que las mujeres muestran hacia las necesidades de la imagen de la persona con la que está conversando se diferencia de la función referencial y no afectiva, característica del estilo conversacional masculino tradicional.

Coates comenta que muchos investigadores ligados a la “perspectiva del déficit” del lenguaje analizan que el uso de estos mitigadores lingüísticos es lo que debilita el discurso general de las mujeres y lo que las detiene de tomar el poder y ser respetadas, dentro del contexto social y profesional, debido a la falta de asertividad y fuerza que demuestran con ello. Sin embargo, la autora debate que no se puede afirmar que el estilo conversacional femenino y, por ende, el uso más frecuente de mitigadores lingüísticos, sea una debilidad, ya que estas afirmaciones tendrían base en una visión del lenguaje en la que la afectividad

o la sensibilidad hacia la imagen y sentimientos del otro, durante una conversación, es débil o inefectiva y no existen pruebas concretas al respecto.

Coates afirma que, en algunos contextos, los mitigadores se han probado muy efectivos al momento de discutir temas sensibles. La autora discute especialmente ejemplos dentro de la medicina al momento de dar indicaciones a los pacientes y menciona varios estudios sobre profesionales de la salud, especialmente doctores y doctoras de varias especialidades, en las que se comprueba que la doctoras son percibidas de un estatus social menos elevado que sus contrapartes masculinas, que además son interrumpidas con más frecuencia por destinatarios masculinos, ya sean doctores o pacientes masculinos; pero que sus indicaciones son recibidas con mayor claridad y conciliación debido a estos factores atenuantes que disminuyen el impacto y buscan la colaboración.

1.3.3.2.4. Cumplidos

Coates (1993) comenta que varias investigaciones en Nueva Zelanda, Estados Unidos y Gran Bretaña sugieren que las mujeres reciben y dan más cumplidos que los hombres. Holmes (como se cita en Coates, 1993) analizó un cuerpo de 484 intercambios de cumplidos en Nueva Zelanda y encontró que el 51% de estos fueron dados de una mujer a otra, mientras solo el 9% fueron intercambiados entre dos hombres; 23,1% fueron dados de un hombre a una mujer y el 16.5% fueron dados de una mujer hacia un hombre.

Los cumplidos dados de una mujer a otra mujer difieren en tono y tema de aquellos dados por un hombre a otro hombre. Las mujeres tienden a hacerse y recibir cumplidos, tanto de hombres como de otras mujeres, sobre su apariencia. En contraste, los hombres prefieren recibir y dar cumplidos a otros hombres sobre habilidades o posesiones. Los hombres tienden a evitar hacerse cumplidos sobre su apariencia, porque su educación de la masculinidad les hace tener ser percibidos como homosexuales o femeninos (Coates, 1993). Las mujeres generalmente no tienen problema en dar o recibir cumplidos sobre la apariencia, aunque muchas prefieren no hacerlo. Sin embargo, no podemos olvidar que los cumplidos pueden ser un reforzamiento positivo hacia una actitud o cualidad y el hecho de que se elogie la belleza como una cualidad, refuerza la idea de que es algo más importante para las mujeres que otras cualidades como la inteligencia o diferentes habilidades y esto puede ocasionar que las niñas y las mujeres busquen activamente ser llamadas “bonitas” o felicitadas por su apariencia y sentirse inseguras si no lo consiguen.

1.3.3.2.5. Locuacidad

Existe la creencia de que las mujeres hablan más que los hombres; sin embargo, Coates (1993) advierte que este es un estereotipo que ha sido desafiado por varios estudios. Incluso, la dominación del piso o la palabra (mayor espacio para hablar) en una conversación entre dos personas de sexo diferente es usualmente masculina. Sin embargo, la persistencia del mito de la locuacidad de la mujer radica en las diferentes expectativas que demostramos para cada sexo. Mientras los hombres tienen el derecho de hablar, las mujeres son esperadas a permanecer silenciosas, por lo que cualquier manifiesto de conversación por parte de ellas es referenciado como verbosidad. Entre las diferencias de las expectativas y percepción de las habilidades conversacionales de hombres y mujeres.

1.3.3.3. Dominación de la conversación

LaFrance (1992) sostiene que algunas estrategias conversacionales pueden y suelen ser utilizadas para lograr la dominación sobre otros, en la interacción de una conversación. Investigaciones sobre conversaciones entre hombres y mujeres han arrojado resultados que revelan patrones asimétricos de dominación; los hombres ejecutan más las estrategias de dominación en la conversación. Las interrupciones son las estrategias lingüísticas más directas por las que se puede establecer la dominancia de un emisor en la conversación, puesto que interrumpir es privar a alguien de su derecho a hablar. Para entender esto con claridad, tenemos que revisar el sistema de turnos y las irregularidades en este sistema.

1.3.3.3.1. Turnos en la conversación

Para Schegloff (2000) en las actividades socialmente organizadas, la presencia de “turnos” sugiere una economía, con turnos como algo valioso y con medios para asignarlos, lo cual afecta su distribución relativa. En el análisis de la conversación, la toma de turnos es una manera de organizarla, donde los participantes hablan uno a la vez y alternándose entre ellos y describe el conjunto de prácticas que los oradores utilizan para construir y asignar turnos. En la práctica, implica procesos de contribución constructiva, respuestas a comentarios anteriores y transiciones a diferentes oradores. Los participantes de una conversación anticipan el final de un turno utilizando indicios sintácticos y semánticos.

Schegloff también afirma que la organización de turnos constituye un sistema de interacción social con propiedades específicas. Su estructura tiene tres componentes

principales. Primero tenemos un punto de transición relevante, el punto donde un emisor puede terminar y otro comenzar. En segundo lugar, existe una asignación de turnos, comprende técnicas que seleccionan al nuevo interlocutor; en la mayoría de casos, el interlocutor anterior selecciona al nuevo, pero también sucede que el nuevo interlocutor se selecciona a sí mismo. Tercero, tenemos un conjunto de reglas que buscan minimizar la pausa entre un interlocutor y otro, además de evitar solapamientos entre los diálogos de los locutores (West y Zimmerman, 1987).

Schegloff (2000) sostiene que las señales de que un turno ha terminado pueden ser visuales, prosódicas, entonaciones, etc. La habilidad de anticipar que un turno ha terminado usualmente significa un turno siguiente lo continuará con mínimas pausas. Las respuestas mínimas como “mmm” “ajá”, no se consideran un turno, sino una manera de indicar atención positiva hacia el enunciado. Otras formas de expresar atención y dar al receptor de un enunciado un rol activo en la conversación son algunas expresiones como: sonreír, asentir, hacer muecas, entre otras. Algunas irregularidades que pueden presentarse cuando el sistema de toma de turnos en una conversación no sigue su curso ideal, con un patrón suave y sutil de intercambio, son los solapamientos e interrupciones en la conversación (West y Zimmerman, 1987).

1.3.3.3.2. Solapamientos e interrupciones en la conversación

Para Schegloff (2000), los solapamientos son instantes de anticipación prematura a la finalización de un turno. En lugar de empezar a hablar inmediatamente después de que el primer orador finalice su enunciado, el segundo orador empieza su enunciado cerca del final del turno del primer orador, provocando un solapamiento en la última palabra del enunciado o parte de ella. Las interrupciones, por otro lado, son violaciones de las reglas de toma de turnos en las conversaciones. El siguiente orador comienza su enunciado, mientras el anterior continúa todavía con el suyo, en un punto en el que no es la última palabra de ese enunciado. Las interrupciones rompen con la simetría del modelo conversacional, pues el orador que realiza la interrupción previene al primer orador de terminar su turno y, al mismo tiempo, se concede un turno para sí mismo.

Según el estudio realizado por Zimmerman y West (1987), en el que se grabaron, analizaron y contabilizaron treinta y conversaciones espontáneas, entre dos locutores, en lugares públicos, (diez de estas conversaciones eran entre mujer y mujer, diez entre hombre y hombre y las diez restantes entre una mujer y un hombre), los hombres eran

mucho menos proclives a interrumpir a otro hombre, durante la conversación. Sin embargo, hacían muchas interrupciones cuando hablaban con mujeres. Con estos datos, los autores intentan demostrar la facilidad con la que se infringe en la mujer su derecho a hablar y a finalizar un turno en el piso de la conversación. Al contrario, el hecho de que las mujeres no utilicen solapamientos o interrupciones en sus conversaciones con hombres (mientras sí las usaban en sus conversaciones con mujeres) sugiere que ellas se preocupan por no violentar o interrumpir el turno de un hombre y cuidar la imagen de este.

Coates (1993) señala que el factor de que las mujeres se interrumpan y solapen con mayor frecuencia entre sí mismas que con sus contrapartes masculinas, no señala un habla competitiva, pero es otra manera de reforzar su habla cooperativa; pues estos solapamientos e interrupciones se hacen usualmente para apoyar lo que la persona está diciendo y tienen una función similar a los indicadores de atención activa. Carol Edelsky (como se cita en Coates, 1993) llama a este proceso la “palabra colaborativa” y determinaba como muchas interrupciones o solapamientos tenían la función de aceptar la contribución del emisor y emitir respuestas mínimas. Lo importante de este tipo de intervenciones es que las diferentes voces trabajan y apoyan en conjunto y entre sí, no en contra, para construir y negociar un significado. Las conversaciones informales de las mujeres presentan mucho este modelo cooperativo que trasgrede el sistema tradicional de turnos; no obstante, los estudios advierten que los hombres prefieren el modelo de toma de turnos de un orador a la vez.

De acuerdo con los apuntes de Zimmerman y West (1987), los oradores tienden a quedarse callados después de un solapamiento y especialmente después de haber sido interrumpidos. Dado que la mayoría de las interrupciones en su estudio fueron realizados por hombres, el orador que quedaba en silencio era, usualmente, una mujer. El silencio es normalmente visto como un funcionamiento defectuoso de la conversación: bajo condiciones ideales, los participantes intercambian turnos con pequeños o inexistentes espacios entre turnos. Zimmerman y West encontraron que el silencio promedio en una conversación entre dos personas del mismo sexo tenía una duración de 1.35 segundos, mientras que el silencio promedio entre locutores de distintos sexos duraba 3.21 segundos. Con estos datos, los autores pretendían demostrar el efecto que las interrupciones tienen sobre el locutor y la manera en que estas pueden ser percibidas como una demostración de dominación.

Los silencios en el estudio de Zimmerman y West (1987) eran un resultado no solo de interrupciones, sino también de respuestas mínimas retrasadas. En el estudio, encontraron que, en las conversaciones entre personas de distintos sexos, los hablantes masculinos normalmente retrasaban las respuestas mínimas. En otras palabras, decían “mmm” “yeah” en un punto apropiado, pero solo después de una pausa. Los autores interpretan que una respuesta mínima retrasada es utilizada para demostrar falta de atención o interés a lo que el locutor actual está comunicando. Tal como una respuesta mínima pertinentemente ubicada demuestra atención activa, interés y soporte a lo que enuncia el locutor, la misma respuesta mínima mal ubicada representa exactamente lo contrario hacia el enunciado o el locutor o el tema de la conversación en general.

El control sobre los temas en una conversación es usualmente compartido equitativamente entre los participantes de ella, especialmente entre conversaciones con dos locutores del mismo sexo. Sin embargo, cuando un hablante es masculino y el otro femenino, los masculinos tienden a dominar. LaFrance (1992) sostiene que el examinar variables de la conversación como locuacidad, interrupciones, solapamientos y respuestas mínimas, era una buena manera de predecir la demostración de dominación según el género. Los hablantes que eran hombres tendían a dominar la conversación, mientras que los hablantes mujeres usaban más respuestas mínimas y otros comportamientos lingüísticos de soporte. La autora concluye que los hombres usualmente manifiestan una dominancia asertiva de la conversación, basada en el poder y el control de los temas, mientras las mujeres preferían un estilo de interacción basado en la solidaridad y el apoyo.

Las mujeres tienden a poner más esfuerzo en mantener la conversación que los hombres, pero usualmente tienen menos éxito en lograrlo que sus contrapartes masculinas. Además, que tienen más dificultad en que sus temas propuestos de conversación sean aceptados y apoyados. Los hombres usualmente definen los patrones de cada conversación y las mujeres se adaptan a estos patrones impuestos.

CAPÍTULO 2

Disney: institución, cultura y representación en sus películas infantiles.

2.1. Compañía Disney

Con sede en Burbank, California, la Compañía Disney forma un vasto conglomerado internacional de medios. Fue fundada en 1923 por Walter Elias Disney, un personaje emblemático que se ha mantenido sinónimo de diversión, risa y magia para generaciones de niños y adultos (Bohas, 2016). La página web de la corporación Disney manifiesta que su misión es ser uno de los principales productores y proveedores de entretenimiento e información; con el uso de su portafolio de marcas para diferenciar contenido, servicios y productos de consumo, pretenden desarrollar las experiencias de entretenimiento más creativas, innovadoras y productos relacionados más rentables a nivel mundial (The Walt Disney Company, 2018).

The Walt Disney Company es el conglomerado de medios más grande del mundo y son los visionarios detrás de algunas de las marcas mejor posicionadas a nivel global. Actualmente esta corporación cuenta con varias redes de medios entre ellos: Disney Channel, ABC (American Broadcasting Company), Freeform y ESPN. También es dueña de varios estudios cinematográficos y de entretenimiento: The Walt Disney Studios, Walt Disney Animation Studios, Disney Music Group, Disney Theatrical Group, DisneyToon Studios, DisneyNature, Pixar Animation Studios, Marvel Studios y más recientemente, Lucas Films Ltd. Asimismo, cuenta con dos grandes servicios de streaming internacional: Bamtech Media y Disney Digital Network (The Walt Disney Company, 2018).

Su presencia y la de sus productos está vigente alrededor del mundo y sigue creciendo exponencialmente. Según el reporte financiero de The Walt Disney Company, correspondiente al año fiscal 2017, la compañía, junto a sus subsidiarias, cuenta con varios segmentos de negocios, diversificados alrededor de todo el globo: redes de medios, parques temáticos y centros turísticos, entretenimiento de estudio, productos de consumo y medios interactivos (The Walt Disney Company, 2017).

La compañía posee y opera el Walt Disney World Resort en Florida; el Disneyland Resort en California; Disneyland París; Aulani, un Disney Resort y Spa en Hawái; el Disney Vacation Club; la línea de cruceros de Disney y aventuras por Disney. La Compañía

administra y tiene una participación efectiva del 47% en Hong Kong Disneyland Resort y del 43% en Shanghai Disney Resort. También otorga licencias de propiedad intelectual a un tercero para operar el Tokyo Disney Resort en Japón (The Walt Disney Company, 2017).

