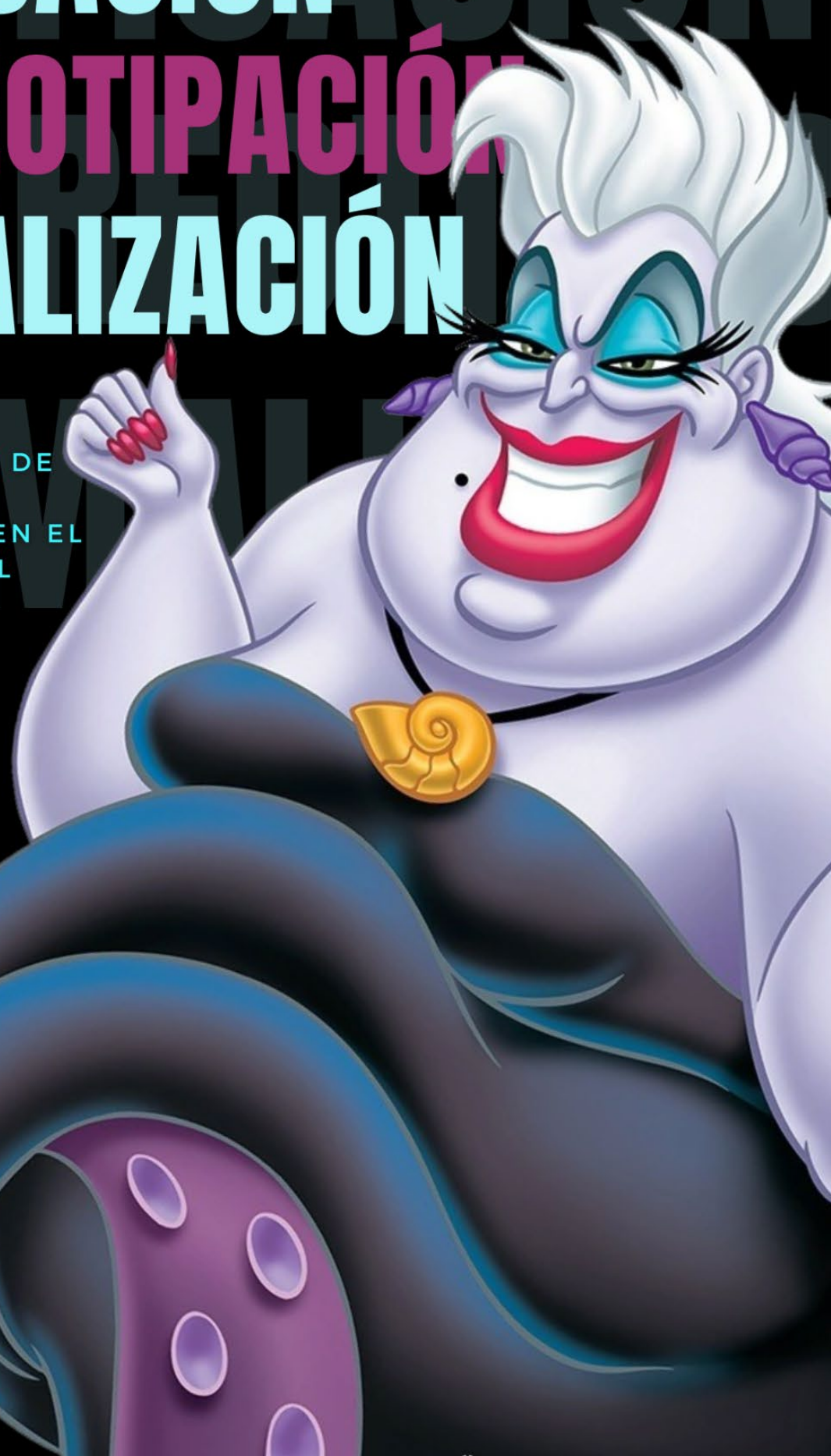


CODIFICACIÓN ESTEREOTIPACIÓN NORMALIZACIÓN

LA REPRESENTACIÓN DE
COMUNIDADES
VULNERABILIZADAS EN EL
ÁMBITO AUDIOVISUAL





Codificación, Estereotipación, Normalización

La representación de comunidades vulnerabilizadas en el ámbito audiovisual

Alumna: Inés Aranda Morea

Documento: 43.080.694

Mail: inearanda12@gmail.com

Carrera: Comunicación Social

Universidad: Universidad de San Isidro, Dr. Plácido Marín

Ubicación: Av. del Libertador 17175, B1643 Béccar, Provincia de Buenos Aires, Argentina

Fecha de entrega: 10/2024

Tutora: Norma Loto

Directora de la carrera: Victoria Ferrari

► Dedicatoria

*"El discurso transporta y produce **poder**, lo refuerza pero también lo mina, lo expone, lo torna frágil y permite **detenerlo**".*

-Foucault, 1978; p.133

*A mi familia, por apretarme la mano cada vez que aparecía la madrastra malvada de Blancanieves. **Ya no tengo miedo.***

*A mis vínculos, por aguantar mis discursos justicieros llenos de impotencia. Elijo creer que en cada uno de ellos también se transmite mi **esperanza.***

*A mi comunidad, especialmente. Somos **válidxs** y merecemos una **representación fidedigna.** Espero que este granito de arena nos aporte y no se pierda entre el montón.*

► Índice	
► Introducción	5
1.1 Resumen	5
1.2 Palabras Clave	6
1.3. Objetivos	6
1.4. Antecedentes: El estado del arte	7
1.5. Herramientas teórico-conceptuales	8
1.6. Metodología y técnica	9
1.7. Fundamentación y Justificación	11
► Contextualización	15
2.1. El Código Hays	15
2.1.2. Lo abyecto; lo rechazado	16
2.1.3. La psicología detrás de la gran pantalla	21
2.2. La compañía del ratón	26
2.2.1. El imperio	27
2.2.2. La influencia	29
2.2.3. La mentalidad	34
I. Imagen autofabricada	35
II. Adaptabilidad superficial	41
III. Lidar con la competencia	48
► Corpus Audiovisual de Investigación	51
La Sirenita (1989)	51
3.1. Sinopsis	51
3.2. Resumen	51
3.3. Contexto	52
3.4. La Figura Heroica: Ariel	53
3.4.1. Figura de Transición: Juventud, Belleza y Curiosidad	53
3.4.2. Tensión: Identidad, Género y Rol Narrativo	54
3.4.3. Silencio y Renuncia: Feminidad, Agencia y Transgresión	55
3.5. La figura vil: Úrsula	58
3.5.1. Exageración y Otredad	58
3.5.2. Lo Queer y lo Camp	61
3.5.3. Figura Transgresora	62
El rey león (1994)	64
4.1. Sinopsis	64
4.2. Resumen	64
4.3. Contexto	66
4.4. La Figura Heroica: Simba	68
4.4.1. Heredero y peón	68
4.4.2. ¿Agencia o dependencia?	70
4.4.3. El individualismo como enemigo	72
4.5. La figura vil: Scar	74
4.5.1. El foco en lo distinto	74
4.5.2. Lo queer y las alianzas con lo marginal	77
4.5.3. Simbología del poder y la restauración del orden	80

Conclusiones Generales	84
5.1 La importancia de un análisis crítico	84
5.2 La fórmula dorada	86
5.3 La sutileza del rechazo y su gran impacto	87
5.4 La importancia de una buena representación mediática	88
Anexos	90
Bibliografía	92

► Introducción

1.1 Resumen

El siguiente Trabajo Final de Grado tiene como objetivo presentar un análisis exhaustivo, tanto del contenido como del contexto sociocultural que rodea a dos películas animadas del estudio *Walt Disney Pictures* y la codificación *queer* que éste realiza en dichos largometrajes. La investigación se realizará utilizando una metodología cualitativa-descriptiva y las películas seleccionadas serán: *La Sirenita* (1989) y *El Rey León* (1994), según su orden cronológico de estreno.

La elección de una metodología cualitativa-descriptiva se justifica por la naturaleza del objeto de estudio. Este enfoque permite explorar en profundidad la codificación *queer* en las películas seleccionadas, proporcionando una comprensión rica y detallada de cómo se representan las identidades y temas *queer* en estos contextos. La metodología cualitativa-descriptiva es adecuada para este tipo de investigación, porque facilita la interpretación de las narrativas y simbolismos presentes en las películas, así como la contextualización de estos elementos dentro del entorno sociocultural en el que se produjeron y recibieron. Mediante técnicas como el análisis de contenido y la observación de patrones temáticos, se busca desentrañar las sutilezas y complejidades que configuran la representación *queer* en el cine animado de Disney.