Las operaciones de licencia de mercancía de la compañía cubren una amplia gama de categorías de productos, entre las más importantes se encuentran: juguetes, indumentaria, decoración, accesorios del hogar, papelería, productos de salud, cosméticos, alimentos, calzado y productos electrónicos. La compañía otorga licencias de los personajes de su película, televisión y otras propiedades para su uso en productos de terceros en estas categorías y obtienen regalías, que generalmente se basan en un porcentaje fijo del precio de venta mayorista o minorista del producto. Algunas de las figuras y productos principales de mayor venta con licencia de la Compañía incluyen: Mickey y Minnie Mouse, Star Wars, Frozen, las Princesas de Disney, personajes del canal televisivo Disney Channel, Cars, Spider-Man, Avengers, Winnie the Pooh, Buscando a Nemo, Dory y Disney Clásicos (The Walt Disney Company, 2017).

2.1.1. La dimensión institucional del fenómeno Disney

Incluso como un limitado estudio independiente, en la década de 1930, Disney formó una considerable burocracia. Si bien no excedió varias docenas de empleados al principio, alcanzó 200 una década más tarde y 1 200 personas en 1940, sesenta de los cuales estaban dedicados solo a efectos especiales. En otras palabras, los logros de Disney no fueron los logros de un solo hombre, no importa cuán brillante, sino de una organización compleja que alistaba a docenas, y finalmente miles de personas extremadamente talentosas. Detrás de la imagen ideal de la “relajada democracia *disneyana*” (p.30), la empresa, en su búsqueda de calidad y disciplina, pasó por un proceso continuo de burocratización (Watts, 1997).

En su libro *The Political Economy of Disney and the Cultural Capitalism of Hollywood* (2016), Alexander Bohas nos aclara que Disney y Hollywood son el referente de la manera clásica de hacer cine, el cual constituye una escuela estilística y un marco para la expresión cinematográfica internacional; un punto de partida referencial para casi cualquier cineasta. Su éxito económico y globalizado, desencadena en un reforzamiento de sus prácticas y formas de producción de entretenimiento.

La fórmula de Hollywood y Disney no se centra en la expresión artística, pero en los altos ingresos que cada producción puede significar para la compañía. Así, Bohas (2016) advierte que los sistemas de realización de los grandes estudios intentan limitar al máximo la libertad artística de un solo individuo; por ejemplo, el director de la película. La mayoría de los estudios grandes compran todos los aspectos de la producción: libros, guiones, ideas, temáticas, con total posesión de derechos de autor, para poder así, mantener el control durante todo el proceso de producción.

Steven Watts, en su libro *The Magic Kingdom Walt Disney and the American Way of Life* (1997), ya advierte que la postura antiartística de Hollywood alienta una verdadera acumulación de capital cinematográfico, ya que permite el control de la producción y una división estricta del trabajo creativo. La producción de animación exige disciplina y rigor de la fuerza de trabajo. En este sentido, la Compañía Disney aparece como un modelo de referencia y refuerza el establecimiento de estructuras jerárquicas y duraderas.

Así, el comportamiento de Hollywood induce patrones de comportamiento similares a los requeridos en la estructura económica, lo que implica una actitud antiartística. El liderazgo de Hollywood es cuádruple. Se basa en primer lugar en la concentración de la capacidad productiva; segundo, en capital financiero; en tercer lugar, sobre el capital humano; y, finalmente, sobre la preponderancia cultural, que da como resultado una polarización global alrededor de Hollywood con respecto al entretenimiento (Bonnell, 2001).

2.2. Disney como creador y acaparador de cultura

Para Bohas (2016) las vastas organizaciones de los principales estudios cinematográficos, sus capacidades de producción, distribución, sus productos, actividades y todo lo cual genera ingresos masivos, solo muestran un lado de esta acumulación. De hecho, existe, a la vez, una acumulación más importante de imágenes y narraciones en representaciones colectivas. Esto se debe a su exitosa disseminación por parte de las empresas y su adopción por parte de los consumidores-espectadores.

El capitalismo cultural es una economía basada en la acumulación y renovación de imágenes y narrativas a través de procesos creativos para promover y distribuir vastas gamas de productos y tipos de actividad. Los productos de marca son valorados porque transmiten una atracción emocional, cognitiva y cultural. Aunque históricamente se fundó

en películas, el capitalismo cultural se expandió más allá de los campos audiovisuales a lo largo del siglo XX (Watts, 1997). Su desarrollo se ha basado en el poder de sus narrativas y su difusión global. Al ser el único estudio aún independiente de otros conglomerados, la firma Disney es el más cercano a este tipo ideal. Sus éxitos artísticos y financieros han sido el resultado de una acumulación capitalista resultante de sus programas de producción y sus actividades relacionadas. Sus atracciones temáticas son completamente exitosas, mientras que el nombre y la marca de Disney disfrutan de un reconocimiento inigualable y duradero (Bohas, 2016).

Scott (2004) explica que los capitalistas culturales tienen el poder transnacional en una economía mundial que no respeta las fronteras oficiales. Su "geografía" corresponde al nivel de integración sociocultural de sus sistemas simbólicos en las sociedades. Difunden símbolos masivamente en las economías nacionales; pues los símbolos que promueven y el comportamiento que inspiran tienen un impacto considerable en las economías, los estilos de vida y las representaciones colectivas en muchos países en el extranjero.

A menudo imponen de manera más o menos implícitas referencias esenciales en la vida cotidiana de las personas. La supremacía global de las compañías de Hollywood se deriva de la profunda integración de sus marcas y símbolos en todo el mundo. Los capitalistas culturales se benefician del crecimiento rentable del entretenimiento, el cual combina prácticas sociales y consumo cultural, sincronizado con el estilo de vida moderno y una economía de mercado. Sin embargo, el capitalismo cultural pierde cíclicamente su atractivo simbólico debido a la incertidumbre de las producciones creativas y los cambios socioculturales. Su prosperidad parece vulnerable a los contextos sociales, culturales y económicos ya que las empresas tienen poco control sobre el éxito de sus creaciones o la respuesta del público a ellas (Giroux, 1994).

El cine de Hollywood logra mantener su atractivo mediante la contratación de estrellas de fama mundial, la creación de historias atractivas y la construcción de imaginarios poderosos. Al hacer esto, exporta el estilo de vida norteamericano. Desarrolla la fidelidad de su audiencia, garantizando secuelas a sus grandes éxitos, todo esto mientras escucha y atiende las preferencias de su público. En este contexto, Disney aparece como el epítome del predominio cultural de Hollywood al mantener sus etiquetas, imágenes y narraciones a lo largo de muchas generaciones y países (Watts, 1997).

2.2.1. Instrumentos del capitalismo cultural utilizados por Disney

En aras de promocionar y preservar la marca Disney, la organización ha creado una marca reguladora que hace seguimiento a todas las actividades de Disney en una escala global. Esta entidad se llama Walt Disney International y fue fundada en 1999, con sedes en Londres, Tokio y Buenos Aires. Su objeto es mantener la coherencia, así como generar sinergias; une a los altos directivos, encargados de mantener el valor de la marca, busca combinar la lógica global con los conocimientos específicos de ciertas culturas y por medio de esto, pretende garantizar los ingresos internacionales a largo plazo. La Compañía Disney revive, mantiene narrativas e imágenes a través de contenido, atracciones y mercancía altamente diversificados y de difusión mundial, ganando supremacía en las esferas culturales (Bohas, 2016).

Además, las extensas producciones de Disney ofrecen diferentes experiencias que se complementan entre sí. Adopta una visión diversificadora de experiencias de los consumidores propuestas por el entretenimiento de Disney. En términos de comunicaciones, se corresponde con una gestión de marketing integrado que tiene como objetivo entregar un mensaje coherente de canales cruzados. Para hacerlo, considera todos los puntos de contacto entre el cliente y la empresa a fin de mejorar la imagen corporativa, la identidad y la reputación (Bohas, 2016).

Disney ejecuta esto en cuatro categorías: en una primera categoría, las actividades temáticas de los parques hacen que los individuos participen en la narración, mientras difunden el conocimiento. Las personas viven durante varias horas, incluso durante varios días, en universos temáticos. Este tipo de actividad construye una experiencia interactiva con la narración, que solo requiere un nivel mínimo de conocimiento y los visitantes se entretienen tanto con las imágenes como con los sentimientos que experimentan. Los parques consisten en una mezcla de experiencias cinéticas, visuales, auditivas, táctiles y electrónicas que son indispensables para la célebre sinergia de Disney; la superposición de marketing, publicidad y contenido se ha convertido en la esencia misma de la rentabilidad de los medios. Los parques en sí mismos forman un nuevo tipo de medio de comunicación, parte de un proceso de producción cultural masiva (Bohas, 2016).

En la segunda categoría, el juguete tradicional requiere un conocimiento preliminar de las narraciones. De hecho, una diferenciación convincente proviene de una familiarización

anterior con las imágenes de Disney. Por ejemplo, con respecto a la franquicia *Cars* de Pixar, el juguete a control remoto de Rayo McQueen es de particular interés solo si el niño conoce la narración de antemano. Dichos productos representan la "colocación inversa del producto", donde los productos que antes solo estaban disponibles en un mundo virtual se crean para el mundo real. Con esto se refuerzan las conexiones a mundos virtuales, personajes de ficción con los consumidores-espectadores (Bohas, 2016).

La tercera categoría incluye películas, ficción televisiva, periódicos y obras teatrales, todas ellas didácticas ya que informan a las audiencias a través de contenido multimedia, pero el espectador o el lector no juegan un papel activo, no pueden generar retroalimentación instantánea y se produce un modelo de comunicación asimétrica en el que Disney es el único emisor hacia un destinatario anónimo y generalizado. Finalmente, la última categoría de productos ofrece poca actividad e información, pero simplemente apunta a las imágenes de Disney por sus gráficos, logotipos y símbolos. Este tipo se ha extendido a dominios como la industria del vestido y necesita de cierto conocimiento previo por parte del consumidor, pues es efectivo simplemente cuando la fidelización de marca o la relación con la narrativa ha sido previamente forjada (Bohas, 2016).

2.2.2. Narraciones Disney

De todas las narraciones, el cuento maravilloso ha sido el género omnipresente en la literatura para niños. "El cuento es el relato ficticio que permite la identificación de los miembros del auditorio con el protagonista, y está destinado a reconciliar al niño y al adolescente -es decir, los hombres y mujeres en su etapa formativa- con el mundo que los rodea" (Lluch, 2007, p. 75). También advierte que de todos los cuentos los que tienen una mayor presencia son los fantásticos. La gran variedad genérica de narraciones orales se redujo significativamente cuando pasaron al escrito y se redujo todavía más en el paso a la literatura para niños de manera que, en la actualidad, reproducimos aquellas que son más conocidas, más familiares y hemos cerrado la amplia muestra de cuentos populares a unas pocas narraciones que casi se han transformado en mitos.

Las narrativas nacidas desde la tradición oral del folclore de muchos pueblos, especialmente del folclore europeo, han sido la piscina temática de las historias de Disney por varias generaciones. Disney toma estas historias que ya son parte del dominio público y, por lo tanto, no son protegidos por leyes de patentes o propiedad intelectual y las

transforma y adapta al entorno contemporáneo para crear sus propios productos (Watts, 1997).

Es sorprendente ver a Disney triunfar con adaptaciones cinematográficas de fábulas maravillosas, pertenecientes al folclore de muchos pueblos y cómo los grandes narradores del cine más popular triunfan recurriendo a personajes omnipresentes en la narrativa oral. Todos utilizan esquemas universales que transportan al espectador a mundos ya vistos, vividos y que le reconfortan. (Lluch, 2007. p, 17).

2.2.2.1. Transcripción narrativa

Los pueblos han forjado sus identidades a través de historias, oralidades que se han compartido de generación en generación. Sin embargo, el acto de transcripción de estas narrativas a nuevas plataformas advierte Lluch (2007), es tanto un acto creativo como destructivo. Las historias que formaban parte de una cultura próxima entran a formar parte de una civilización que se ha desarrollado ajena a la anterior.

Las historias narradas eran diversas y contadas a públicos diferentes, pero cuando se vuelven de interés para aquellos que dominaban el alfabeto y se transcriben por ofrecerlas a un público letrado, se decide que muchas de estas narraciones no pueden pasar a la letra impresa. “En este caso, escritura y filtro ideológico funcionan como sinónimos” (Lluch, 2007, p.35). Lluch, advierte que, en general, con el paso al papel escrito, es una versión la que se formaliza y se transmite. Además, como se excluye al público que no sabía leer, se produce un cambio de clase social y un cambio de ideología, porque los numerosos oradores son sustituidos por escritores con cualidades compartidas: ser adultos, hombres y de una clase social determinada, diferente de la que las crea en la etapa oral.

No es extraño este fenómeno de cambios, reducción y de reconversión ideológica y es frecuente cuando la cultura escrita o académica se fija en estas narraciones. Dolors Llopart (como se cita en Lluch, 2007) caracteriza a la cultura europea como monolítica, homogénea, estandarizada y excluyente. No permite la presencia de otras formas de cultura, porque necesita mantenerse como la única cultura y para conseguir excluir estas culturas, utiliza tres mecanismos: el mecanismo de agresión, la fagocitosis y la censura. Un ejemplo del primero lo podemos hallar en la agresión económica del capitalismo que ha liquidado cualquier otro tipo de estructura económica. El segundo es un mecanismo

más sutil que consiste en la capacidad de una cultura dominante de absorber y asimilar los “contramodelos”. Por ejemplo, la cultura punk que en un inicio se plantea como una contracultura de clara oposición a la cultura dominante es asumida y asimilada hasta el punto de que inspira colecciones de alta costura. El tercer mecanismo, por su parte, consiste en silenciar, desprestigiar o ridiculizar otras formas culturales.

Cuando se transforman las narraciones de tradición en literatura para niños, desnudándolas de todo tipo de elementos subversivos y contrarios a las normas de conducta dominante que pudieran contener. Cuando cambia mensajes, reduce versiones y oculta protagonismos, aplica los mecanismos anteriormente descritos de exclusión y eliminación para adecuar las historias al sistema establecido y hegemónico (Lluch, 2007).

2.2.2.1.1. Transcripción narrativa de Disney

Disney utiliza argumentos que provienen de la tradición oral recogida fundamentalmente por Charles Perrault o los hermanos Grimm, versiones que ya son conocidas y llegan fácilmente a la familia. Conecta con los padres y con unos mundos conocidos y vividos por ellos, además de seguros. Sin embargo, los cambios que introduce son notables: fluidez narrativa con base en una serie de chistes, imágenes dulces, utilización de animales como personajes secundarios y la sustitución de algunas escenas de las versiones originales; por ejemplo, en la versión de Blancanieves, Disney utiliza un rayo divino para matar a la madrastra, mientras en la versión de los Grimm, se obligó a la bruja a calzar unos zapatos de hierro incandescentes y bailar con ellos hasta morir (Lacroix, 2004).