La contextualización de este estudio no sólo es fundamental para comprender cómo el entorno sociocultural y los eventos históricos influyeron en las narrativas y representaciones de las películas analizadas, sino que también permite un análisis crítico del creador y su ideología. En esta sección de contextualización, se explorarán los factores que moldearon las decisiones de los creadores, incluyendo los discursos dominantes sobre género y sexualidad, las influencias políticas y la evolución de los valores culturales. Así, se hace evidente cómo *Walt Disney Pictures* no sólo reflejó, sino que también contribuyó a la reproducción de normativas sociales, presentando una visión del mundo aparentemente inocente, pero profundamente influenciada por las ideologías de su tiempo. Este enfoque crítico permite abordar la codificación *queer* dentro del contexto sociocultural, sin limitarse únicamente al contenido en sí, sino también examinando las implicaciones ideológicas que rodean a los creadores y sus obras, cuestión que se explorará más a fondo.

En el Corpus Audiovisual de Investigación, se enfocará en uno de los factores más imprescindibles de cualquier largometraje: los personajes; particularmente, la figura antagonista, en contraposición a la figura heroica.

Desde sus arquetipos, sus roles en la trama, sus diálogos, su presentación y su comparación con el resto de los personajes, se los analizará desde una mirada holística, empleando conocimientos de cinematografía, psicología, comunicación social y perspectivas de género; teniendo en cuenta dentro de esta última el enfoque LGBTTTIQA+.

1.2 Palabras Clave

Estereotipos - Codificación queer - Representación - Animación - Disney

1.3. Objetivos

El objetivo general del siguiente trabajo de investigación consiste en analizar la codificación *queer*¹ y los estereotipos de belleza que se (re)presentan a través de los villanos de dos películas animadas de la compañía *Walt Disney Pictures*.

A partir de esto, se buscará contextualizar el período de tiempo en el que se realizaron las películas clásicas y animadas de Disney; haciendo hincapié en el Código Hays, la psicología del cine y un análisis integral de la mentalidad, influencia e imagen de la corporación.

Luego, se analizará la construcción de los/as villanos/as en las películas, teniendo en cuenta sus roles dentro de la historia, sus objetivos, sus vestimentas, sus apariencias físicas, sus tonalidades de voz y sus diálogos; contraponiéndolos a sus personajes opuestos y hegemónicos: las figuras heroicas.

Se analizarán, a su vez, los estereotipos de género construidos en las representaciones de los filmes seleccionados, según las características audiovisuales de sus personajes. Entre los

¹ 'Queer' es un término que engloba a las personas que no son heterosexuales ni cisgénero. Originalmente significaba "extraño" o "peculiar", pero a finales del siglo XIX empezó a utilizarse peyorativamente contra las personas con deseos o relaciones homosexuales. A finales del siglo XX -y hasta el día de hoy- muchos activistas de la comunidad LGBTTTIQA+ empezaron a reivindicar la palabra para que esta denote orgullo y empoderamiento.

factores a analizar se encuentran los diálogos, las vestimentas, las personalidades y los ‘manerismos’², entre otros.

Por último, se establecerá una conclusión general de todo lo analizado, explicando e interpretando la ‘fórmula’ utilizada por Disney en sus filmes, así como la importancia de una buena representación mediática.

1.4. Antecedentes: El estado del arte

El licenciado en la Facultad de Periodismo y Comunicación social de La Plata (UNLP), Lucas Casado, realizó una tesis titulada: *Para ver la Bella y la Bestia: Un análisis de las narrativas audiovisuales en torno a las construcciones de los roles de género y las sexualidades en los personajes de Disney*, realizada en el año 2019.

Como bien lo explica en su título y en su sección de resumen, esta tesis analiza los estereotipos de belleza; en la construcción de figuras retóricas como el “amor romántico”; en el acto del “cortejo” y en los sentidos habilitados alrededor de las figuras de “lo femenino”, “lo masculino” y “lo abyecto” (Casado, 2019, p.5), analizando tanto el rol hegemónico de la Bella como el rol inferior de los personajes secundarios -y cómo esto se refleja en sus apariencias (p.74).

Otro aporte es el de Alejandra Martínez y Aldo Merlino, del Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad (CIECS) y la Universidad Siglo 21 respectivamente, realizaron un trabajo de investigación titulado: *Normas de Género en el Discurso Cinematográfico Infantil: El Eterno Retorno del “Final feliz”*.

El escrito tuvo, como uno de sus principales objetivos, analizar cómo aparecen representadas las normativas de género en las películas animadas dirigidas hacia el público infantil; trabajando tres largometrajes que abordan contextos históricos diferentes entre 1950 y 2001: *La Cenicienta* (1950), *La Bella y la Bestia* (1991) y *Shrek* (2001) (Martínez y Merlino, 2012, p.79). Como bien lo explican los autores,

² Si bien clínicamente un manierismo es asociado a un Trastorno de la psicomotricidad (Clínica Universidad de Navarra 2022), coloquialmente es considerado como una forma de exageración y de artificialidad, que se aleja de la naturalidad y la sencillez, o simplemente una “manera peculiar de ser” de cada persona.

Creemos que es fundamental incorporar la mirada de género en el abordaje de contenidos mediáticos ampliamente difundidos en las sociedades contemporáneas. Enfatizamos la necesidad de analizar productos mediáticos dirigidos al público infantil, por su enorme potencial de inculcar regulaciones sociales desde los primeros años de vida (p.79)

Por último, la licenciada en el Área de Comunicación Social de la Universidad de San Isidro, Alison Wyss, realizó un Trabajo Final de Grado titulado: *Representaciones sexistas e imágenes estereotipadas de las mujeres en las series de Matt Groening: Los Simpson, Futurama y (Des)Encanto*.

Como bien lo indica el título de la investigación, Wyss buscó analizar de qué manera se constituyen los estereotipos de género en las series de televisión de Matt Groening “Los Simpson”, “Futurama” y “(Des)encanto” (Wyss, 2014, p.7), desde una perspectiva de género.

1.5. Herramientas teórico-conceptuales

Una de las herramientas teórico-conceptuales que se utilizará para analizar las películas será la estética ‘camp’, acuñada por la ensayista y filósofa Susan Sontag en su ensayo *Notas sobre lo ‘Camp’*, escrito en el año 1964.

Según la autora, ésta no es una idea estricta, sino una ‘sensibilidad’, que representa el amor por lo antinatural, por el artificio y por la exageración (Sontag, 1964, p.2). Justamente, al no ser una idea estricta, este concepto no puede, con integridad, ser mecanizado. En este modelo está implícito que ‘lo camp’ es fundamentalmente emocional: busca describir personalidades, atuendos, manerismos, actitudes, muebles, novelas, poemas, personas, películas, personajes e incluso arquitectura, entre otras cosas (p.2)

Otra de las herramientas teórico-conceptuales que se empleará en este recorrido será el concepto de discurso audiovisual, entendido desde la perspectiva de género de Luisa Martín Rojo y los conceptos que aborda en su ensayo *El orden social de los discursos*, aprobado en el año 1996.

Además de analizar el papel que cumple el análisis crítico del discurso en la legitimación y transmisión persuasiva de ideologías que buscan sostener qué es lo ‘normal’ y/o ‘esencial’ a la hora de definir a un determinado grupo social (Martín Rojo, 1966, pp. 2 y 3), la autora no comprende los discursos como piezas que necesariamente reflejan la realidad -ya que no son un espejo fiel de ésta-, sino que crean, mantienen y refuerzan interpretaciones de *una*

‘realidad’; construyendo representaciones de la sociedad, de sus prácticas sociales, de sus actores y de las relaciones que entre ellos establecen. Así es cómo un discurso genera, por lo tanto, un saber y un conocimiento (Martín Rojo, 1996, pp. 1 y 2.) y se constituyen los procesos de normalización (p.10).