También podemos pensar en *La Bella Durmiente*, relato del cual hay diversas versiones orales que incluso dejan durmiendo al príncipe y es la princesa la que actúa para salvarlo, o en la escrita por Basile, donde la princesa es violada por el príncipe. Las múltiples versiones se redujeron a la de los hermanos Grimm, la más conocida, la que formaliza sus elementos, hasta que Disney propone la suya. De hecho, la literatura infantil actualmente reproduce mayoritariamente solo las versiones de Grimm y Disney (Lluch, 2007).

Como se comenta en la obra *Walt Disney, 100 años de magia* (Aguilar, 2001), las historias populares y la rica iconografía europea de los cuentos de hadas tradicionales eran una fuente de inspiración, un pozo temático que reunía las características adecuadas: héroes y heroínas interesantes, agresores malos y clásicos, argumentos emocionales y, sobre todo, conocidos y universales. Por ejemplo, Thomas (como se cita en Aguilar, 2001)

afirma que eligió Blancanieves y los siete enanitos porque encontró los ingredientes adecuados para hacer una historia: “héroes y heroínas, una mala persona de proporciones clásicas, unos enanos simpáticos y un argumento que podía tocar el corazón humano en cualquier sitio del mundo” (p. 130). De la misma manera, la elección de La Cenicienta estaba clara para Disney; John Hench (como se cita en Thomas, 1994), que trabajó en la elaboración de la película, la define como un argumento casi bíblico, cuya protagonista, de clase alta, ha sido reducida a la cocina y expulsada del paraíso, pero llega una compensación, un príncipe y un talismán, el zapato de cristal.

Lluch (2007) sostiene que en este caso la manipulación de Disney es evidente y de nuevo los motivos escogidos en su versión son los que han perdurado en el imaginario universal, de manera que hemos terminado asociando el nombre de Cenicienta con la vuelta a casa a las doce, el zapato de cristal y el hada madrina, a pesar de ser motivos de una sola versión, la de Perrault, y de no aparecer en ninguna otra.

Para Naomi Wood (1996), la manipulación de Disney va más allá, porque su versión organiza el conflicto alrededor de la rivalidad de la madrastra y la protagonista, con representaciones metafóricas del enfrentamiento entre mujeres en las peleas de las mascotas y haciendo a la madrastra más malévola y a las hermanastras más ineptas que en el resto de las versiones, incluso introduciendo escenas violentas. A pesar de las múltiples variaciones que el cuento ha presentado a lo largo de la historia, lo que nos ha llegado es la versión de un productor norteamericano que propone un mundo posible regido por un orden en el que la mujer debe volver a casa cuando se le indica y solo a través del amor de un hombre podrá encontrar felicidad (Wood, 1996).

2.3. La representación femenina de Disney

Con la primera generación de películas de las princesas de Disney, la manifestación y el establecimiento de varios arquetipos femeninos es claramente evidente. Estos arquetipos pueden definirse por varias propiedades similares, que pueden analizarse según sean atributos físicos o características personales. Tales arquetipos trabajan juntos de una manera intersubjetiva, para dar forma a la manera en que vemos diferentes tipos de mujeres, tanto en el ámbito de Disney como en el mundo real (Gunder, 2011).

Para Gunder (2011), los papeles arquetípicos en estas primeras películas de Princesas de Disney son los de la Princesa, la villana, la hada madrina y los personajes decorativos.

Las princesas incluyen a Blancanieves, Cenicienta, Aurora, Ariel, Belle y Jasmine. Las villanas incluyen a las malvadas madrastras y las malvadas brujas (que están incluidas porque existen como el personaje adulto femenino más prominente que tienen las princesas para admirar o en las que dependen). El hada madrina está presente en varias películas. Los personajes decorativos incluyen malas hermanastras y otros personajes femeninos.

Todas las princesas de Disney muestran la característica común de estar dotadas de belleza natural que las define como princesas. Esta ecuación simplista de belleza natural a nociones de bondad significa que las identidades y el valor de las princesas a menudo están determinadas por su belleza y atractivo sexual. La feminidad y la bondad se equipararán a la belleza, que luego se equiparará a ser la clave de la felicidad de la mujer. Un "felices para siempre" les viene con la misma facilidad y naturalidad que su belleza (Do Rozario, 2014).

El resultado es una especie de "motivo de concurso de belleza" (Do Rozario, 2014), en el que los bellos obtienen su recompensa, y los feos nunca encuentran la felicidad. Gunder (2011) explica que hay una implicación de que las mujeres que no se ajustan al estándar de belleza "natural" deberían aceptar su destino y no buscar activamente la belleza por temor a caer en la vanidad, una cualidad negativa asociada con la villanía en las películas. Otros rasgos típicos que las princesas poseen como la gracia, la domesticidad y una ingenuidad casi infantil se interpretan como características femeninas deseadas de amabilidad y pureza. Sin embargo, lo problemático de esta representación es que su ingenuidad, en particular, tiene el efecto de infantilizarlas mientras que el énfasis en su atractivo físico las sexualiza (Gunder, 2011).

Gunder también advierte que el atractivo sexual de las princesas es, por lo tanto, clave para establecer la premisa y la resolución del conflicto. Por ejemplo, Blancanieves y Cenicienta son maltratadas por sus madrastras celosas debido a su belleza, pero también son finalmente rescatadas de su situación por príncipes que se sienten atraídos hacia ellas por la misma razón. En el caso de Ariel, ella es literalmente silenciada cuando Úrsula toma su voz y le da solo tres días para que el Príncipe Eric se enamore de ella. Ariel pregunta cómo podrá hacer esto sin su voz, solo para que Úrsula le diga: "¡Tienes tu aspecto, tu cara bonita! ¡Y no subestimes la importancia del lenguaje corporal!".

Stover (2013) afirma que, debido a esta dependencia de su atractivo sexual, el autoempoderamiento se minimiza o se descuida, especialmente cuando las películas se comparan con los cuentos de hadas originales de los cuales se adaptan, donde las heroínas a menudo confían en su inteligencia para burlar a sus enemigos. En cambio, las princesas no muestran mucha iniciativa y son retratadas como típicas damiselas en apuros. Estar propensas a confiar y ser amables, incluso con extraños sospechosos, así como su papel relativamente pasivo en la determinación de sus propios destinos parece implicar que lo que es deseable en una mujer es un tierno corazón, así como una disposición a sufrir en silencio.

Blancanieves y la Princesa Aurora son víctimas de tramas infames que las sumergen en un sueño profundo y mortal, para luego ser despertados por un arquetípico salvador masculino, el Príncipe, que les da el "beso del amor verdadero ". Esto forma la impresión de que las mujeres son figuras impotentes que necesitan hombres para darles una nueva vida. Debemos tener en cuenta también el patrón de restricción de las princesas en la pubertad, la edad del autodescubrimiento y la creciente independencia. Por ejemplo, se revela explícitamente que Aurora y Ariel tienen dieciséis años en el momento en que se establecen las películas, y cuando son rescatados de sus respectivas dificultades, se casan con sus Príncipes. Al final, estas princesas de Disney transitan de una forma de cautiverio a otra sin tener muchas oportunidades de empoderarse (Stover, 2013).

En contraste, las villanas son a menudo retratadas como poco agradecidas o demasiado preocupadas por la vanidad, que luego se asocia con la codicia y la intención maliciosa. Esta cualidad se manifiesta en sus tramas para encarcelar o eliminar a las princesas, y así calmar sus celos. En Blancanieves y los siete enanitos, donde la reina está decidida a matar Blancanieves para que ella sola pueda ser la más bella en la tierra. En Cenicienta, la madrastra considera la belleza de Cenicienta como una amenaza a sus planes para el avance de sus propias hijas en la sociedad. Tengamos en cuenta también que las villanas fatales de Disney son las mujeres que realmente toman la iniciativa para empoderarse (Gunder, 2011).

Sin embargo, debido a su descripción como rencorosa, calculadora y fundamentalmente mala, el empoderamiento femenino se arroja bajo una luz negativa. El intelecto y la astucia en las mujeres se manifiesta, sobre todo, como la herramienta de la intrigante y manipuladora. Úrsula, a pesar de su malvada intención, todavía es una mujer fuerte: sabe

lo que quiere y lo consigue. Ella muestra una astucia política que le permite derrocar al Rey Tritón, la encarnación misma del patriarcado masculino en La Sirenita, pero finalmente es derrotado derrotada y asesinado asesinada por el Príncipe Eric. Evidentemente, la ambición es algo muy peligroso para las mujeres en el mundo de la Princesa Disney (Stover, 2013).

Como tal, esto refuerza aún más el cisma entre la dicotomía bella-es-buena y fea-es-malvada que retratan las películas de Princesa Disney. Estas categorías muy simplistas y ordenadas permiten a la audiencia identificar rápidamente quiénes son los héroes y villanos a través de una especie de mentalidad de "juzgar el libro por su portada" (Stover, 2013).

Finalmente, el tema más común que recorre todas las películas de las Princesas de Disney es el del amor. Específicamente, entrar en una relación romántica o casarse se presenta como el objetivo final de las princesas para alcanzar un "felices por siempre". Las mujeres eran las protagonistas solo en películas románticas y siempre terminaban casándose o unidas sentimentalmente (Stover, 2013). En un análisis de 2003 de veintiséis películas de Disney, el amor a primera vista fue un tema en dieciocho de ellas, con muy poca información sobre cómo se mantenían las relaciones románticas. Incluso cuando las heroínas como Bella y Ariel comienzan de forma independiente y libre de espíritu, eventualmente vuelven al sistema patriarcal cuando se enamoran. Esto no solo refuerza la normatividad heterosexual, también implica que una mujer, por fuerte que sea, solo está completa cuando encuentra y obtiene a su hombre (Gunder, 2011).

Las primeras princesas de Disney, Blancanieves, Cenicienta y Aurora, ponían más énfasis en los atributos físicos de las princesas que en el desarrollo del carácter. Sin embargo, a medida que el feminismo y los derechos de las mujeres ganaron mayor protagonismo, esta temprana gama de películas de las princesas Disney atrajo críticas y llevó a Disney a cambiar la forma en la que retrataban a sus personajes (Eisenhauer y Fought, 2016).

2.3.1. La princesa Disney moderna

Diversas influencias culturales y desarrollos sociales en términos de derechos femeninos juegan un papel importante en la formación de nuevos códigos morales y una nueva definición de feminidad como se ve en estas producciones posteriores de las princesas de Disney. Un nuevo sentido de autonomía se puede identificar en estas princesas modernas.

Es evidente que tienen más poder ya que pueden tomar sus propias decisiones, especialmente sobre su destino (Do Rozario, 2014).

Por ejemplo, en películas actuales como *Frozen*, *Brave* o *Moana*, ya no vemos una protagonista que busque el amor romántico e incluso, muchas veces ya no está siquiera ligado a la trama principal de la película. La sumisión y pasividad es confrontada y los estereotipos clásicos de género son desafiados por la fuerte actividad de las mujeres protagonistas y su propio y explícito enfrentamiento con su entorno, para darse un lugar, buscado y forjado por sí mismas, en el mundo en el que se desarrollan como personajes (Do Rozario, 2014).

Estas princesas también están facultadas con inteligencia y sabiduría, a diferencia de las princesas anteriores que carecen de desarrollo de carácter. Se puede decir que Disney está abordando los problemas del feminismo y lo hace dotando a las princesas de asertividad e inteligencia y con más voz. Evidentemente, con la aparición del empoderamiento femenino en la década de 1970, la representación de personajes femeninos subordinados, como se vio en las películas anteriores, ya no apela como el referente de la feminidad. Las princesas posteriores parecen representar las actitudes cambiantes de la sociedad hacia los roles de género, en particular, el empoderamiento de las mujeres (Gunder, 2011).

Las películas de Princesas de Disney, en su adaptación de los cuentos de hadas, han modificado drásticamente las historias originales. Estas alteraciones son elecciones deliberadas y conscientes que resaltan los llamados rasgos y valores femeninos "deseables". Con el análisis de la evolución de las Princesas de Disney a través del tiempo, es aparente que las ideologías de género retratadas en las películas también están en gran parte moldeadas por los valores sociales en el momento de la producción. En lugar de presentar los ideales originales de la feminidad, las series de las Princesa de Disney incluyen, reflejan y refuerzan los ideales de la femineidad socialmente reconocidos a lo largo de las diferentes épocas. La repetición de estos motivos en las películas establece ciertas expectativas narrativas que alimentan los conceptos normativos de la identidad femenina (Stover, 2013).

2.3.2. Diálogos de las princesas Disney

En un estudio cuantitativo sobre los patrones y frecuencia del diálogo en películas animadas de Disney y Pixar, realizado por las lingüistas Karen Eisenhauer y Carmen

Fought (2016), se observa una marcada tendencia a la dominación masculina del discurso. Para empezar, los personajes masculinos superan en número a los personajes femeninos y dominan el tiempo de conversación en ambos grupos de películas. En general, los personajes masculinos de las películas de Disney hablaban el 61% del total de palabras, y en las películas de Pixar hablaban un 76%. El análisis cuantitativo de cumplidos demostró que los personajes femeninos tenían más probabilidades de recibir un cumplido sobre su apariencia que sobre cualquier otro tema. Además, era más probable que fueran felicitados por su belleza que por sus habilidades (35% frente a 29%), mientras que para los personajes masculinos la tendencia se revirtió. En las películas de Pixar, los personajes masculinos recibieron solo un 7% de cumplidos en apariencia, con un 52% de habilidades.

Fought y Eisenhauer (2016) dividieron a las películas de Disney en tres grupos distintos. El primero es la etapa "Clásica", con una muestra de tres películas: Blancanieves (1937), Cenicienta (1950) y la Bella Durmiente (1959). El segundo grupo pertenece a la etapa del "Renacimiento" de las películas de Disney, con películas como: La Sirenita (1989), La Bella Durmiente (1991), Aladino (1992), Pocahontas (1995) y Mulan (1998). El tercer grupo corresponde a la etapa "New Age" de Disney, con filmes como: La Princesa y el Sapo (2009), Enredados (2010), Brave (2012) y Frozen (2013).

En las tres películas clásicas de princesas de Disney, las mujeres hablan tanto o más que los hombres. Blancanieves tiene aproximadamente 50-50, Cenicienta es 60-40. Y en La Bella Durmiente, las mujeres brindan el 71% del diálogo. Por el contrario, todas las películas de 1989 a 1999, la era del "Renacimiento" de Disney, están sorprendentemente dominadas por hombres. Los hombres hablan el 68 por ciento de las veces en La Sirenita. El 71 por ciento de las veces en La bella y la bestia; 90 por ciento del tiempo en Aladino; 76 por ciento del tiempo en Pocahontas y el 77 por ciento de las veces en Mulan. Parte del problema es que estas películas más nuevas están en su mayoría pobladas por hombres (Eisenhauer y Fought, 2016).