Por último, se utilizará -a modo de herramienta teórico-conceptual- la hermenéutica de la imagen propuesta por Caballero y Zurian (2012) en su libro *¿Tiene la imagen género? Una propuesta metodológica desde los gender studies y la estética audiovisual*. Ésta perspectiva interpretativa busca comprender el significado de las imágenes a través de un proceso de descripción, análisis, interpretación y evaluación, teniendo en consideración que las imágenes son portadoras de significados, que pueden ser analizadas de manera similar a los textos y que su interpretación es subjetiva y contextualizada.

Justamente, ambos autores afirman que “la hermenéutica nos permite recuperar el pensamiento de las imágenes y el estudio de la significación icónica en su relación con la subjetividad y con el mundo histórico que le da vida y sentido” (pp. 478 y 479).

1.6. Metodología y técnica

A lo largo de la Investigación, se acudirán recurrentemente a los aportes realizados por Francesco Casetti en su libro *Cómo analizar un film*, escrita en el año 1991.

La construcción psicológica, dramática y narrativa de un personaje, según los conceptos planteados por el autor, comprende al personaje según sus tres dimensiones: El personaje como persona, como actante y según su rol. (Casetti, 1991, capítulos 5.2.4; 5.2.6 y 5.2.5, respectivamente). Justamente, Casetti plantea, dentro de sus capítulos, que existen otros modos de abordar al personaje que van más allá de la personalidad (Casetti, 1991, p.179), y pone como ejemplo los géneros de gestos que asume, la gama de sus comportamientos y las clases de acciones que lleva a cabo. Gracias a esto, y como resultado, “ya no nos encontramos frente a un personaje como individuo único, irreductible, sino frente a un personaje como elemento codificado: se convierte en una «parte», o mejor, en un rol que puntúa y sostiene la narración” (p.179).

Para abordar los significados que subyacen en las películas seleccionadas, se recurrirá al análisis discursivo de Eliseo Verón, tal como lo plantea en su libro *La semiosis social* (1993). Verón sostiene que los discursos son construcciones ideológicas y sociales, y su interpretación

no se limita al contenido explícito, sino a los mecanismos que lo producen y a cómo estos discursos son recepcionados y resignificados por diferentes audiencias.

En este sentido, el análisis discursivo se centrará en desentrañar cómo las representaciones de los personajes, las tramas y los elementos visuales en *La Sirenita* y *El Rey León* no sólo reflejan valores sociales y culturales, sino que también participan en la construcción de estos significados en el imaginario colectivo. A lo largo del Trabajo Final de Grado, se verá cómo estos significados generan materialidades que impactan el entramado social, sugiriendo que las producciones culturales no sólo reflejan, sino que también producen efectos tangibles en la realidad social. El análisis discursivo permitirá revelar cómo estas producciones de Disney modelan y reflejan ideologías de género, poder y marginalización.

Otro de los aportes que se tendrán en cuenta a lo largo de la contextualización será el análisis del discurso audiovisual según los conceptos planteados por el semiólogo, sociólogo y teórico cinematográfico Christian Metz, en su libro 'El decir y lo dicho', escrito en el año 1978.

Metz (1978) explica que, en el ámbito del cine, "el *decir* decide soberanamente lo *dicho*" (p.17), ya que es en esta industria, más que en cualquier otro arte, donde se pretende que el film -como medio de expresión y como forma del decir- limite por sí misma desde un principio su campo de "lo decible", imponiendo así la adopción preferencial de ciertos temas (p.17). Hay, por lo tanto y en toda la fuerza de la expresión, temas de films (en tanto no existen «temas de libros» en un sentido similar), algunos contenidos, en detrimento de otros, que son considerados «cinematográficos» (p.17) y otros que no lo son.

El autor aborda, justamente, la noción de que dentro del cine existen censuras, tanto económicas, como políticas e ideológicas -y por lo tanto éticas- que se pueden observar en la mutilación de ciertos contenidos -'considerados indecentes'- dentro de los films (Metz, 1978, p.18) y la industria cinematográfica; llegado incluso a mencionar el Código Hays (p.18).

No es raro que la censura ideológica, por sí sola, consiga ampliamente hacer desaparecer de las pantallas muchos temas y *muchas formas de tratar esos temas*, que las censuras institucionales no habrían reprimido en absoluto. si la historia del cine no ofrece hasta 1965 un solo personaje de un alemán del cuarenta y cinco que dé la misma impresión de verdad (...), no era por efecto de ninguna censura institucional, sino de una más *insidiosa restricción de los posibles filmicos* que no es sino la faz cinematográfica de lo *Verosímil* (Metz; p.19)

Se utilizarán los aportes de Eliseo Verón y Francesco Casetti para desentrañar los significados ocultos en las películas elegidas, centrando el análisis en el corpus audiovisual. Verón será la clave para examinar cómo los discursos visuales y narrativos transmiten ideologías a través de las representaciones de héroes y villanos. Casetti proporcionará una estructura para analizar a los personajes en sus respectivas dimensiones, permitiendo un enfoque detallado de la construcción psicológica y narrativa. Este enfoque será esencial para descomponer los arquetipos de héroes y villanos, particularmente en el análisis de figuras como Ariel y Úrsula en *La Sirenita* y Simba y Scar en *El Rey León*.

1.7. Fundamentación y Justificación

Con la llegada del siglo XXI y la creación del sistema de clasificación de películas según la edad, ciertos temas -anteriormente considerados tabús y/o directamente prohibidos³-, pudieron ser paulatinamente incluidos en el mundo audiovisual.

Sin embargo, muchos de los productos que surgieron en una época de censura, persecución y profunda intolerancia hacia todo lo que se consideraba ‘anormal’, ‘desviado’ e ‘indecente’ -como explica la cinéfila Miriam Figueras en sus artículos *El código Hays o la autocensura de Hollywood (2013)* y *El macartismo o la caza de brujas en Hollywood (2012)*- siguen siendo populares. Estos filmes continúan siendo consumidos masivamente, a pesar de que varios ya cuentan con más de 50 años de antigüedad.

Actualmente, persisten la intolerancia, la exclusión, la discriminación y la persecución hacia ciertos sectores de la sociedad. Incluido en uno de ellos se encuentra, por ejemplo, la comunidad LGBTTTIQA+⁴, cuya representación en el ámbito audiovisual -y más aún en el ámbito de la animación- se vio distorsionada y manipulada en el pasado por una agenda dogmática de odio; cargada de estereotipos dañinos que asentaron raíces de manera sutil e inconsciente en nuestra percepción, a lo largo de los años.

³ El Código Hays regulaba y censuraba, por ejemplo, toda escena sensual y/o sexual que no cumpliera con ciertos parámetros. Por ejemplo, los besos eran cronometrados, ya que no podían durar más de cierta cantidad de segundos. Tampoco podían ser lascivos. A su vez, la vestimenta de la mujer no podía ser transparente o corta; ya que se podían llegar a mostrar zonas indebidas, como el ombligo. Temas como las parejas interraciales, la homosexualidad, la gente sin techo, y la pobreza eran directamente censurados (Figueras, 2012-13)

⁴ Esta es la sigla que se utilizará repetidamente a lo largo del trabajo. Aún así, ésta no termina de abarcar todos los tipos de identidades de género y orientaciones sexoafectivas existentes en su totalidad. Esta sigla no busca de ninguna manera ser excluyente ni exhaustiva, sino un mero indicador. Incluimos dentro de este paraguas conceptual a lesbianas, gays, bisexuales, transexuales, travestis, transgéneros, intersexuales, queers, asexuales, hermafroditas, pansexuales y demás formas de autopercepción (CEDHJ, 2021)

Se podría decir que los estereotipos forman parte del ámbito comunicacional, ya que ayudan a moldear y modificar constantemente nuestra percepción y manera de accionar. Estos se dan cuando un tipo de representación se repite frecuentemente, cristalizándose en el inconsciente colectivo para distorsionar, simplificar y reducir aquello que se representa a una serie de atributos seleccionados, en detrimento de otros, por un sector dominante (Gamarnik, 2009; p.28)

La influencia de los estereotipos que se abordarán a lo largo del Trabajo Final de Grado prevalece en la actualidad. Estos no han hecho más que dañar, vilipendiar y vulnerabilizar a una comunidad, de manera completamente intencional. Los mensajes que brindan -si bien subyacentes- cuentan con una fuerte carga comunicacional que no hay que ignorar, y que merece la pena estudiar.