Además de la heroína, las películas ofrecen pocos ejemplos de mujeres poderosas, respetadas, útiles o cómicas. Fought (2016) comenta que usualmente hay una princesa aislada lidiando con el conflicto y la trama de la película, pero no hay mujeres haciendo otras cosas. Todo el mundo que está haciendo otra cosa, además de perseguir el anhelo romántico en la película, es un hombre. Eisenhauer (2016) lo considera un descuido, porque estamos tan entrenados para pensar que la norma es el hombre, entonces cuando

se quiere agregar un personaje de, por ejemplo, un comerciante o un guardia, este será hombre.

El compañero (*sidekick*) locuaz es otro buen ejemplo de un papel que va a los hombres por defecto. Este es un personaje básico en las películas más recientes de Disney, que, a menudo, obtiene algunas de las mejores líneas. Están Flounder, Sebastián, Lumiere, Cogsworth, Iago, Genio y Mushu, todos personajes masculinos. La Sra. Potts, la tetera de La Bella y la Bestia, es el único ejemplo de una compañera femenina y está ensombrecida por el resto del personal del castillo (Do Rozario, 2014).

Después de Mulan (1998), Disney se tomó una pausa de diez años antes de lanzar su próxima serie de películas de princesas. Estas películas más nuevas son mejores para dar líneas a hombres y mujeres por igual. En Enredados, las mujeres tienen el 52% de las líneas, y en Valiente, una película sobre una relación madre-hija, tenían el 74%. Sin embargo, Frozen rompe con esa tendencia. A pesar de ser una historia sobre dos princesas hermanas, los hombres reclaman el 59% de las líneas en esa película (Fought y Eisenhauer, 2016).

Es incompleto juzgar una película simplemente por el número de palabras que dicen las mujeres. Lo que dicen los personajes es igualmente importante. Hasta ahora, el análisis de Fought y Eisenhauer se ha centrado en los cumplidos. Han categorizado todos los elogios en cada película de princesas de Disney para ver cómo la forma en que se habla de las mujeres ha cambiado con el tiempo. Aquí es donde la tendencia es positiva. Con el tiempo, la proporción de cumplidos relacionados con la apariencia dirigidos a los personajes femeninos ha disminuido, y la proporción de elogios relacionados con los logros o habilidades ha aumentado. Las películas clásicas de princesas de Disney se centraron en el aspecto. Más de la mitad de los cumplidos que recibieron las mujeres, el 55%, tenían que ver con su apariencia, mientras que solo el 11% tenía que ver con sus habilidades o logros.

Gunder (2011) advierte que algunos psicólogos aconsejan a los padres que no feliciten a los niños, especialmente a las jóvenes, por su aspecto. Incluso los comentarios positivos pueden llevar a problemas de imagen corporal porque refuerzan la idea de que las apariencias son importantes. Las películas de princesas de la era del "Renacimiento", de los años noventa, tienen un mejor registro en este sentido. Alrededor del 38 % de los

cumplidos que se les da a las mujeres tienen que ver con su aspecto, mientras que casi una cuarta parte de los elogios tiene que ver con sus habilidades o actos. En el último lote de películas, *La princesa y el Sapo*, *Enredados*, *Valiente* y *Frozen*, el patrón finalmente se invierte. Por primera vez, es más probable que las mujeres sean elogiadas por sus habilidades o logros que por su apariencia. En promedio, en estas películas, el 40% de los elogios dirigidos a mujeres implican sus habilidades o logros, mientras que solo el 22% implica a su apariencia física (Fought y Eisenhauer, 2016).

Parte de esto puede tener que ver con las personas al frente de estas películas más recientes. *Frozen* y *Brave* fueron concebidos, escritos y dirigidos por mujeres o un equipo que incluía mujeres. Brenda Chapman (2012), quien creó *Brave*, dijo que ella específicamente quería aplastar el estereotipo de la película de princesas de Disney. Mérida fue creada específicamente para romper ese molde (Do Rozario, 2014).

2.4. Películas del análisis de la disertación

2.4.1. La Sirenita

2.4.1.1. Contexto social de la época

A causa del conflicto de la guerra de Vietnam (1959-1975), la oposición y el hecho de ser la única derrota militar de los Estados Unidos, creó un sentimiento de mala conciencia en el pueblo estadounidense ante una guerra considerada injusta. El síndrome dio paso a un movimiento pacifista y se prolongó hasta los años 1980, durante el mandato de Ronald Reagan. La guerra de Vietnam se convirtió en un icono, perdurado en la actualidad, de los grupos sociales y partidos de izquierda en gran parte del mundo. Estos movimientos pacifistas dieron pie a movilizaciones humanas de todo tipo que declaraban derechos de mujeres y minorías sexuales y étnicas (Healy, 2015).

Durante la década de los sesenta, se inicia una revolución sexual y las mujeres comienzan a mostrarse más fuertes frente a la sociedad y quieren disfrutar de su libertad. La aparición de la píldora anticonceptiva en estos años es un gran ejemplo de la manera en la que las mujeres comenzaban a tomar el control de sus vidas. Así, hacia finales de la década de los sesenta, gran parte de las reivindicaciones levantadas por nuestras precursoras se fueron alejando de la tradicional demanda de igualdad entre sexos y sus críticas se ampliaron a todos los aspectos de la vida: la cotidiana, la sexualidad, el mundo conyugal y familiar. Entonces las propuestas partían de situaciones concretas vividas también por

mujeres anónimas y sin voces protagónicas, atravesadas por constantes tensiones entre las incertidumbres y las adversidades. Aquellas militantes relacionadas a las formas clásicas del debate político se corrieron para dar paso a un enfoque de autonomía sexual que denunciaba vigorosamente el sexismo en la esfera de lo privado (Healy, 2015).

Ya las mujeres se comenzaban a revelar frente a la sociedad, la Sirenita, que es producida a finales de los años ochenta, muestra a su protagonista como una mujer más fuerte y segura de sí misma. Ariel es la primera que persigue sus ideales, conformados por ella misma y ya decide tomar acción y rebelarse (Lacroix, 2004).

2.4.1.2. Producción

La Sirenita es una película infantil de animación del año 1989, basada en el cuento del mismo nombre del escritor danés Hans Christian Andersen, producida por Walt Disney Pictures y dirigida por Ron Clements y John Musker. Al ser una película distintiva de la marca Disney, *La Sirenita* fue el primer éxito comercial después de la muerte de Walt Disney, en 1966, y la primera en una avalancha de películas animadas que daría pie a una nueva época dorada de la compañía. Su presupuesto fue de \$40 000 000 y su recaudación a nivel global fue de \$211 343 479 (Sells, 1995).

2.4.1.3. Sinopsis

El filme retrata la historia de una sirena adolescente, Ariel, quien aspira independencia y entrar al mundo de los humanos y que eventualmente desea el amor del príncipe Eric. Por medio de una bruja del océano, Úrsula, Ariel intercambia su voz por un cuerpo humano y acceso al mundo de Eric. El filme narra la matanza ritual del arquetipo del malvado personaje femenino y la unión matrimonial de la princesa y su príncipe. Incrustado con la narrativa clásica sobre la madurez de una adolescente, se trata de una historia contemporánea acerca de los costos, los placeres y los peligros del acceso de las mujeres al mundo humano (Sells, 1995).

2.4.1.4. Personajes femeninos y su rol en el filme

Ariel es adolescente, caucásica, su juventud y personalidad demuestran inocencia en su comportamiento tanto social como romántico. Es representada como delgada, hábil, valiente y con una hermosa voz. Visualmente está construida con los rasgos de una tersa piel blanca, una cabellera voluminosa, que usualmente aparece como punto focal de las

tomas, cintura reducida, pechos pequeños, muñecas delgadas, ojos grandes y facciones delicadas. Ariel viste como sirena y, cuando está en tierra firme, utiliza un vestido del período romántico occidental de finales de 1700 (Lacroix, 2004). Es representada como de voluntad fuerte y espíritu aventurero. Reconoce al mundo exterior como su única salida a la libertad. Su diligencia parece ser solo un vehículo para su adoctrinamiento, a cualquier costo o sacrificio, en el mundo de los demás, o la asimilación colonialista de ella, por parte de un príncipe. Sin embargo, a pesar de que Ariel es de una raza ficticia, no existe una relación explícita entre su etnia y su personalidad o decisiones, al igual que con todas las princesas caucásicas, sino que estas decisiones en la narrativa son atribuidas a sus idiosincrasias personales (Lacroix, 2004).

Aventurera e independiente como se la representa, Ariel es la primera de las princesas Disney que salva a su príncipe antes de ser salvada por él. Además, intenta escapar de los confines de su predestinación huyendo del palacio y encuentra la culminación de su aventura en una relación con un hombre (Sells, 1995).

La antagonista es la bruja del océano Úrsula. Como muchas villanas de Disney es una mujer madura, además tiene un cuerpo abombado y semejante al de un pulpo; sin embargo, Úrsula solo se dibuja con seis tentáculos, debido al presupuesto del estudio y la dificultad para coordinar en animación ocho tentáculos en constante movimiento. Su aspecto básico se basaba en el artista drag Divine (Tseëlon, 1995).

Úrsula es una villana muy oscura y siniestra, pero que tiene un gran sentido del humor. Es muy manipuladora y un gran poder de persuasión cuando intenta llegar a un acuerdo que la beneficie. A diferencia de muchos villanos de Disney, Úrsula tiene un marcado lado materno y pone a sus secuaces, las anguilas Flotsam y Jetsam, antes que a nada ni a nadie. Trata a las anguilas como niños y se refiere a ellas como “bebés”. Cuando Úrsula mata accidentalmente a las anguilas debido a Ariel, llora y se lleva todo su enojo y tristeza hacia Ariel e intenta matarla (Tseëlon, 1995).

2.4.2. Moana

2.4.2.1. Contexto social de la época

En noviembre de 2016, el mismo mes en el que se estrena Moana en EE. UU., el candidato republicano Donald Trump vence en las urnas y derrota a la candidata demócrata Hillary Clinton. Las elecciones presidenciales de EE.UU. han traído grandes debates sobre

género, ya que muchos consideran que el líder actual de esta potencia mundial tiene poco respeto hacia las mujeres, después de que se hicieran públicos numerosos escándalos sexuales y comentarios misóginos que el mandatario había emitido. Marc Bassets (2016) aclara que una gran parte de la opinión pública a nivel global lo percibe como un líder populista con un discurso xenófobo y antisistema. La llegada de Donald Trump a la Casa Blanca puede suponer una ruptura con algunas tradiciones democráticas de EE UU como es el respeto a las minorías y con la tranquila alternancia entre gobernantes que discrepaban de su visión del país (Bassets, 2016).

La corrección política o lo políticamente correcto es un concepto utilizado para describir lenguaje, ideas políticas o comportamientos con los que se procura minimizar la posibilidad de ofensa a grupos de personas pertenecientes a cierta etnia, cultura, nacionalidad, género o religión. Grupos liberales y usualmente a favor de lo “políticamente correcto” se han marcado en clara oposición al mandatario de EE UU, haciendo marchas y movilizaciones en contra de sus políticas y concepciones sobre las minorías y lo femenino. Apenas unos días después de las elecciones, diferentes grupos de mujeres se movilaron en las ciudades principales de este país para mostrar su descontento y resistencia (Lyman, 2016).

2.4.2.2. Producción

Moana es una película de animación de Walt Disney Animation Studios que se estrenó el 23 de noviembre de 2016 en Estados Unidos. La película recaudó \$50.352.674.875 en su primer fin de semana en Estados Unidos y \$17.177.794 en otros territorios para un total de \$73.809.195 mundialmente. Hasta el final de su tiempo en la taquilla, la película recaudó \$248.757.044 en la taquilla estadounidense y \$394.574.067 en la taquilla extranjera, recaudando así un total de \$643.331.111, lo que la sitúa en el puesto 114 de las películas más taquilleras de Estados Unidos. Es la duodécima película con la mayor recaudación del 2016. Además, es la quinta película más taquillera de los clásicos de Disney. Fue dirigida por Ron Clements y John Musker, el mismo dúo creativo que dirigió, en 1989, *La Sirenita* (García, 2016).

2.4.2.3. Sinopsis

La película cuenta la historia de Moana, la hija de un jefe de una aldea polinesia, quien es elegida por el océano para reunir una reliquia mística con una diosa. Cuando una plaga

golpea su isla, Moana zarpa en busca de Maui, un legendario semidiós, con la esperanza de devolverle el corazón a Te Fiti y salvar a su gente (Pierre, 2016).

La historia se inspira en parte en las historias orales del pueblo y las culturas de Oceanía. Hace 3000 años, los marinos polinesios, los mayores navegantes del mundo, surcaron las inmensidades del Océano Pacífico y descubrieron miles de islas. Pero después, durante todo un milenio, no hubo más viajes. Hay muchas teorías, pero nadie está seguro de lo que llevó a esa interrupción de 1000 años en las exploraciones. Y esta circunstancia intrigó a los realizadores. En la historia, Moana es la protagonista del renacimiento de la búsqueda de nuevas rutas. Durante su viaje, Moana se encuentra con el poderoso semidiós Maui, un personaje exuberante inspirado en multitud de cuentos y leyendas que circulaban sobre él en la región de Oceanía (García, 2016).

Maui, que está viviendo su propio viaje de autodescubrimiento, guía a regañadientes a Moana en su búsqueda por convertirse en una hábil exploradora y salvar a su pueblo. Juntos, surcan los mares en un periplo repleto de acción, donde se encuentran con enormes monstruos y obstáculos imposibles. Y por el camino, Moana descubre la única cosa que siempre ha buscado: su propia identidad (Campos, 2016).

2.4.2.4. Personajes femeninos y su rol en el filme

Moana es una chica de dieciséis años aventurera, tenaz y compasiva que lucha por encontrar su verdadero ser. Mientras su padre, el Jefe Tui, la presiona para que siga sus pasos y lidere su isla un día, Moana se siente atraída por el mar. La gente de su pueblo tiene prohibido ir más allá de la seguridad del arrecife, pero el océano abierto parece atraer a Moana. Moana tiene el rol predestinado de ser la jefa de la isla y termina siendo jefa de los navegantes, después de salvar a su isla de una plaga de alimentos (Pierre, 2016).