Con lo antedicho, este recorrido tiene el objetivo de echar luz sobre temas que, de otra manera, permanecerían “ocultos” y sólo serán parte del conocimiento de un grupo reducido de individuos. Esto se debe principalmente a que los pensamientos que la sociedad vincula con los filmes animados de la compañía de Walt Disney Pictures son, mayoritariamente, positivos y nostálgicos. Henry Giroux (1999) -reconocido teórico de la educación y crítico social estadounidense- explica esta noción en su obra *El ratón que rugió: La educación en una cultura en crisis*⁵ al decir que,

En la mente popular, Walt Disney, tanto el hombre como la empresa, es sinónimo de la noción de inocencia infantil. Disney se convierte en un símbolo de la seguridad y el romanticismo de la América pueblerina de antaño, un prístino país de Nunca Jamás, en el que las fantasías de los niños se hacen realidad, reina la felicidad y la inocencia se mantiene a salvo gracias a la magia del polvo de hadas (p.17)

Kuhn (2002) -citado en Griffin (2017; p.873)- ha llevado esto un paso adelante y ha investigado sobre los recuerdos que tienen las personas mayores acerca de sus experiencias al ir al cine en su infancia. En un principio, optó por trabajar con personas mayores debido a las dificultades que implica estudiar experiencias abstractas con jóvenes cuyo lenguaje aún no les permite expresar de manera adecuada las experiencias que les afectan emocionalmente. Esto se debe principalmente a que los participantes de Kuhn debían recordar no tanto los contenidos

⁵ Tanto el título como la cita fueron traducidos al español.

de las películas, sino más bien cómo estas les hacían sentir. Y lo interesante de la investigación fue que la palabra que más se mencionó entre los seleccionados fue la ‘nostalgia’ (p.873).

Este último factor es crucial, ya que la nostalgia tiene un rol fundamental a la hora de forjar percepciones y sesgos cognitivos, siendo capaz de alterar nuestra lógica, juicio y razonamiento. Es difícil analizar con ojos críticos aquel elemento preciado de la infancia, que tanta felicidad me brindó en su momento. Y más difícil aún es el hecho de encontrar aspectos negativos dentro de aquellos recuerdos. Justamente, la American Psychological Association publicó un artículo al respecto titulado *Memory Distortion* (s.f.); donde se explica que:

La idealización es una forma de distorsión de la memoria que ocurre cuando recordamos eventos positivos de manera más favorable de lo que realmente fueron en el momento en que ocurrieron. Esto puede deberse a la influencia de nuestras emociones y percepciones en el momento en que se formó el recuerdo, así como a nuestra tendencia natural a olvidar detalles negativos y recordar los positivos. Además, a medida que pasa el tiempo, nuestros recuerdos pueden ser influenciados por la nostalgia y la imaginación, lo que también puede hacer que idealicemos ciertas experiencias del pasado.

Teniendo esto último en cuenta, nadie se espera realmente que haya mensajes subliminales y subyacentes en películas animadas para niños. Y sin embargo, la compañía no sólo se inspiró en *Divine*, una *drag queen*⁶ famosa de Baltimore, para diseñar a Úrsula -la villana del filme ‘La Sirenita’ (1989)- y en Tallulah Bankhead, una actriz de cine extravagante, polémica (y abiertamente bisexual) de la época para diseñar a Cruella De Vil -la villana del filme 101 Dálmatas (1961)- sino que además, se apropió de la estética ‘Camp’, -término acuñado y definido por la escritora y filósofa Susan Sontag en su ensayo *Notas sobre lo camp*- para dar vida a la gran mayoría de sus villanos. De esta manera, Disney retuerce esta estética - que busca ser neutra, apolítica (Sontag, 1964, p.2) y liberadora (p.13) -, brindándole una connotación completamente negativa y pecaminosa.

Por todo lo expuesto, este recorrido pretende contribuir al análisis y a la crítica de fenómenos históricos y socioculturales, con el fin de entender mejor las raíces de nuestra idiosincrasia y cosmovisión contemporánea y, de este modo, poder aprender y evolucionar tanto a nivel individual como colectivo.

⁶ Forma de personificación y transformismo en el que una persona altera su apariencia y los patrones de su personalidad para ajustarlos al comportamiento y apariencia de un personaje, exagerando las cualidades estéticas asociadas popularmente a la feminidad mediante la utilización de vestuario *flamboyant* o extravagante, peinados exuberantes y maquillaje, originado de una intención primordialmente cómica o satírica.

Asimismo, resulta relevante incluir la perspectiva de los estudios de género, sexualidad y de la comunidad LGTBTTIQA+, con el objetivo de ofrecer un reconocimiento justo en los productos culturales que, muchas veces, la representan de manera sesgada o discriminatoria. Después de todo, el análisis de las películas no sólo nos permite identificar desigualdades, sino también cuestionarlas. De hecho, el análisis cinematográfico puede proporcionar valiosas herramientas para entender la "producción y subyugación simultáneas de los sujetos" (Butler, 1993, p. 130), así como los mecanismos que legitiman ciertos imaginarios como "reales" y otros como "fantasías" (Griffin, 2017, p. 870).

La crucialidad de incluir la perspectiva de género en el análisis de los filmes se debe principalmente a que la sociedad establece normas y valores sobre lo que es aceptable en términos de sexualidad, género y otros aspectos relacionados con la identidad y el cuerpo. Estos no son universales, sino que son construcciones sociales y culturales que evolucionan y cambian constantemente, moldeados por un sistema de poder que determina lo que es aceptable, inteligible o abyecto en un momento sociocultural e histórico específico (Butler, 2018; p.33). Por lo tanto, el hecho de tener que estudiar cuerpos idealizados o vilipendiados dependiendo del rol que ocupen en la historia nos hace reflexionar sobre la necesidad de una mirada integral.

► Contextualización

2.1. El Código Hays

El Código de Producción de la Asociación Cinematográfica de Productores de Estados Unidos, también conocido como El Código Hays, fue una iniciativa establecida en 1930 por los estudios de Hollywood para llevar a cabo una censura masiva de contenido audiovisual. Su objetivo era mantener e imponer los valores morales de la época, promoviendo un entretenimiento “inocente” (Leff & Simmons, 1990; p. 122), “limpio” y “saludable”. Justamente, en *La Dama en el Kimono: Hollywood, censura y el Código de Producción*, Leonard Leff y Jerold Simmons (1990) describen cómo esto era un eufemismo para las películas que no contenían sexo explícito, desnudos, blasfemias o violencia (p. 3) de ningún tipo.

Thomas Doherty (1999) explica en sus obras *Hollywood antes del Código: sexo, inmoralidad e insurrección en el cine estadounidense* y *El ‘censor’ de Hollywood: Joseph I. Breen y la Administración del Código de Producción*, que “La era pre-código fue una época de experimentación en la que los cineastas exploraron la sexualidad, la violencia y la subversión política sin restricciones” (p. 13) y que la creación e imposición del mismo “no sólo representaba la ortodoxia social y religiosa de la América conservadora de los años 30, sino que también era un reflejo del poder de los intereses empresariales y políticos de la época” (p. 133).

De la afirmación anterior se puede inferir que todo cineasta y jefe de estudio de aquel entonces tenía suficientes razones para obedecer estas restricciones (Jeff & Simmons, 1990; p.11), ya que se corría el riesgo de ser censurado y/o directamente no ser financiado. Esto no sólo traía como consecuencia el cuestionamiento del ‘prestigio’ o ‘profesionalidad’ de quien ignorase el código, sino que además implicaba considerables pérdidas económicas que amenazaban con la bancarrota absoluta; lujo que pocas empresas -por no decir ninguna- podían permitirse; menos aún teniendo en cuenta el contexto económico que englobaba a Estados Unidos en aquel entonces⁷.

⁷ La Gran Depresión-también conocida como La crisis de 1929-, fue una gran crisis financiera mundial que se originó en Estados Unidos y que se prolongó durante la década de 1930, en los años previos a la Segunda Guerra Mundial. Su duración depende de los países que se analicen, pero en la mayoría comenzó alrededor de 1929 y se extendió hasta finales de los

Dado este contexto, no es sorprendente que a finales de la década de 1940, la industria del cine haya internalizado en gran medida los valores de la Legión [de la decencia], terminando por auto-regularse de manera efectiva (Black, 1994; p. 146). Thomas Doherty también señala esta noción, sosteniendo que "el código de producción fue el esfuerzo más sistemático y exhaustivo jamás hecho por una industria de medios para regular su propio contenido" (Pre-Code Hollywood, 1999, p. 64).

El código Hays fue finalmente reemplazado por el sistema de clasificación por edades, instaurado por la MPAA⁸ el 1 de noviembre de 1968. Este sistema consiste -y continúa consistiendo actualmente- en categorizar las películas según el contenido considerado apropiado por la MPAA para cada rango de edad.

Mediante este nuevo sistema, se brinda información y orientación a los espectadores a través de pautas claras y recomendaciones según el rango etario específico, como "Apto para todo público", "Mayores de 13 años", "Mayores de 17 años" y "Restringido para adultos". De esta manera, la clasificación por edades se ha convertido en una valiosa herramienta que permite a las audiencias tomar decisiones informadas sobre las películas que desean ver.

2.1.2. Lo abyecto; lo rechazado

Según Judith Butler (2008), "abyecto designa esas corporalidades que son inteligibles, que son inclusive categorizadas como no humanas, pues no calzan con los estándares sociales" (p.14). En este sentido, lo abyecto funciona como un campo discursivo que define normativamente lo que es humano y lo que no es. Esta conceptualización del abyecto se utiliza para explorar como ciertos cuerpos y sujetos son marginados y excluidos del ámbito de lo socialmente aceptable, revelando las fronteras y los límites impuestos por las normas hegemónicas sobre el cuerpo y la identidad.

La idea de lo abyecto, tal como la define Butler, no sólo opera en el ámbito de las corporalidades individuales y su exclusión del espacio social, sino que también puede aplicarse al análisis de cómo ciertas representaciones son reguladas en la cultura mediática. Este concepto resulta especialmente útil al examinar cómo la industria cinematográfica de

años treinta. Fue la depresión más larga en el tiempo, de mayor profundidad y la que afectó a un mayor número de países en el siglo XX.

⁸ La MPAA, abreviación de *Motion Picture Association of America*, es la organización que se constituyó en 1922 "para velar por los intereses de los estudios cinematográficos"

Hollywood, a través del Código Hays, limitó la representación de lo que consideraba “no humano” o “inmoral”. Según Leff y Simmons (1990), “el Código Hays tuvo más impacto en lo que las películas *no* podían mostrar, que en lo que podían” (p.179).

Entre los temas restringidos se encontraba la abierta representación de temas tabúes como la comunidad LGBTTTIQA+, el feminismo y la miscegenación⁹. Otras cuestiones como la blasfemia, la desnudez, la lujuria, la pobreza, la violencia, el consumo de drogas y la sátira - desarrolladas o no desarrolladas en su propia cláusula específica- fueron englobadas bajo el ambiguo término “inmoralidad” con el que las películas debían evitar ser asociadas a toda costa para no ser censuradas por la *PCA*¹⁰.

A continuación, se brindará ejemplo de las siete cláusulas más críticas y poderosas del Código Hays, que luego serán desarrolladas en párrafos posteriores:

- "Se prohíbe la presentación en pantalla de cualquier idea que pueda animar o fomentar **la inmoralidad**". (Doherty, 1999; p.351)
- "Se prohíbe la representación de actos de **perversión sexual**". (Doherty, 1999; p.363)
- "Se prohíbe la presentación de **desnudez** total o parcial en pantalla, y la presentación de **ropas ajustadas** que revelen la forma del cuerpo en una forma indecente". (Doherty, 1999; p.357)
- “La presentación de los **blancos y negros** deberá ser correcta y decente”. (Doherty, 1999; p.363)
- “Los títulos no deben desacreditar a **la ley** o a la administración pública”. (Doherty, 1999; p.351)

⁹ Por Miscegenación nos referimos a una de las leyes del *Apartheid* en África y las *Jim Crow Laws* de Estados Unidos que prohibió hasta 1967 las relaciones sexuales entre individuos de diferentes grupos raciales.

¹⁰ La ‘*Production Code Administration*’ (PCA) era una entidad establecida por la ‘*Motion Picture Producers and Distributors of America*’ (MPPDA) para aplicar y hacer cumplir el Código Hays en la industria cinematográfica. Ésta era responsable de revisar los guiones y las películas para asegurarse de que cumplieran con las pautas establecidas por el Código Hays, trabajando en estrecha colaboración con los estudios cinematográficos para proporcionar orientación y sugerencias sobre cómo modificar el contenido de una película para que fuera aceptable bajo el Código. La PCA tenía autoridad para aprobar o rechazar una película y otorgar el sello de aprobación, que indicaba que la película cumplía con los estándares del Código Hays.

- “Las películas deberán de proteger **el hogar y la familia**”. (Doherty, 1999; p.362)
- “Se prohíbe la presentación de **la blasfemia**”.¹¹ (Doherty, 1999; p.357)

En cuanto a la mujer y su rol social, la sexta cláusula del Código Hays establecía que las películas debían “proteger el hogar y la familia”, lo que en la práctica significaba reforzar los roles tradicionales de género manteniendo la visión hegemónica tradicional y patriarcal. Se relegaba a las mujeres al ámbito del hogar, como esposas y madres, y se las presentaba -en su mayoría- como meros intereses románticos. La representación de mujeres fuertes e independientes era limitada, y cualquier indicio de desafío a las normas de género establecidas era censurado.

Por otro lado, las restricciones del Código contra la representación de la miscegenación y el mestizaje -formuladas en la cuarta cláusula- reflejaban el profundo y sistemático prejuicio racial arraigado a la sociedad estadounidense a lo largo del S.XX. Justamente, la presentación “correcta” y “decente” de ambas razas buscaban hacer referencia a las leyes *Jim Crow*¹², establecidas en 1976 y vigentes hasta el año 1965.

Si bien ninguna de las cláusulas del Código Hays -tanto de las que se incluyeron como de las que se omitieron en este Trabajo Final de Grado- contiene una referencia explícita a la comunidad LGBTTTIQA+, Gregory Black (1994) explica en su obra *Hollywood censurado: códigos de moral, católicos y el cine*, que la sociedad entendía y daba por hecho que dichas ‘tendencias’ formaban parte de la segunda cláusula como insinuaciones o actos de “perversión sexual” que debían ser erradicados de la gran pantalla en su totalidad (p. 78). El autor incluso afirma que el sentimiento de rechazo hacia ‘los homosexuales’ provenía sobre todo del catolicismo (p.45) conservador y sus representantes, quienes lograron expresar y reflejar la

¹¹ Al prohibir cuestiones como ‘la blasfemia’ de una manera explícita, se podría incluso decir que el Código Hays no respetaba la primera enmienda constitucional de los Estados Unidos, que se basaba en proteger la libertad de expresión de todos los ciudadanos.

¹² Las *Jim Crow Laws* -o Leyes Jim Crow- propugnaban la segregación racial en todas las instalaciones públicas bajo el lema «*separados pero iguales*». Estas se aplicaban a los afroestadounidenses y a otros grupos étnicos no blancos en los referidos estados de los Estados Unidos.

mentalidad conservadora hegemónica de la época y los prejuicios que ésta arraigaba a través del código y sus cláusulas.

Se podría decir entonces que lo *queer* pasó de ser tabú a ser censurado, siendo visto como una otredad indecente y peligrosa, que debía ser suprimida y condenada en todas sus formas (Lewis, 2000; p.98). Black (1994) incluso llega a afirmar esto en su libro, explicando que:

Muchos en la industria del cine comenzaron a ver a la Administración del Código de Producción y su aplicación de la moral en la pantalla como una manifestación de las mismas fuerzas que estaban reprimiendo al Partido Comunista¹³ y a los homosexuales (p. 210).

Por su parte, Daniel Lugowski (2018) también aborda la representación homosexual en su libro *Vendiendo el peligro amarillo: raza, romance y propaganda en Hollywood durante la Segunda Guerra Mundial*, sosteniendo que "Los personajes o 'temas gay' eran evitados o reprimidos, y cuando eran representados, a menudo se hacía para demostrar los peligros de la homosexualidad o como fuente de alivio cómico" (p. 91).