Moana es la protagonista que ya no se pregunta con qué príncipe se va a casar, sino que quiere hacer lo que nadie ha hecho, por la satisfacción de su propio ser; es una decisión tomada por ella misma. Moana no tiene príncipe y es un referente que demuestra que una mujer puede llegar tan lejos como se lo proponga. La historia de películas como Moana es, en realidad, la historia típica que se presenta en las películas de las princesas Disney: una fórmula que, con el paso del tiempo, ha ido conformando ese modelo de joven soñadora, inteligente y dispuesta a dominar sus miedos por el bien de los suyos y con el firme propósito de adueñarse de su destino. En el caso de Moana, solo falta en la receta

el prescindible interés romántico, sustituido aquí por la amistad que la joven protagonista entabla con Maui (Campos, 2016).

Sina, la madre de Moana, asume el papel de pacificadora mientras Moana se enfrenta con su padre. Una vez que Sina se da cuenta del peligroso, pero necesario viaje que su hija está a punto de emprender, la ayuda a empacar y no se interpone en su camino. Sina no tiene ningún rol fuera de ser una madre cariñosa y amorosa, tampoco tiene más motivaciones que sus hijos y su familia (Klash, 2017).

La abuela Tala, confidente y mejor amiga de Moana, comparte la conexión especial de su nieta con el océano. Aunque su hijo, el Jefe Tui, es un líder sensato, Tala definitivamente baila al ritmo de su propio tambor, como ella mismo lo expresa. Siente en su alma que el océano tiene grandes planes para Moana, pero que no revelará los secretos legendarios de sus antepasados hasta que llegue el momento (Pierre, 2016)

CAPÍTULO 3

Análisis de los elementos pragmalingüísticos de la conversación de los personajes femeninos en los guiones de las películas: La Sirenita y Moana

3.1. Método de análisis

Los estudios de lenguaje y género son, definitivamente, estudios interdisciplinarios que deben tomar en cuenta campos como la antropología, sociología, filología, lingüística, comunicación, psicología, entre otros. Existen varios estudios relevantes de la pragmática, que han podido arrojar conclusiones sobre estilos de conversación, variación e interacción, según el género. Muchos estudios de variación del lenguaje han tomado el método cuantitativo para sus investigaciones, mientras que las investigaciones sobre interacción han preferido una aproximación cualitativa a la vez que cuantitativa, haciendo énfasis en un acercamiento “contextualizado” sobre las relaciones y el espacio en el que se desarrolla el proceso comunicativo. En el siguiente análisis se utiliza tanto el método cuantitativo como el cualitativo para determinar la relación de los personajes femeninos con el lenguaje y si esta relación es similar o distinta al estilo conversacional propio de las mujeres, descrito en el primer capítulo de esta disertación.

Se ha tomado como referencia el método utilizado por Zimmerman y West (1978) para analizar los patrones de la conversación, mediante el análisis y conteo de las manifestaciones de ciertas variables de la lingüística pragmática que resulten pertinentes para delinear las maneras de hablar e interactuar de las mujeres. Se contarán formas del lenguaje como: mitigadores lingüísticos en órdenes y mandatos, toma de turnos, pausas, interrupciones, solapamientos, locuacidad, cumplidos, respuestas inadecuadas o retrasadas. Se interpretará cómo esta manera de hablar refleja el estilo conversacional que se espera de una mujer y cómo refuerza o desafía los estereotipos tradicionales de la feminidad en el diálogo. Para este análisis se estudia los guiones originales de ambas películas, en una forma previa a su última edición, antes de haber sido estrenadas y comercializadas en cines. Por lo tanto, es importante considerar que habrá diferencias con las películas animadas que podemos ver en la pantalla, ya que algunas escenas pueden ser eliminadas, modificadas o reducidas al momento del montaje final.

Para analizar las asimetrías de la interacción como un “estilo” diferencial debemos tener en cuenta que los emisores no hablan en el vacío, son parte de un contexto y tratan de

escoger lenguaje intencional que funcione en este. Su uso del lenguaje es situado y estratégico y aquello que funcione depende del estatus social de cada emisor y las relaciones de poder o cercanía que mantenga con su destinatario. Por eso, es importante tomar en cuenta el contexto de la conversación, antes de etiquetar ciertos aspectos como “manifestación de dominancia”; puesto que los mismos elementos del lenguaje pueden tener diferentes funciones estratégicas en contextos distintos. Por ejemplo, no todas las interrupciones pueden ser una manifestación de dominancia y no cada atenuante puede ser tomado como dubitativo o debilitador del discurso.

3.2. Análisis de la película *La Sirenita*

En 1989, cuando Disney lanzó *La Sirenita*, los críticos elogiaron a esta nueva heroína moderna. A diferencia de sus predecesores, "Ariel es un personaje femenino plenamente realizado que piensa y actúa de manera independiente, incluso rebelde", escribió Roger Ebert (como se cita en Do Rozario, 2014). El *New York Times* la llamó "una temeraria atrevida" (Aguilar, 2001). Sin embargo, el hecho de que el curso de acciones de la protagonista esté principalmente motivado por conseguir el amor y la aprobación de un hombre que no conoce, pero del que se siente enamorada, le ha ganado severas críticas recientes, desde una perspectiva feminista, que alegan que eso no es un verdadero empoderamiento, pues la protagonista solo intenta cumplir su destino a través de un hombre y pasa de la protección de una figura paterna a la de un esposo (Sells, 1995).

Esta película ha sido caracterizada como una historia sobre amor; un “felices para siempre”, que tiene como protagonista a una chica joven que quiere aventurarse a más experiencias. Ariel es una princesa que encuentra que la vida en el mar, debajo de la custodia severa de su padre, es como una prisión de la que tiene deseos de escapar y sentirse libre en un “mundo” distinto al suyo. Esta es una expresión positiva del proceso de desarrollo de todas las personas; un cambio dictaminado por darse cuenta de que se ha superado las circunstancias actuales (Sells, 1995). Sin embargo, vemos que ese proceso y esa aventura son dirigidos por un principal objetivo: conseguir el amor del príncipe. Representan este deseo como el factor que motivará a la protagonista a la acción para cumplir su propósito de salir de su mundo actual y encontrar su destino.

“What I would do to be part of your world” (se traduce como: lo que daría por ser parte de tu mundo) es el último verso de la canción icónica de Ariel, donde la princesa vocaliza su voluntad de sacrificar algo para obtener el amor de Eric. A medida que la película avanza, se vuelve claro que ella está dispuesta a llegar a extremos e incluso hace un pacto

con la bruja del océano, Úrsula, quien le quita su preciada voz, a cambio de darle un par de piernas humanas, para que pueda subir a la superficie y lograr que Eric se enamore de ella. Al principio, Ariel estaba seriamente contrariada por perder su voz, pero Úrsula la convence de acceder alegando que no necesita hablar si es bonita, como podemos ver en el siguiente extracto de la letra de una canción de la película, en su idioma original:

Ariel: But without my voice, how can I -

Úrsula: You have your looks, your pretty face.

And don't underestimate the importance of body language.

Ha, the men up there don't like a lot of blather

They think a girl who gossips is a bore.

They are not that impressed with conversation.

True gentleman avoids it when they can.

But they dote and they fawn

On a lady who's withdrawn.

They say, she who holds her tongue will get her man.

En su versión en español latino de la misma película, este extracto de la canción se dobla de la siguiente manera:

Ariel: Pero sin mi voz, ¿cómo...

Úrsula: Eso no importa, te ves muy bien.

No olvides que tan solo tu belleza es más que suficiente.

Ja, los hombres no te buscan si les hablas

no creo que los quieras aburrir.

Allá arriba es preferido que las damas no conversen,

a no ser que no te quieras divertir.

Verás que no logras nada conversando,

a menos que los pienses ahuyentar.

Admirada tú serás, si callada siempre estás.

sujeta bien tu lengua y triunfarás.

Esta letra es cantada por la villana de la película, por lo que sabemos que su mensaje es negativo. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que en la mente de un público joven es más complicado discernir lo que se interioriza como bueno o como negativo e indeseable. Cuando Ariel se da cuenta que volverse humana la restringirá de volver a su padre o a sus hermanas, la bruja del océano la persuade diciendo que eso no importa porque al final tendrá a su hombre y eso es lo más importante. Ariel se convence de ello y empieza el conflicto central de la película. A pesar, de las vicisitudes, el príncipe y Ariel se enamoran y se casan después de tres días de conocerse y un día después de que la princesa pueda hablar nuevamente. Su matrimonio es el símbolo del “felices para siempre” de la trama. Sin embargo, hay otros elementos menos explícitos que nos pueden mostrar cómo las maneras hegemónicas de ser femenino se desarrollan en esta película.

3.2.1. Locuacidad de los personajes

Porcentaje de diálogo según el género de los personajes	
Personajes femeninos	Personajes masculinos
32%	68%

Tabla 1: Porcentaje de diálogo según el género de los personajes en la película *La Sirenita*. (Ashman, Clements y Musker, 1989). Elaboración propia.

En relación con la locuacidad que pueden ejecutar los dos sexos, los hallazgos de la primera película apoyan las afirmaciones de varios lingüistas de que los hombres hablan más y en más contextos que las mujeres. Estos porcentajes confirman las críticas realizadas hacia Disney Animation Studios de que los hombres dominan el diálogo de las películas incluso cuando las protagonistas son mujeres. En películas como *La Sirenita*, esto sucede porque, aunque las mujeres son fundamentales para la trama, hay más personajes masculinos de apoyo involucrados en la conducción de la acción. En este filme podemos comprobar como el desglose del diálogo aún sesga a los hombres incluso en películas que han sido especialmente elogiadas por tener personajes femeninos fuertes en los papeles principales.

3.2.2. Mitigadores lingüísticos en órdenes

Comandos / órdenes	Personaje femenino	Personaje masculino
Reforzadas o directas	4	10
Mitigadas	5	2
Total	9	12

Tabla 2: Números de mitigadores lingüísticos al dar órdenes, según el género de los personajes. (Ashman et al., 1989). Elaboración propia

Los mitigadores son utilizados para respetar las necesidades y deseos de “imagen” de todos los participantes, para negociar temas sensibles y para alentar la participación de otros. Podemos ver que los personajes masculinos no los utilizan con frecuencia, porque muestran menos sensibilidad hacia esta “imagen” de la persona con la que interactúan. Los personajes masculinos que emiten estas órdenes en este filme están usualmente representados con poder y estatus elevado, como el Rey Tritón, el príncipe Eric y Sebastián, el guardián de la princesa y famoso director de orquesta del océano. El único personaje masculino que ejecuta comandos con mitigadores lingüísticos que los suavicen es Flounder, el *sidekick* o acompañante de la protagonista, Ariel. Este personaje está caracterizado por ser dubitativo y miedoso y no goza de prestigio o estatus alto.

En el caso de los personajes femeninos de este filme, la mayoría de las órdenes directas, que no utilizaban mitigadores lingüísticos, fueron hechas por Úrsula, la antagonista de la historia y una fue hecha por Ariel, mientras estaba furiosa con uno de sus acompañantes, a quien le solicitó que se vaya y la dejase sola para llorar. En cambio, la mayoría de los comandos con mitigadores lingüísticos los realiza Ariel hacia sus acompañantes, estos siempre están ejecutados de una manera afectiva y se presentan más como una sugerencia e incluso una pregunta, para atenuar la firmeza de una orden o un comando. Esto muestra la sensibilidad hacia la “imagen” de la persona con la que se interactúa.

Con estos datos, se puede reforzar la noción que Haverkate (1994) nos presentaba sobre los mitigadores lingüísticos como una señal del habla dubitativa o afectiva, característica del estilo conversacional que se ha descrito como “femenino”. Sin embargo, también puede resultar efectivo, como señalaba Coates (1993), en cuanto esta sensibilidad hacia la “imagen” del otro y el alentar su participación, logra que las órdenes sean mejor

recibidas. El estilo conversacional masculino prefiere las órdenes directas y cuando un orador femenino ejecuta una orden de esta manera, en esta película, es porque su personalidad es poco agradable como la de la bruja del océano, Úrsula, o porque debe estar muy irritada, como en el caso de Ariel cuando se enoja con su guardián.

Estas características del discurso constituyen un estilo de conversación identificable. Según la perspectiva de la deficiencia en el estilo conversacional de las mujeres, estas formas se asemejan a tomar una posición con falta de asertividad y de “no responsabilidad” por lo que se dice y la “no responsabilidad” es una forma aprendida de impotencia e indefensión. Podríamos dar cuenta de la adopción continua de las mujeres de estas formas señalando que a las niñas se les ha inculcado un sutil sentido de incompetencia y son desalentadas de ser audaces y, en cambio, son alentadas a ser dóciles, bien educadas y pasivas; son premiadas y por este comportamiento. Sin embargo, hay que señalar que no en todos los casos se puede hablar de estos mitigadores lingüísticos como una señal de debilidad o vacilación; pues puede ser también una estrategia para conseguir la colaboración de otros, sin amenazar su imagen.

3.2.3. Tema de los cumplidos

Recibidos por mujeres		Recibidos por hombres	
Relacionados con su apariencia	9	Relacionados con su apariencia	1
Relacionados con sus habilidades	4	Relacionados con sus habilidades	5
Relacionados con posesiones	0	Relacionados con posesiones	4
Total:	13	Total:	10

Tabla 3: Tema de los cumplidos. (Ashman et al., 1989). Elaboración propia.

La mayoría de los cumplidos que reciben los personajes masculinos de este filme fueron sobre sus habilidades y posesiones. No pasa lo mismo para los personajes femeninos. Ariel recibe varios cumplidos sobre su voz y su habilidad para cantar, pero la mayoría de los cumplidos que recibe son sobre su apariencia y lo hermosa que es. Además, cabe recalcar que quienes le hacen este tipo de cumplidos son hombres, especialmente el príncipe Eric y su mayordomo, Grimsby. Es innegable que uno de los principales atributos

de la protagonista es, entonces, su belleza y los personajes masculinos del filme no dudan en hacerlo saber y en convencerla que utilice esta característica para obtener lo que desea. Por ejemplo, su guardián Sebastián le dice que debe verse bien y actuar de manera coqueta para conseguir que el príncipe la bese en el paseo que realizarían la mañana siguiente. Este es el extracto del diálogo del guion original:

Sebastian: This has got to be, without a doubt, the single most humiliating day of my life. I hope you appreciate what I go through for you, young lady. Now - we got to make a plan to get that boy to kiss you. Tomorrow, when he takes you for that ride, you gotta look your best. You gotta bat your eyes -like this. You gotta pucker up your lips - like this...

El extracto anterior puede ser traducido al español de la siguiente manera:

Sebastián: Este debe ser, sin lugar a duda, el día más humillante de mi vida. Espero que aprecies lo que hago por ti, jovencita. Ahora- tenemos que hacer un plan para que ese chicho te bese. Mañana, cuando te lleve a ese paseo, tienes que verte lo mejor posible. Tienes que hacerle ojitos- así. Tienes que mostrar tus labios- así...