Éste último punto de Lugowski no es menor y mantendrá un rol importante y constante en los análisis que se llevarán a cabo a lo largo de este Trabajo Final de Grado, ya que no sólo la homosexualidad no podía ser retratada positiva o simpáticamente (Lewis, 2000; p.98), sino que además el código contaba con ciertas cláusulas -a las que denominaremos 'Cláusulas del castigo'- que establecían lo siguiente:

- "El crimen no debe presentarse de manera atractiva o de una manera que sea capaz de crear simpatía por el delincuente". (Doherty, 1999; p.352)
- "Los delitos deben ser presentados como repugnantes y no deben dejarse sin castigo". (Doherty, 1999; pp. 352 y 356)
- "Los delitos contra la ley, la justicia y la moral no deben presentarse de manera atractiva, y se deben presentar como causantes de sufrimiento y fracaso". (Doherty, 1999; p.352)

¹³ El macartismo consistió en una persecución anticomunista impulsada por el senador Joseph McCarthy (1909-1957) en los Estados Unidos de América durante el período de la guerra fría.

- “Ninguna trama debe estar construida de tal manera que la cuestión del bien o del mal quede en duda o empañada”. (Doherty, 1999; p.352)

El objetivo de estas cláusulas, entonces, era enviar un mensaje claro al público: quienes participan de la ‘delincuencia’ o de actos ‘inmorales’ no deben ser aceptados, permitidos y avalados en la sociedad.

No obstante, este reglamento también daba a entender que un personaje *podía* cometer un crimen o comportarse de manera inmoral siempre y cuando se enfrentase a las consecuencias de sus acciones y recibiese un ‘castigo adecuado’ al final del filme. De esta manera, los cineastas podían abordar temas polémicos como el crimen, la corrupción y la violencia; siempre que los presentaran de manera abyecta, condenatoria y digna de una penalización al final de la película.

Justamente, Doherty (1999) explica que los cineastas a menudo encontraban formas creativas de abordar temas tabúes a través de la representación de personajes que, aunque no eran necesariamente villanos, sufrían las consecuencias de su comportamiento inmoral (p.143). En este sentido, sugiere que el Código Hays no impidió completamente la exploración de temas prohibidos en el cine, pero sí los hizo más difíciles de abordar de manera explícita.

Se podría decir que este fue uno de los motivos que llevó a los estudios como *Walt Disney Pictures* a crear villanos unidimensionales y sumamente caricaturescos -sin arcos de redención, tonalidades grises o desarrollo alguno- ya que en esa época "el verdadero enemigo del cineasta era la ambivalencia, la sugerencia, la sutileza, la elusión y la implicación; todas las cosas que hacían que la audiencia pensara y sintiera por sí misma" (Doherty, 1999; p. 8). En otras palabras, el Código Hays buscaba eliminar cualquier elemento que pudiera generar dudas o interpretaciones diversas, prefiriendo una narrativa más clara y directa, limitando la creatividad y la capacidad de los cineastas para abordar temas de manera más compleja y provocativa.

Miriam Figueras (2012) sostiene esta noción en su ensayo *El macartismo o la caza de brujas en Hollywood*, afirmando que los estudios se habían vuelto muy “cautelosos con las películas que distribuían” ya que “Géneros como el cine negro veían como cada vez se

producían menos y menos films. Los géneros se mezclaban y las ideas se camuflaban; todo en un intento de seguir con la profesión sin despertar sospechas”.

2.1.3. La psicología detrás de la gran pantalla

Ahora bien, ¿qué tipo de impacto y repercusión tuvo la influencia del Código Hays en la sociedad? ¿Simplemente alteró la forma de concebir el cine, o fue incluso más allá? ¿De qué manera son afectadas las audiencias, a nivel psicológico, por un discurso?

A lo largo de esta sección, partiremos de la siguiente base: pensar al cine como uno de los medios que *construye significaciones* y da cuenta de los *procesos de cambio* en la sociedad, transformando y modificando el *imaginario social* (Casado, 2019, p.3) de manera compleja e *indirecta*, al construir *normativas sociales* relacionadas a distintos ámbitos y *aspectos culturales*, como: el género, la clase social y la edad, entre otras cosas (Elizalde, 2013; p.28)

Black (1994) explica que: "La industria cinematográfica no era tanto una empresa comercial sino una institución cultural que moldeaba los valores morales y éticos de la nación" (p. 7). Por lo tanto y si seguimos esta lógica, la industria del cine incorporó de manera efectiva los valores impuestos por el Código Hays, ayudando a reforzar el pensamiento hegemónico¹⁴ de la época para convertirlo en el único pensamiento normativo y moralmente aceptado.

Justamente, Martín Rojo (1996) señala esta noción en su libro *El orden social de los discursos*, al afirmar que:

Los discursos no reflejan la ‘realidad’, sino que construyen, mantienen y refuerzan interpretaciones de esa ‘realidad’. Es decir, construyen representaciones de la sociedad, de las prácticas sociales, de los actores sociales y de las relaciones que entre ellos establecen. Los discursos generan, por lo tanto, un saber, un conocimiento. (pp. 1 y 2)

Los discursos pueden cuestionar y, a la vez, consolidar una idea o práctica social, instituyendo, ordenando y organizando nuestra interpretación de los acontecimientos y de la sociedad y haciéndonos incorporar opiniones, valores e ideologías; (Martín Rojo, 1996; pp. 3 y 4)

¹⁴ El pensamiento hegemónico, según Raymond Williams, se refiere a las ideas, valores y creencias dominantes que son aceptadas y compartidas ampliamente por una sociedad en un momento determinado. Estas ideas tienden a mantener y reforzar el orden social existente, influyendo en cómo se percibe y comprende el mundo. (Williams, 1977)

Teniendo esto en cuenta, la *no* representación de un colectivo -o, por el contrario, la representación caricaturesca y vilipendiada del mismo- también ayudan a reforzar estas nociones preconcebidas y a causar sesgos cognitivos, estereotipos y prejuicios en la sociedad. Por ejemplo: si todas las figuras heroicas de Walt Disney Pictures -con características, personalidades y estéticas impolutas, puras, bellas y perfectas- son contrastadas con las figuras villanas -con sus características, actitudes y estéticas *camp* o *queer-ificadas*- estos últimos atributos pasarían a tener, por asociación, una connotación negativa y des-legitimada. En otras palabras, si mis héroes y heroínas se comportan de determinada manera, será porque debo imitarlo y repudiar todo lo demás. Después de todo, ¿quién quiere asemejarse a Úrsula, pudiendo ser la Sirenita?

Es precisamente de esta forma, cuando las representaciones se repiten frecuentemente, que comienzan a generarse y arraigarse los estereotipos. Los mismos, según Cora Gamarnik (2009) en su libro *Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso*, “son figuras retóricas que se cristalizan en el inconsciente colectivo y funcionan para distorsionar, simplificar y reducir aquello que se representa a una serie de atributos seleccionados, en detrimento de otros, por un sector dominante” (p.28). Y, efectivamente, este era el tipo de representaciones -simplificadas e hiperbolizadas al mismo tiempo- que el Código Hays permitió de unos cuantos sectores vulnerabilizados, como se ha mencionado en la sección anterior.

Esta contraposición y lucha de discursos dominantes y dominados que menciona Gamarnik surge debido a la importancia y la trascendencia social, desigual y despareja que poseen los discursos (Martín Rojo, 1996; p.4). Es por esto que Martín Rojo desarrolla el concepto de un ‘orden social’ que clasifica y regulariza a los discursos según su poder dentro del *status quo*. Dentro de la regulación de este orden hay desigualdad (pp. 4 y 5); habiendo discursos que son favorecidos en su producción y circulación (p.5), mientras que otros son excluidos, ridiculizados y/o directamente prohibidos, como hemos visto con el Código Hays.

Un claro ejemplo de discurso dominante, durante esta época de censura en el cine, que ha contribuido en la “reproducción de un orden legitimado” (Martínez y Merlino, 2012; p.80), han sido las representaciones de género dentro de la concepción binaria¹⁵, junto a las expectativas y normativas que cada uno de estos roles tradicionales posee.