Elementos como este y los cumplidos sobre la apariencia física pueden apoyar la idea de que a las mujeres se les pone una presión mayor de ser bonitas, ya que esta característica es premiada constantemente por la sociedad, lo que provoca la idea de que una apariencia física atractiva es el mejor atributo que pueden poseer y creando frustración y el sentimiento de ser inadecuada en caso de su ausencia.

3.2.4. Irregularidades en la toma de turnos y la conversación

Conversaciones entre dos personajes del mismo género	Diálogo entre mujeres	Diálogo entre hombres	Total
Solapamientos	0	2	2
Interrupciones	3	7	8

Tabla 4: Irregularidades en la toma de turnos y la conversación. (Ashman et al., 1989). Elaboración propia.

Estos datos desafían la noción de que existen menos interrupciones en conversaciones entre dos oradores masculinos. Sin embargo, el contexto en el que se realizaron estas interrupciones era el de una persona con estatus elevado queriendo imponerse sobre alguien bajo su cuidado o con menos estatus. Por ejemplo, el rey Tritón, que quería mostrar su poder sobre los otros, interrumpía con frecuencia a sus locutores y buscaba ganar el piso de la conversación para sí mismo. Esto refleja un poco el estilo competitivo con el que se ha calificado a la forma de interactuar masculina.

En el filme, no existe mucho diálogo entre personajes femeninos, pues los únicos personajes recurrentes son Ariel y Úrsula y existe una sola escena de interacción con diálogo entre ellas. En ese contexto también podemos ver una relación de poder conflictiva. Úrsula tiene poder sobre Ariel y la interrumpe mientras habla. Pretende ganarse el piso de la conversación para producir un argumento opuesto a lo que la protagonista está diciendo. Esto difiere de la noción que Coates defendía de que, en las conversaciones entre mujeres, existen más solapamientos e interrupciones, pero que estas son para apoyar, defender o alentar lo que el emisor está diciendo. No obstante, Úrsula es la antagonista y esta manera de comportamiento y respuesta a la interacción es, por ende, representado como algo negativo.

Irregularidades en conversaciones entre géneros distintos	Orador masculino	Orador femenino	Total
Solapamientos	4	2	6
Interrupciones	10	3	13

Tabla 5: Irregularidades en conversaciones entre géneros distintos. (Ashman et al., 1989). Elaboración propia.

La mayoría de las interrupciones fueron ejecutadas por un destinatario masculino hacia un emisor femenino, sin importar el estatus social de los participantes. La mayoría de las interrupciones fueron hechas por el Rey Tritón a su hija y en un tono agresivo; estas sí son una muestra de dominación y autoridad, ya que él quería reprender a Ariel para que ella haga lo que él le solicitaba. Otras interrupciones fueron hechas desde el guardián de Ariel, Sebastián, y la gaviota, Scuttle, hacia Ariel, ambos poseían un estatus menor a la princesa y realizaban estas interrupciones para competir por el piso de la conversación.

Ariel, rara vez, interrumpe a alguno de sus emisores masculinos y este dato apoya la noción que presentaba Coates (1993) sobre el estilo de conversación femenina, que sostiene que las mujeres se preocupan por no amenazar la imagen de los hombres y su propia imagen, evitando verse como poco amable o grosera.

Al interrumpir el derecho a hablar o de completar el turno de la otra persona y al interrumpir con más frecuencia a las mujeres, los hombres les están negando su estatus de iguales como compañeras de conversación. Como ya habían mencionado Zimmerman y West (1987), podemos relacionar este comportamiento de interacción al grado de mayor poder que históricamente se ha dado a los hombres; pues otros contextos en los que ellos gozan de más poder y dominación van a ser reflejados en sus patrones de conversación con mujeres. Estos patrones de interrupción son asimétricos y dependen no solo del género, pero del estatus social. El efecto de la interrupción ha sido hallado y estudiado en diferentes contextos; sin embargo, como se mencionó anteriormente, un estatus alto no necesariamente protege a las mujeres de ser interrumpidas por sus contrapartes masculinas de estatus menor.

Irregularidades en conversaciones	Emisores mujeres	Emisores hombres
Sin respuesta	0	5
Respuesta retrasada	4	3
Respuesta inadecuada	0	9

Tabla 6: Irregularidades en conversaciones. (Ashman et al., 1989). Elaboración propia.

Como podemos ver, la mayoría de las irregularidades en la conversación, dentro del contexto de esta película, fueron ejecutadas por personajes masculinos. Estas se manifiestan cuando existe poco interés en el tema que el primer locutor ha expuesto o desacuerdo en una afirmación que se haya realizado. Con estos datos, podemos apoyar la noción de Coates (1993) que sostiene que las mujeres tienen un habla más colaborativa y que son las que intentan con mayor esfuerzo que la conversación fluya, teniendo, en la mayoría de las ocasiones, menos éxito en lograrlo que sus contrapartes masculinas.

Las mujeres dan más soporte conversacional que los hombres. Expresan con más recursos lingüísticos y paralingüísticos su interés en el tema de conversación de su compañero y hacen uso más frecuente de las respuestas mínimas como, en el caso de esta película, “yeah, right, mmmh”, que indican su compromiso, atención y involucramiento con la conversación. Este soporte y colaboración es lo esperado por parte de una destinataria femenina y cualquier otra reacción puede comprometer el flujo de la conversación y la imagen de ambos personajes. Esto puede responder a la noción de que las mujeres utilizan un lenguaje de afectividad, conexión e intimidad y tratan de comunicarse para crear lazos y relaciones, mientras que los hombres emplean y escuchan un lenguaje de estatus e independencia y priorizan comunicarse para “solucionar problemas”.

El apoyo y el esfuerzo por adecuarse a una conversación y continuarla es lo esperado del carácter femenino en la interacción de una conversación. Esto está relacionado al poder, en cuanto “tener el poder” es percibido como un logro humano situado en interacciones cotidianas y son estas mismas interacciones cotidianas en las que las relaciones jerárquicas entre hombres y mujeres se construyen y se mantienen. El estilo conversacional de los hombres, distinto al de las mujeres, prescribe que ellos tomen el poder de la conversación. Los hombres, históricamente, han gozado de un poder y estatus social más elevado que el de las mujeres y este se puede ver reflejado en ámbitos institucionales, educativos, familiares, sociales y proyectarse en las maneras en las que interactuamos con los otros y nuestro entorno. Entender los estilos de conversación de hombres y mujeres nos ayuda a dar sentido de cómo ese poder hegemónico de los hombres se sigue construyendo y perpetuando, a través del lenguaje.

LaFrance (1992) advierte que las mujeres usualmente utilizan estilos de conversación más cooperativos: intentan interrumpir menos, tolerar silencios más largos, no competir por el piso o palabra de la conversación, expresar aprobación y atención por lo que se está diciendo. Sin embargo, la autora también señala que, a pesar de que muchos estudios feministas sobre el lenguaje lo señalan como “natural” de las mujeres, la socialización de que estas sean características positivas puede crear en las mujeres la presión de comunicarse de esta manera y no todas las mujeres naturalmente se pueden adherir a esta manera cooperativa o afectiva de discurso y esta presión también afecta la manera en que ella ejecuta su género, sin dejar de sentirse inadecuada u hostil.

3.3. Análisis de *Moana*

Moana es una película perteneciente a la generación más reciente de princesas Disney. Vale recalcar que, como *Brave* y *Frozen*, esta película se estrenó después de que Disney recibiera varias críticas sobre los mensajes sexistas que transmitían en sus filmes antiguos: mujeres obsesionadas con la belleza física o que su única actividad era la limpieza, protagonistas constantemente elogiadas por su belleza, damiselas en apuros, esperando ser rescatadas o cumpliendo su destino gracias un príncipe, ideales de cuerpo poco realistas y sexualizados con prendas reveladoras, a pesar de la corta edad de cada protagonista, y la lista sigue.

Moana es un personaje femenino fuerte, que tiene la misión de salvar a su isla de y desafiar los deseos y enseñanzas de su padre, para encontrarse con su propio destino. Al igual que Ariel, Moana está insatisfecha con el lugar en el que se encuentra, quiere explorar más allá, salir de su “mundo” y no conformarse con el futuro que su entorno le dice que debe tener. Además, su padre también representa un obstáculo para que ella alcance lo que realmente quiere; sin embargo, a diferencia de Ariel, el motivo que obliga a Moana a desafiar los deseos de su padre y embarcarse en una aventura no es nada parecido a la promesa de amor de un príncipe, sino el salvar a su pueblo y a su isla.

Moana ha recibido buenas críticas por representar un tipo de cuerpo más realista que el de las princesas que habían sido retratadas antes de ella, además de dejar de lado, la indumentaria sexualizada, los roles de género estereotipados y los arcos de historia románticos como metáfora del cumplimiento de un destino. Moana es una historia de autoescubrimiento que no necesita de un príncipe que la salve a ella y que salve el día. Ella debe cumplir con una misión desafiante y Maui, el semidiós que ocasionó todo el conflicto, la ayuda a lograrlo, pero no la salva. En un punto de la historia, Moana puede ser una damisela en apuros, pero es una que se salva a sí misma y que, además, salva a todos; ella no solo es la protagonista de la historia, también es la heroína.

3.3.1. Locuacidad de los personajes

Porcentaje de diálogo según el género de los personajes	
Personajes femeninos	Personajes masculinos

62%	38%
-----	-----

Tabla 7: Porcentaje de diálogo según el género de los personajes. (Shurer, Clements y Musker, 2016). Elaboración propia.

Moana tiene un reparto muy equilibrado, de los cuatro personajes más importantes para la trama, dos son masculinos: Maui y el jefe Tui, y dos son femeninos: Moana y la abuela Tala. La mayoría de las interacciones de la película se dan a través de Moana, lo que le brinda un porcentaje de diálogo elevado a este personaje. La mayoría de las narraciones y explicaciones las realiza su abuela Tala, lo que les da a las mujeres de este filme, más porcentaje de diálogo que sus contrapartes masculinas. Resulta refrescante ver que Disney ha decidido darle tiempo de pantalla y líneas de diálogo a un personaje que se configura como un ejemplo positivo de fuerza y valor. Este filme es sobre Moana y a diferencia de películas anteriores a ella como *La Sirenita* o *La Bella Durmiente*, ahora Moana tiene algo importante que decir y le han dado el espacio para hacerlo.

3.3.2. Mitigadores lingüísticos en órdenes

Comandos / órdenes	Personaje femenino	Personaje masculino
Reforzadas o directas	7	9
Mitigadas	2	0
Total	9	9

Tabla 8: Mitigadores lingüísticos al dar órdenes. (Shurer, et al., 2016). Elaboración propia.

Moana ya no utiliza un estilo dubitativo al momento de dar órdenes y no le hace falta. Los únicos dos ejemplos del empleo de mitigadores lingüísticos para dar comandos es cuando ella busca la colaboración de seres o animales, que ya la escuchan y obedecen, Púa y Heihei, un cerdito y un pollo, son sus compañeros o *sidekicks*, que la acompañan en sus aventuras y por lo cuales Moana siente gran afecto. Cuando se encuentra con Maui, un soberbio semidiós que se rehúsa a ayudarla, ella emplea lenguaje más directo y no afectivo para negociar la interacción con este personaje. A pesar, de que Maui tiene el poder en su relación con Moana, ella utiliza lenguaje asertivo y directo, que no trata de sugerir, pero convencer.

No obstante, se debe tomar en cuenta que esta manera de comunicarse de la protagonista es efectiva en su contexto y según las relaciones de poder y cercanía que ella mantiene con los personajes que interactúa. Como se ha mencionado anteriormente, no existe una manera que pueda ser catalogada como “inadecuada” de hablar y si decimos que el mayor uso de mitigadores es ineficiente en el discurso, estamos cediendo a una visión androcéntrica que muestra la afectividad y la sensibilidad hacia la imagen de uno mismo o la otra persona como una debilidad y no existen pruebas que avalen esto como una desventaja. Incluso en muchos casos, como para discutir temas sensibles y puede ser más eficiente para lograr que la otra persona reciba el mensaje con más conformidad.

3.3.3. Tema de los cumplidos

Recibidos por mujeres		Recibidos por hombres	
Relacionados con su apariencia	0	Relacionados con su apariencia	1
Relacionados con sus habilidades	9	Relacionados con sus habilidades	5
Relacionados con posesiones	2	Relacionados con posesiones	1
Total:	11	Total:	6

Tabla 9: Tema de los cumplidos. (Shurer, et al., 2016). Elaboración propia.

En comparación a lo que los lingüistas han teorizado sobre los cumplidos, esta película refuerza la noción de que las mujeres reciben en general más cumplidos que los hombres. Sin embargo, desafía fuertemente la afirmación de que las mujeres reciben más cumplidos acerca de su apariencia. Los principales atributos de Moana son su perseverancia, valentía, inteligencia y audacia. Nadie comenta sobre su apariencia ni se muestra como un atributo importante para el desarrollo de la trama.

Este énfasis en las habilidades, el carácter y cualidades de la protagonista es una respuesta a las muchas críticas que las princesas de Disney habían recibido por solo ser un referente de belleza y sumisión. Los realizadores de esta película quieren traer más significados a un personaje que se configura como un modelo para muchos niños y niñas. Ron Clements y John Musker son los directores de esta cinta animada y también son los directores de

La Sirenita, pero es evidente el cambio que han hecho en su representación y enfoque de una protagonista femenina.

3.3.4. Irregularidades en la toma de turnos y la conversación

Irregularidades en conversaciones entre el mismo género	Diálogo entre mujeres	Diálogo entre hombres	Total
Solapamientos	1	1	2
Interrupciones	6	1	7

Tabla 10: Irregularidades en conversaciones entre el mismo género. (Shurer, et al., 2016). Elaboración propia.

Por un lado, en este filme, existe muy poco diálogo entre dos emisores masculinos. La única interrupción que existe en su diálogo es por parte de uno de los habitantes de la isla hacia el jefe Tui, tratando de ganar el piso de la conversación para amenazar su imagen y requerir que tome acción hacia los problemas que atraviesa la isla. El único solapamiento que se da en sus interacciones es un solapamiento accidental de uno de los isleños hacia el jefe Tui, para avisarle que su madre está en estado grave de salud. No existe en este caso una amenaza a la imagen o pelea por el piso de la conversación.

Por otro lado, la mayoría de las interrupciones se dan entre las oradoras femeninas. Sin embargo, estas no reflejan una competencia de poder o por la última palabra de la conversación. Las relaciones entre las dialogantes son totalmente afectivas, la abuela Tala quiere convencer a Moana de que persiga su propio destino y Moana refuerza y apoya lo que su abuela dice con emoción. En la película Moana, las conversaciones entre dos mujeres reflejan la cooperación que Coates (1993) exponía en sus investigaciones. Las mujeres muestran una constante preocupación por apoyar los aportes de cada una, en lugar de competir por el *piso* y una oportunidad para hablar.