¹⁵ El binarismo de género es una concepción tradicional y simplificada que categoriza a las identidades de género en dos categorías exclusivas y opuestas: masculino y femenino. Esta concepción establece que las personas deben encajar

Por un lado, y como bien lo explican Martínez y Merlino (2012) en su libro *Normas de Género en el Discurso Cinematográfico Infantil: El Eterno Retorno del “Final feliz”*, a la mujer se la ha vinculado tradicionalmente con el llamado “rol de reproducción”, que no necesariamente se reduce a los aspectos biológicos, sino que además “incluye funciones relacionadas con el cuidado de los ancianos, los enfermos, y el marido”. A su vez, es considerada como “la principal responsable por la crianza y educación de los hijos, entre otras actividades relativas a la protección de la unidad familiar”, posicionándola en el polo “de lo pasivo de las emociones, de lo doméstico y de la dependencia económica” (pp. 80 y 81).

Por otro lado -uno completamente opuesto- el hombre ha sido vinculado históricamente “al rol productivo, a la provisión del hogar, al uso de la fuerza, a la defensa del hogar y la familia, a la racionalidad y al manejo de armas”, que, en otras palabras, se traduce a un rol activo, lógico e independiente. (p.81)

Frente a este orden binario el rol de los medios es el de brindar un “espacio legitimado” para que las ideologías dominantes cobren mayor fuerza, poder y relevancia en su transmisión de sentidos y valoraciones de lo que “es” y “debería ser” la vida en sociedad (Martínez y Merlino, 2012; p.80).

Es justamente a través de los medios -incluyendo a los productos cinematográficos, en el caso del Código Hays- donde se reproducen y reflejan las expectativas, ya sean positivas o negativas, que tiende a tener la sociedad frente a un determinado tema o sector social particular. Dichas expectativas, plantando la semilla del miedo y la inseguridad, influyen y presionan a las personas para que incorporen e internalicen actitudes y comportamientos que no hacen más que contribuir y reforzar aquello que se considera apropiado o socialmente adecuado. Caballero y Zurián (2012) refuerzan esta noción en su libro *¿Tiene la imagen género? Una propuesta metodológica desde los gender studies y la estética audiovisual*, al explicar que del cine y sus discursos se desprenden modos de entender a la persona, su sociedad, su identidad y su ser. A esto se le suman implicaciones sobre cómo se construyen y cómo se entienden las identidades de género y cuestiones como la sexualidad, la cultura, la raza y la clase social, ya

en una de estas dos categorías basadas en su sexo asignado al nacer y se espera que se ajusten a los roles, comportamientos y características asociados con su género asignado. El binarismo de género no tiene en cuenta la diversidad y la complejidad de las identidades de género que existen en la sociedad. Muchas personas no se sienten cómodas ni se identifican exclusivamente como masculinas o femeninas, y algunas pueden identificarse como ambos, ninguno, o en un punto intermedio del espectro de género.

que todas estas cuestiones se entrelazan, son transversales y entretrejen nuestra propia *identidad* (pp. 9 y 10).

En otras palabras, todas estas dimensiones se interconectan en nuestra propia concepción de *quiénes somos*, por lo que el cine y los medios audiovisuales tienen un poderoso impacto en la forma en la que percibimos y vivimos nuestras identidades individuales y colectivas en una sociedad diversa que se encuentra en constante cambio. Se podría sostener, entonces, que la imagen es constitutiva de la identidad de un individuo, comunidad o nación, y que sin imágenes -e imaginarios- la cultura no existiría y la identidad tampoco (Getino, 2008; p.295).

Ergo, al tener que vivir rodeados de estos imaginarios, estereotipos, prejuicios, representaciones, expectativas, presiones e influencias -debido a que poseemos una identidad, vivimos en una sociedad y practicamos una cultura- las audiencias son llevadas, subconscientemente, a replantearse hasta su mera existencia. ¿Soy, acaso, normal? ¿Estoy haciendo las cosas bien? ¿Soy como debería ser?

Martín Rojo (1996) califica este proceso como uno de “subjetivación” y “normalización” (p.11) en donde el ser humano se reconoce como sujeto y se constituye como objeto de conocimiento para sí mismo, siendo inducido a examinarse, descifrarse (p.12) reflexionarse y castigarse (p.13) ¿Actúo como mis princesas y heroínas favoritas? ¿Me veo como ellas? ¿Soy pasiva, como Cenicienta? ¿Bella como Blancanieves? ¿Grácil como Aurora? ¿Qué pasa si no tengo un cuerpo “bonito” o hegemónico? ¿Soy demasiado ‘dramática’, ‘exagerada’ o ‘teatral’ -en el mejor de los casos- si poseo características inconformistas? ¿Me convierte todo eso en una villana?

Se podría decir que el elemento del *miedo* juega un rol fundamental en el proceso de subjetivación, ya que el individuo es llevado a creer -y no sin motivos- que tiene que adoptar el discurso dominante y actuar en base a lo que la sociedad enseña a uno a ser. De lo contrario, uno nunca será aceptado, sino que se verá estigmatizado y excluido. Ahí es donde entra el elemento del *deseo*. El deseo de ser aceptado y la creencia de que “encajando” es como uno adquiere y se vuelve merecedor de cualquier tipo de valor.

En conclusión, las dinámicas de rechazo conllevan a la formación de imágenes negativas basadas en reglas y normativas que, si bien pueden ser tanto implícitas como explícitas, en cualquier caso, son evocadas.

Esto sumerge al interlocutor en un contexto donde ser diferente tiene consecuencias devastadoras. Un contexto donde formar parte del “ellos” y no del hegemónico “nosotros” resultará en el repudio social y la exclusión que ésta arraiga, cosa que -irónicamente- fuerza a la persona a asumir una posición de autoaislamiento, con el fin de autopreservarse y mantener una sensación de seguridad e integridad física y mental. En este proceso, al tener que optar entre una potencial “inclusión o exclusión”, el individuo se ve obligado a aceptar de manera implícita no sólo la existencia de una marcada distinción entre un “nosotros” y un “ellos”, sino también a asumir la base sobre la cual se ha realizado esta separación- así como los valores que están ligados al acto de rechazo y aquellos que conforman la otredad¹⁶ (pp.17-20).

¹⁶ La *otredad* es el resultado de un proceso filosófico, psicológico, cognitivo y social a través del cual un grupo se define a sí mismo, crea una identidad y se diferencia de otros grupos. Bajo este contexto, la identidad y la otredad van de la mano. Al presentarse como hombre, una persona se describe como alguien que no es mujer; al identificarse como blanco, se ubica en un grupo racial diferente al de las personas asiáticas o negras. Este ejercicio puede tener una carga negativa cuando las diferencias (reales o imaginarias) con otros grupos se estigmatizan y son potencial para la discriminación entre estas unidades. La dinámica se complica cuando hablamos de grupos dominantes y desbalance de recursos, justicia y empatía entre mayorías y minorías sociales. (García-Bullé; 2022)

2.2. La compañía del ratón

"Los acontecimientos de la historia deben estar siempre sujetos a cuestionamiento, a deconstrucción, incluso a declaraciones sobre su obsolescencia.

Respetar lo sagrado es estar paralizado por ello".

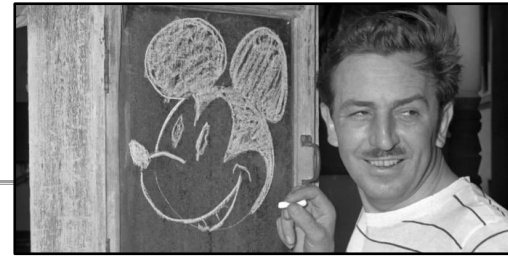
-Bell, Haas & Sells (1995)

A lo largo de los siguientes capítulos, incluyendo el análisis audiovisual del corpus, se partirá de la siguiente hipótesis: si bien la implementación del Código Hays finalizó en 1968 - siendo reemplazado por el sistema de calificación de películas por edades- este código mantuvo su influencia en el ámbito cinematográfico, tanto en sus valores conservadores como en sus pautas y autorestricciones de contenido; manifestándose y consolidándose en compañías como la de *Walt Disney Pictures*. En otras palabras, esta compañía en particular, a través del impacto sociocultural y del rol educativo subyacente de sus productos audiovisuales, preservó ciertos aspectos de la ética y las restricciones morales del Código Hays a pesar de que ya no era una imposición legal.

Teniendo esto último en cuenta, ¿en qué medida fue -y continúa siendo- el accionar de *Walt Disney Pictures* algo basado en la necesidad de *supervivencia*? ¿En qué medida fue el resultado de elecciones arraigadas en el interés y/o ideología personal de la compañía?