Irregularidades en conversaciones entre géneros distintos	Orador masculino	Orador femenino	Total
Solapamientos	1	3	4

Interrupciones	20	11	31
----------------	----	----	----

Tabla 11: Irregularidades en conversaciones entre géneros distintos. (Shurer, et al., 2016). Elaboración propia.

La mayoría de estas interrupciones las ejecuta el personaje de Maui hacia Moana. Él trata de probar su poder sobre ella y, en ocasiones, intenta sancionarla como una persona no digna de su atención o de mantener una conversación con él. No obstante, esto es una de las caracterizaciones de Maui como pedante y soberbio, características que su personaje debe tener al comienzo para poder desarrollarse a lo largo de la película y cambiar. La mayoría de las interrupciones de los oradores femeninos también son en interacciones de Moana con Maui; pues a ella le importa poco amenazar la imagen poderosa del semidiós y no teme tratar de tomar el mando de la conversación a su conveniencia, para lograr su objetivo y persuadirlo de ayudarla a salvar a todos.

Irregularidades en la conversación	Emisores mujeres	Emisores hombres
Sin respuesta	2	4
Respuesta retrasada	7	3
Respuesta inadecuada	0	9
Total	9	16

Tabla 12: Irregularidades en la conversación. (Shurer, et al., 2016). Elaboración propia.

Como en la película anterior, la mayoría de estas irregularidades en las respuestas se relacionan con el desacuerdo o la falta de interés en el tema que el primer emisor ha propuesto o poca disposición para continuar o apoyar la conversación. Como podemos observar, la mayoría de estas irregularidades también son ejecutadas por hombres; pues los personajes masculinos que se representan en Moana utilizan estos métodos para cortar la comunicación, sin mucha consideración sobre si estos mecanismos afectan a la sensibilidad o imagen de la otra persona o, incluso, de la propia.

En contraste, los personajes femeninos no utilizan mucho estos recursos. En la mayoría de los contextos de la película en los que se dan estas irregularidades, podemos ver a Moana interactuando con Maui. La relación de poder entre ellos debería ser equilibrada

porque se necesitan mutuamente. No obstante, Moana es la que necesita de su ayuda por más tiempo en el desarrollo de la trama, entonces es justificable que busque preservar la imagen con la que Maui quiere ser percibido, por medio de estos elementos del lenguaje que buscan la cooperación sin amenazar la imagen.

Con estos datos, la película confirma la idea de que los hombres y mujeres sí tienen una preferencia distinta para sus estilos de conversación. Las mujeres prefieren un estilo colaborativo que apoye al otro hablante y utilizan lenguaje en una manera que enfatice su solidaridad con la otra persona. Los hombres, por su parte, utilizan estrategias de la conversación que pueden ser descritas como competitivas, destacando su individualidad y enfatizando las relaciones jerárquicas que tengan con el otro hablante.

Esto no quiere decir que la cooperación sea un factor intrínseco de lo femenino, pues es aprendido y condicionado y, como habíamos discutido antes, la sociedad también moldea esas estrategias de conversación, que utilizaremos para lograr que nuestro mensaje llegue con el menor ruido posible. Según esto, las expectativas que tienen sobre nosotros, la sensibilidad hacia nuestra imagen y la de los otros, las relaciones de poder y la cercanía que mantenemos con nuestros interactuantes, negociamos con ellos los significados que construimos. Haremos lo que funcione para cada contexto, con la esperanza de tener más libertad de conversación y *performativa*.

Moana es un ejemplo de cómo el sagaz capitalismo de Disney ha enfrentado las críticas que le han hecho, para crear una heroína que se alinee con los deseos y expectativas de representación de una nueva generación de niñas y mujeres que son conscientes de su desventaja en la representación de su género en los medios, publicidad e industria del entretenimiento. Disney es, antes que nada, una organización con fines de lucro que busca generar la mayor cantidad posible de ingresos y no es difícil para Disney posicionarse como el primero a nivel mundial en su negocio. Para satisfacer estos números y mantener su estatus como “creadora de fantasías” y “el lugar más feliz sobre la tierra”, debe activamente buscar hacer feliz a su audiencia y darle al público lo que pide y si este público le exige una representación más justa y diversa, Disney eventualmente responderá y otros gigantes de los medios de comunicación seguirán sus pasos o su modelo de negocio y tendremos más y mejores referentes para sentirnos identificados.

3.4. Afirmaciones globales

- En ambas películas, los personajes femeninos tienen un papel importante en el desarrollo de la trama. Sin embargo, tienen un mayor porcentaje de diálogo en la segunda película, porque en *La Sirenita* hay más personajes masculinos de apoyo involucrados en la conducción de la acción.
- El discurso de los personajes femeninos en estas películas, especialmente de las dos protagonistas, se diferencia en la utilización de varios elementos del lenguaje. Por ejemplo, los mitigadores lingüísticos, que están relacionados con una forma de hablar vacilante y dubitativa. En *La Sirenita* se utilizan más elementos como coberturas, mitigadores, que debilitan la fuerza de una expresión. Estos son usados con especial énfasis al momento de dar una orden o comando, para intentar comunicarlo como una sugerencia o pregunta más que una orden. En *Moana*, se representa una manera de hablar, y especialmente de ordenar, más directa, que muchos teóricos la han calificado como un estilo asertivo.
- Los personajes femeninos de ambas películas reciben más cumplidos que los personajes masculinos. En la película “*La Sirenita*” la mayoría de estos cumplidos son sobre apariencia para los personajes femeninos y sobre habilidades y posesiones para personajes masculinos. En la película “*Moana*” tanto los cumplidos dados para hombres como para mujeres fueron sobre habilidades.
- En ambas películas se comprueba la afirmación teórica de que un destinatario-emisor masculino interrumpe con más frecuencia y en más contextos a un emisor femenino, impidiendo que este finalice su turno de la conversación y compitiendo con más frecuencia por la palabra, queriendo manifestar su poder sobre el otro personaje, como un mecanismo para preservar su “imagen” y negociar el significado de la conversación a su mayor interés.
- En ambos guiones los emisores y destinatarios femeninos utilizan con más frecuencia elementos del lenguaje que soporten lo que dice su contraparte masculina en una conversación. Esto refuerza uno de los estereotipos de roles de género sobre la identidad femenina que requiere que las mujeres no solo sean cooperativas en la conversación, pero que ayuden activamente a salvaguardar la imagen masculina de control y su propia imagen de cooperación.

CONCLUSIONES

Los objetivos planteados en esta disertación han sido resueltos de la siguiente manera: En primer lugar, se ha descrito cómo se construye la feminidad de los personajes de dos películas infantiles, por medio del análisis de ciertos elementos del lenguaje pragmático presentes en sus guiones originales. Los elementos analizados fueron locuacidad de los personajes, uso de mitigadores lingüísticos en órdenes o comandos, tema de los cumplidos recibidos, sistema de turnos e irregularidades en este sistema y estilos de control o cooperación en la conversación. Un rasgo prevaleciente de la construcción de la feminidad hegemónica en estas películas es el discurso cooperativo de las mujeres hacia los hombres y los esfuerzos de las emisoras y destinatarias femeninas para conservar su imagen de cooperación al mismo tiempo que pretende salvaguardar la imagen de control masculina.

En segundo lugar, se identificaron patrones lingüísticos que influyeron en la construcción de la feminidad en ambas películas. Estos son el mayor número de cumplidos recibidos por mujeres, el estilo conversacional de soporte de los destinatarios femeninos hacia los emisores masculinos, los intentos por guardar una imagen de cooperación con sus contrapartes masculinas y las contravenciones al sistema de turnos con interrupciones o solapamientos que son producidas con más frecuencia hacia los enunciados de emisoras femeninas por destinatarios masculinos que viceversa.

En tercer lugar, se reconoció e interpretó las representaciones que refuerzan y cuestionan los estereotipos sobre lo femenino. Como hemos señalado aquellos elementos del lenguaje que refuerzan la feminidad, es pertinente recalcar que, en la segunda película analizada, se presentan varios elementos del lenguaje que trastocan los estereotipos tradicionales de la persona femenina; por ejemplo, una manera directa de dar órdenes, recibimiento de cumplidos sobre habilidades en lugar de apariencia y mayor locuacidad de los personajes femeninos.

En cuarto lugar, se comparó el uso del lenguaje para la construcción de la feminidad entre las dos películas analizadas y se concluyó que estas películas presentan diferencias positivas entre sí y la película más actual muestra un uso del lenguaje que trata de ser apropiado con la caracterización de una protagonista fuerte e independiente. Deja de dar

énfasis en la apariencia de la protagonista y se centra en sus habilidades, personalidad y crecimiento durante la trama.

Se han creado muchos referentes culturales en torno a las películas de las princesas de Disney, debido a la manera tan drástica en la que se han impregnado en la vida de millones de niñas y niños de distintas generaciones. Sus películas se venden al público como amigables, entretenidas y con un valor agregado de enseñanza de valores y esto le ha ganado la confianza de los padres que acercan voluntariamente a sus hijos a sus productos. Sin embargo, su influencia no es siempre positiva, ya que muchas veces las películas presentan rasgos estereotipados sobre género en la conducta de sus personajes, tanto en sus protagonistas como en los personajes secundarios. Estos mensajes se van asentando en el imaginario social tanto como las películas mismas, lo cual aporta a que los estereotipos de género sean reforzados y se alejen de la libertad *performativa* de cada individuo.

Las películas de Princesas de Disney, en su adaptación de los cuentos de hadas, han modificado drásticamente las historias originales. Estas alteraciones son elecciones deliberadas y conscientes que resaltan los llamados rasgos y valores femeninos "deseables". Con el análisis de la evolución de las Princesas de Disney a través del tiempo, es aparente que las ideologías de género retratadas en las películas también están en gran parte moldeadas por los valores sociales en el momento de la producción. En lugar de presentar los ideales originales de la feminidad, las series de las Princesa de Disney incluyen, reflejan y refuerzan los ideales de la femineidad socialmente reconocidos a lo largo de las diferentes épocas. La repetición de estos motivos en las películas establece ciertas expectativas narrativas que alimentan los conceptos normativos de la identidad femenina.

Podemos concluir que los medios de comunicación masiva ejercen un impacto muy fuerte e insorteable dentro de la sociedad. Mantienen una relación de poder asimétrica con los espectadores y ayudan a formar muchos aspectos de la ideología y la cultura. Esto influye en la manera en la que percibimos y experimentamos el mundo, cómo nos identificamos con él y cómo nos identificamos nosotros mismos, en relación con este mundo. Los medios son instrumentos, voluntarios o involuntarios, de enseñanza sobre nuestro entorno y nuestro lugar dentro de él y utilizan estereotipos simplificados de las personas y la realidad para explicar el mundo, que se vuelven indisociables con la experiencia directa.

La sociedad del espectáculo es una de las consecuencias de esta preponderancia de los medios. El espectáculo logra una “materialización de la ideología” en cuanto logra modelar lo real con el modelo que desea implantar. Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el espectáculo constituye el modelo actual de vida socialmente dominante. Su forma y su contenido son la justificación total de las condiciones y de los fines del sistema existente. La ideología es el puente necesario entre las necesidades de conservar un orden dado y las conductas individuales y/o colectivas; sirve para justificar las acciones y asegurar la identificación y la regularidad del comportamiento de los individuos en sociedades específicas. Toda ideología es poder y de esta ideología participan todos los miembros de la sociedad.

La ideología de cada grupo social, junto a los medios de comunicación, prescriben y proscriben los comportamientos para cada género. La fuerza de las categorías de género en la sociedad hace que sea casi imposible desenvolvernos a través de nuestras vidas en maneras que no las involucren. Al mismo tiempo, el mantener estas categorías depende mucho del reforzamiento social del comportamiento cotidiano. Las características identificadas como típicamente masculinas están relacionadas con la competencia personal y la orientación hacia la consecución de metas y genéricamente se las conoce como conductas instrumentales o de poder. Las características típicas femeninas están relacionadas con conductas que reflejan sensibilidad emocional y una orientación hacia las relaciones interpersonales; es decir, son conductas de tipo expresivo. Para los hombres se otorga el poder económico, legislativo, político, cultural, y para las mujeres el poder en el ámbito doméstico y emocional, ligado a una afectividad también asignada naturalmente que se corresponde con el “ser para otros”.

La interiorización de estos modelos dota de características específicas los roles sociales asumidos por los niños posteriormente, haciéndolo adoptar una serie de patrones culturales, ideológicos e incluso psicológicos, que son puestos en manifiesto en todas las esferas de su vida. En estos parámetros es que una niña aprende a ser mujer dentro de los moldes, actitudes y patrones de lo que se considera “femenino”, legalizando y retroalimentado de esta forma mensajes ideológicos tradicionales en donde la subordinación, la obediencia, la timidez, etc., son características “naturales” de la mujer.

Es necesario plantearse en qué manera y en qué medida las mujeres consienten y actúan en dicha ideología, así como los mecanismos que permiten perpetuarla, manteniendo

inalterado el orden actual de poderes. Los comportamientos dóciles y complacientes, la obediencia, la simulación de ignorancia, la actitud de servicio, el “espíritu de sacrificio”, la entrega incondicional, a la par que constituyen formas de ocultamiento de los sentimientos agresivos, devienen comportamientos de seducción y aplacamiento. Esta sumisión femenina también tiene la función de proteger la imagen del hombre. La “virilidad” parece depender de la subordinación de la mujer, quien estaría abocada a ocupar un rol materno en relación con el sexo masculino en general, en cuanto tiene que “defender” su reputación, así la de ella sea de inferioridad.

El lenguaje es uno de los socializadores de género más importantes de nuestra vida y la manera en la que lo utilizamos determina nuestras interacciones, nuestra manera de relacionarnos con los otros y la manera en qué deseamos ser percibidos por ellos. Lo utilizamos estratégicamente, según nuestro contexto y relaciones, para negociar un significado con los otros. Los niños no solo internalizan conjuntos de reglas que les permitan producir oraciones gramaticalmente correctas, pero además de esta gramática, también adquieren un sentido de idoneidad que les permite ir más allá de una competencia lingüística hacia una competencia comunicativa, indispensable para su vida y desarrollo social, mediante la cual razona cuándo hablar o mantenerse callado y sobre qué o cómo hablar, según las diferentes circunstancias.

Los estilos de conversación ya sean de hombres o mujeres no pueden ser identificados como superiores o inferiores, pero es innegable reconocer que, en muchos aspectos de la conversación, las mujeres están en desventaja en comparación con sus contrapartes masculinas y que tienen expectativas de cooperación y sumisión aún en contextos donde ellas poseen mayor estatus social. La relación entre hombres y mujeres es complementaria pero históricamente inequitativa y simplemente entender e incluso “celebrar” las diferencias, sería evitar afrontarlas, dejarlas inadvertidas, y evitar ver la cementación de poder que se pueden realizar mediante estas expresiones.

Las mujeres tienen un habla más colaborativa y son las que intentan con mayor esfuerzo que la conversación fluya sin interrupciones. Este soporte y colaboración es lo esperado por parte de una destinataria femenina y cualquier otra reacción puede comprometer el flujo de la conversación y la imagen de ambos personajes. Esto está relacionado al poder, situado en interacciones cotidianas y son estas mismas interacciones cotidianas en las que las relaciones jerárquicas entre hombres y mujeres se construyen y se mantienen. El estilo

conversacional de los hombres, distinto al de las mujeres, prescribe que ellos tomen el poder de la conversación. Los hombres, históricamente, han gozado de un poder y estatus social más elevado que el de las mujeres y este se puede ver reflejado en ámbitos institucionales, educativos, familiares, sociales y proyectarse incluso en las maneras que interactuamos con los otros y nuestro entorno. Entender los estilos de conversación de hombres y mujeres nos ayuda a dar sentido de cómo ese poder hegemónico de los hombres se construye y perpetúa, a través del lenguaje.

Uno de los mecanismos más importantes por medio de los cual la ideología se transmite desde generaciones pasadas hacia generaciones futuras son las narraciones y sus representaciones de los hombres y las mujeres. Las narrativas de la literatura y del cine que son consumidas por los niños son creadas por adultos, que justifican sus motivos, estructura y estilo de vida en virtud de lo que ellos piensan del “deber ser” de un niño. Recientemente se ha afirmado que, en los cuentos de hadas, la lucha contra la dependencia infantil y el intento de ser uno mismo, se describe a menudo, de modo distinto para los chicos que, para las chicas, lo cual no deja de ser consecuencia de los estereotipos sexuales. Los motivos principales para los niños y los personajes masculinos son la fuerza, la valentía y el desarrollo de habilidades; mientras que para las niñas y personajes femeninos el motivo más recurrente es la belleza y su búsqueda por el amor verdadero. El atractivo sexual de las princesas es, por lo tanto, clave para establecer la premisa y la resolución del conflicto. Con esto, transmiten el mensaje de que las niñas y las mujeres son valoradas por su aspecto más que por lo que son o lo que hacen.

Se busca actualmente trastocar el contexto y la construcción de actitudes, moldes y creencias que van proyectando una imagen femenina más ligada al contexto social actual. Alterando, además, al propio contexto socializador, transformando roles, responsabilidades y derechos comunales, sociales e individuales femeninos, buscando también una representación distinta de las mujeres y su rol social en los medios de comunicación e industria del entretenimiento. La representación de la mujer ha sufrido de una histórica desventaja en los medios de comunicación y la presión social para una acción afirmativa de género que la mejore, ha llevado a gigantes como la compañía Disney a modificar sus historias y brindar referentes distintos, más diversificados y generosos en las cualidades verdaderamente importantes, con las que las niñas podrán sentirse identificadas.

RECOMENDACIONES

Se considera interesante investigar sobre otros aspectos relacionados con la representación de los estereotipos de género en productos audiovisuales destinados a un público infantil y se propone:

- Extender los estudios expuestos en esta tesis al estudio de la construcción de la masculinidad en las películas infantiles, ya que los roles y expectativas de género afectan tanto a la identidad de hombres como de mujeres.
- Analizar otros elementos de la lingüística pragmática en relación con el género de los usuarios, tales como: cortesía verbal, lenguaje tabú, disculpas, comparación de los porcentajes de cumplidos dados y recibidos, utilización de preguntas convertidas a partir de una declaración, mediante una fórmula interrogativa adjunta (*tag questions*) como mitigadores lingüísticos dentro de la conversación.
- Examinar elementos lingüísticos y paralingüísticos de los personajes que funcionen como indicadores de atención activa y señales para cambiar el turno del orador en la conversación.
- Analizar elementos distintos al lenguaje pragmático como: tipos de cuerpo y vestimenta según los personajes, tiempo en pantalla o un análisis del discurso de cada película, según sus representaciones.
- Extender los estudios expuestos en este trabajo al análisis comparativo de películas con otras casas productoras de cine y televisión como: Dreamworks, Nickelodeon, Cartoon Networks, entre otros.

REFERENCIAS

- Acuña, L., y Bruner, C. (2001). *Estereotipos de masculinidad y feminidad en México y Estados Unidos*. *Interamerican Journal of Psychology*, 35(1), 31–51. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/284/28435102.pdf>
- Aguilar, M. (2001). *Walt Disney, 100 años de magia*. Madrid: El País.
- Ashman, H. (productor), Clements, R. (director) y Musker, J. (director). (1989). *The Little Mermaid* [cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Walt Disney Pictures y Walt Disney Feature Animation.
- Azcoaga, J. (1979). *¿Qué son los estereotipos del lenguaje?* Rosario: Capital Federal.
- Bassets, M. (2010, 10, 11). Donald Trump, elegido presidente de Estados Unidos. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/internacional/2016/11/09/estados_unidos/1478647677_279555.html
- Bermejo, J. (2006). *Mi hijo y la televisión*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Bettelheim, B. (2001). *Psicoanálisis de los cuentos de hadas*. Barcelona: Crítica
- Bohas, A. (2016). *The Political Economy of Disney and the Cultural Capitalism of Hollywood*. París: Université Paris-Sorbonne Éditoriale. <https://doi.org/DOI.10.1057/978-1-137-56238-8>
- Bonnell, R. (2001). *La vingt-cinquième image: une économie de l'audiovisuel*. París: Gallimard. Recuperado de: https://www.persee.fr/doc/quad_0987-1381_2003_num_50_1_1234
- Bravo, D. y Briz, A. (2004). *Pragmática sociocultural: estudios sobre el discurso de cortesía en español*. Barcelona: Ariel
- Brown, J. (2004). *Técnicas de persuasión*. Madrid: Alianza Editorial.
- Brown, P. y Levinson, S. (1978). *Universals in language usage: politeness phenomena*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Buxó, R. (1978). *Antropología de la mujer*. Barcelona: Promoción Cultural S.A.
- Campos, A. (2016, 11, 30). Moana: una princesa de Walt Disney en los mares de Oceanía. *Panorama Cultural*. Recuperado de:
https://www.panoramacultural.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=4812:moana-una-princesa-de-walt-disney-en-los-mares-de-oceania&catid=2:cine&Itemid=134
- Chaves, A. R. (2012). Masculinidad y feminidad: ¿De qué estamos hablando? *Revista Electrónica Educare*, 16 (Especial), 5-13. Consultado de
<http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/EDUCARE/issue/view/418>
- Chomsky, N., y Herman, E. (2005). *Los guardianes de la libertad* (4ta ed.). Barcelona: Biblioteca del Bolsillo.
- Coates, J. (1993). *Women, men, and language*. London: Routledge
- De Fleur, M., y Ball-Rokeach, S. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Debor, G. (2003). *La Sociedad del Espectáculo*. Valencia: Pretextos.
- Do Rozario, C. (2014). The Princess and the Magic Kingdom: Beyond Nostalgia, the Function of the Disney Princess. *Women's Studies in Communication*, 27(1), 34-59
- Dorfman, A., & Mattelart, A. (1971). *Para leer al Pato Donald*. (G. Alonso, Ed.) (2nd ed.). La Habana: Sociología-Editorial de Ciencias Sociales.
- Eisenhauer, K. y Fought, C. (2016). Gendered Compliment Behavior in Disney and Pixar: A Quantitative Analysis. *Simon Fraser University's Linguistics Journal*, 14(2), 46-73.
- Escandell, V. (1993). *Introducción a la pragmática*. Madrid: Anthropos
- Gallardo, B. (2008). *Lingüística General y Aplicada: Pragmática*. Valencia: Universidad de Valencia

- García, J. (2016). Rigging the oceans of Disney's Moana. *SIGGRAPH ASIA*, 17(8), 46-59. Recuperado de: <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=3005379>
- Giroux, H. (1994). Animating Youth: The Disneyfication of Childrens Culture. *Socialist Review*, 94(3), 65-79. Recuperado de: <https://www.riverdell.org/cms/lib05/NJ01001380/Centricity/Domain/125/Animating%20Youth.pdf>
- Glick, P., y Fiske, S. T. (1996). The Ambivalent Sexism Inventory: Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 491-512.
- González, M. (2015). *Mujeres y hombres, identidad y conflictos*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Gunder, P. (2011). The Deeper Level of Embedded Societal Stereotypes. *Carleton papers in applied language studies*, 14(6), 107-115.
- Haverkate, H. (1994). *La cortesía verbal. Estudio pragmatolingüístico*. Madrid: Gredos.
- Healy R. E. (2015, 30, 4). Finaliza la guerra de Vietnam al rendirse el gobierno de Saigón. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2016/11/09/1478647677_279555.html
- Hernández, Y. (2006). Acerca del género como categoría analítica. *Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*, 13(1), 111-120. Recuperado de <http://www.ucm.es/info/nomadas/13/yhgarcia.pdf>
- Hofstede, G. (1999). *Culturas y organizaciones. El software mental*. Madrid: Alianza Editorial
- Klash, V. (2017). Evil, Absent, or Dead: Disney's Problematic Depiction of Mothers. *Fandom*. Recuperado de: <http://fandom.wikia.com/articles/evil-absent-or-dead-disneys-problematic-depiction-of-mothers>
- Lacroix, C. (2004). Images of animated others: The Orientalization of Disney's Cartoon Heroines from The Little Mermaid to The Hunchback of Notre Dame. *Popular Communication*, 2(4), 213-229.

- LaFrance, M. (1992). Gender and interruptions: Individual Infraction or Violation of the Social Order. *Psychology of Women Quarterly*, 16, 497-512.
- Laswell, H. (1971). *Propaganda Technique in World War I*. Cambridge: M.I.T.
- Lippmann, W. (1997). *Public Opinion*. Nueva York: The Free Press.
- Lluch, G. (2007). *Invención de una narrativa literaria: De la narrativa oral a la literatura para niños*. Retrieved from <http://www.gemmalluch.com/esp/actividad/de-los-cuentos-folcloricos-a-walt-disney/>
- Lomas, O. (2005). ¿El otoño del patriarcado? El aprendizaje de la masculinidad y de la feminidad en la cultura de masas y la igualdad entre hombres y mujeres. *Cuadernos de Trabajo Social*, 18, 259-278
- López, G. (2001). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública*. Universidad de Valencia. Recuperado de <https://www.uv.es/=guilopez/documentos/tesiscompleta.pdf>
- Lyman, S. M. (Ed.). (2016). *Social movements: critiques, concepts, case-studies*. New York: Springer.
- Moya, M., Páez, D., Glick, P., y Poeschl, G. (1997). Sexismo, Masculinidad-Feminidad y Factores Culturales. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 4(8-9), 17.
- Mulac, A. y Lundell, T. (1986). Linguistic Contributors to the Gender-Linked Language Effect. *Journal of Language and Social Psychology*, 5(2), 5-81.
- Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio*. Barcelona: Paidós.
- Organización Mundial de la Salud. (2018). Género. *Temas de Salud*. Recuperado en septiembre de 2018, de: <https://www.who.int/topics/gender/es/>
- Pierre, J. (2016). Meet the Characters of Disney's 'Moana'. *Fandom*. Recuperado de: <http://fandom.wikia.com/articles/the-characters-of-moana>
- Ramírez, J. (1987). Desarrollo del lenguaje y control de las acciones: En torno a la regulación verbal. *Infancia y aprendizaje*, 37, (3).

- Ravazzola, M. (1989). *Principales estereotipos acerca de los roles prescritos para varones y mujeres en nuestra cultura*. Roma: Centro Nazionale delle Ricerche.
- Ríos, I. (2009). El lenguaje: herramienta de construcción del pensamiento. *Razón y Palabra*, 15 (72). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514906041>
- Rocheblave-Spenlé, A. (1968). *Lo masculino y lo femenino en la sociedad contemporánea*. Madrid: Ciencia Nueva.
- Schegloff, E. (2000). Overlapping Talk and the Organization of Turn-Taking Conversation. *Language in Society*, 29(1), 5-63.
- Sells, L. (1995). *Where do the mermaids stand?* Bloomington: Indiana University Press.
- Setién, M. (2003). *Problemas de las mujeres, problemas de la sociedad*. Bilbao: Universidad de Deusto
- Shurer, O. (productor), Clements, R. (director) y Musker, J. (director). (2016). *Moana* [cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Walt Disney Pictures y Walt Disney Animation Studios.
- Smith, S., Choueiti, M., Prescott, A. y Pieper, K. (2013). Gender Roles and Occupations: A Look at Character Attributes and Job-Related Aspirations in Film and Television. Executive Report. Geena Davis Institute on Gender in Media.
- Stojanovic, I. (2008). The Semantics / Pragmatics distinction. *Synthese*, 165(3), 317-319.
- Stover, C. (2013). Damsels and Heroines: The Conundrum of the Post-Feminist Disney Princess. *LUX: A Journal of Transdisciplinary Writing and Research from Claremont Graduate University*, 2(1), 2-10. Recuperado de: https://sakai.claremont.edu/access/content/group/CX_mtg_87004/Damsels%20and%20Heroines_%20The%20Conundrum%20of%20the%20Post-Feminist%20Disney%20Princess.pdf

The Walt Disney Company. (2017). Annual Report Pursuant to Section 13 or 15(D) of The Securities Exchange Act Of 1934. Recuperado el 19 de mayo, 2018, de: <https://www.thewaltdisneycompany.com/wp-content/uploads/2017-Annual-Report.pdf>

The Walt Disney Company. (2018). The Walt Disney Company: About. Recuperado el 19 de mayo, 2018, de: <https://www.thewaltdisneycompany.com/>

Tseëlon, E. (1995). " The Little Mermaid": an icon of woman's condition in patriarchy, and the human condition of castration. *The International journal of psychoanalysis*, 76(5), 101-107.

Vargas, E. (1991). *Identidad femenina: cuestionando y construyendo estereotipos*. Lima: DESCO.

Vygotsky, L. (1987) *Lenguaje y pensamiento*. Buenos Aires: La Pleyade.

Watts, S. (1997). *The Magic Kingdom Walt Disney and the American Way of Life*. Missouri: University of Missouri.

West, C., y Zimmerman, D. (1987). Doing Gender. *Gender & Society*, 1, 125-151.

Wood, N. (1996). Domesticating Dreams in Walt Disney's Cinderella. *The Lion and the Unicorn* 20 (1), 25-49.

Yule, G. (1996). *Pragmatics*. New York: Oxford University Press