2.2.1. El imperio

*"Sólo espero que nunca perdamos de vista una cosa: que **todo empezó con un ratón**".*
- *Walt Disney.*



A lo largo de las últimas décadas, la industria del entretenimiento ha experimentado un cambio profundo. Según Giroux y Pollock (2010), "aunque los sitios de medios que proliferan interminablemente parecen prometer acceso ilimitado a vastas reservas de información, tales sitios están controlados cada vez más por un puñado de corporaciones multinacionales" (p. 1). Este fenómeno, en el que unas pocas corporaciones dominan un vasto espectro de medios de comunicación, encuentra uno de sus máximos exponentes en la influencia y el alcance de *The Walt Disney Company*.

Walt Disney Pictures, una subsidiaria de *The Walt Disney Company*, ha logrado establecer un imperio mediático que abarca un amplio espectro de medios y plataformas, "poseyendo y controlando una participación mayoritaria en los medios de comunicación" (Giroux & Pollock, 2010; pp. 1-2). Entre las propiedades de Disney se encuentran seis estudios cinematográficos, incluyendo tres estudios de animación, además de otros estudios que producen películas para teatro. Disney también controla estudios de televisión, redes de cable, estaciones de radio, compañías de música, parques temáticos, líneas de cruceros, empresas de producción teatral y desarrollo de videojuegos, entre otros. La influencia de Disney se extiende incluso al mundo digital, siendo la primera empresa en vender películas y programas de televisión en línea a través de la tienda iTunes de Apple (Giroux & Pollock, 2010; p. 2). (véase anexo nº1)

Esta expansión no se limita al territorio estadounidense, sino que tiene un impacto significativo alrededor de todo el mundo. Justamente, Giroux y Pollock (2010) afirman que "uno de los ejemplos más visibles de crecimiento se puede ver en el papel cada vez mayor que desempeña la Walt Disney Company en dar forma a la cultura popular y muchos aspectos de la vida cotidiana en los Estados Unidos y en el extranjero" (p. 25). Disney ha forjado alianzas estratégicas con empresas como Apple, Inc. y Sony Corporation, convirtiéndose en un modelo importante de conglomerado multimedia en la era digital y un representante del poder corporativo en el nuevo milenio.

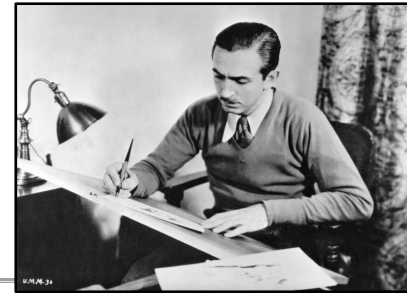
La influencia de Disney no se limita a la producción de películas y programas de televisión. La compañía ha adquirido subsidiarias de renombre, como Pixar, Marvel y Lucasfilm, lo que ha ampliado su alcance a través de franquicias icónicas como "Toy Story", "Los Vengadores" y "Star Wars". De esta manera, Disney no sólo moldea la cultura popular, sino que también ejerce un impacto significativo en el paisaje mediático global (Giroux & Pollock, 2010, p. 25). De hecho, Disney ha revelado que en el día de lanzamiento de su plataforma streaming *Disney+*, allá por noviembre del año 2019, se registraron más de 10 millones de suscriptores; llegando a alcanzar los 135 millones de suscriptores en 2022 y expandiéndose a más de 190 países (Sprangler, 2019 & Pierce, 2022)

En el contexto más amplio de la industria mediática en los Estados Unidos, la concentración del poder en unas pocas corporaciones es evidente. De acuerdo con Giroux y Pollock (2010), "los medios de comunicación de Estados Unidos están dominados por menos de 10 conglomerados, cuyas ventas anuales oscilan entre 10 y 170 mil millones de dólares" (p. 4). Estos gigantes mediáticos, que incluyen a *General Electric*, *AOL Time Warner*, *Disney*, *Viacom*, *News Corp* y *Bertelsmann AG*, controlan aproximadamente el 90% de los medios en los Estados Unidos. Estas corporaciones no solo dominan la producción de entretenimiento, sino que también influyen en la información que llega a nuestras vidas diarias a través de noticias y otros medios de comunicación (Giroux & Pollock, 2010, pp. 4-5).

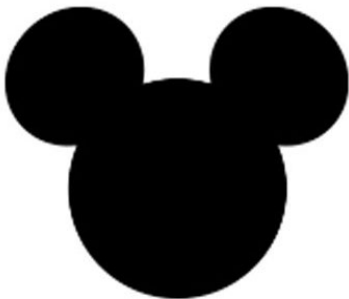
En resumen, el imperio de Walt Disney Pictures es un ejemplo sobresaliente de cómo una sola compañía puede ejercer un impacto significativo en la cultura popular y en la vida cotidiana a nivel global. Su presencia abarca una amplia gama de medios y plataformas, consolidando su influencia y poder corporativo en un panorama mediático dominado por unas pocas corporaciones gigantes.

2.2.2. La influencia

"Yo pienso en la mente de un niño como un libro en blanco. Durante los primeros años de su vida, mucho será escrito en esas páginas. La calidad de esa escritura afectará profundamente su vida."
- Walt Disney.



Hoy en día, se puede decir que el impacto que tiene *The Walt Disney Company* en la cultura contemporánea es innegable, habiendo dejado una huella indeleble en la cultura popular que continúa cautivando, con sus narrativas y personajes, a audiencias de todas las edades.



Lo que comenzó como una industria dedicada a producir dibujos animados para niños ha evolucionado hasta convertirse en una de las empresas más influyentes del mundo. Incluso a día de hoy, resulta prácticamente imposible observar una iconografía compuesta de tres círculos sin asociarla con el ratón mascota de la compañía: *Mickey Mouse*.

A lo largo del siguiente subcapítulo, se desarrollará cómo la influencia de la compañía tiene cuatro pilares, interconectados. En primer lugar, la globalización norteamericana en los países de occidente. En segundo y tercer lugar, respectivamente, encontramos el rol educativo de las infancias que adoptó *Disney* y el poder psicológico que éste arraiga. Y, por último, se encuentra la imagen -o entidad corporativa- que la compañía se auto-fabricó con el pasar de los años.

El fenómeno de la globalización *Disney* se introdujo en la subsección anterior, donde se dio a conocer que los productos audiovisuales de la compañía consiguieron alcanzar a más de 190 países y millones de usuarios en los últimos años. Y, teniendo en cuenta el carácter monopolístico de la megacorporación, en donde la competencia se erradica o se absorbe, pocas opciones de entretenimiento independiente sobreviven a la ambiciosa expansión económica y cultural de la compañía del ratón. Y, como todo pseudo monopolio¹⁷, el librarse de la

¹⁷ Disney es considerado un oligopolio debido a su dominio significativo en diversas industrias del entretenimiento, incluidos el cine, la televisión, los parques temáticos y la producción de contenido digital. Un oligopolio es un mercado caracterizado por un pequeño número de empresas que tienen el control de una gran porción del mercado, lo que les permite influir en los precios y las condiciones de competencia. La influencia de

competencia -de una manera u otra- implica el control sobre la industria mediática. *Qué se muestra, dónde se muestra, cuánto se muestra y cuándo se muestra.* A esto se le suma la ‘necesidad’ de consumo que el espectador es inducido a tener.

En otras palabras, esta situación crea una dinámica de retroalimentación, donde *Disney* crece gracias al consumo masivo que ellos mismos generaron en un primer lugar. La aparente “libertad de elección” del espectador se convierte en una ilusión, ya que la competencia es eliminada de la ecuación, dejando pocas alternativas de entretenimiento independiente. Así, el espectador occidental se encuentra atrapado en un ciclo en el que consume productos *Disney* como respuesta a una necesidad que la misma empresa ha creado, perpetuando su dominio sobre la industria mediática y limitando las opciones disponibles para el público.

A medida que se fue consolidando el microuniverso de la animación, se descubrió que este género contaba con el mismo potencial educativo, propagandístico y publicitario que muchos otros formatos visuales y/o audiovisuales. Y no solo eso, sino, además, que el medio contaba con la peculiar capacidad de lograr atrapar y llegar a múltiples audiencias de forma simultánea, entrelazando material que funcionaba para una niña de cinco años con material que funcionaba para un hombre de cincuenta años. Tanto así, que, “nos cuesta pensar, hoy en día, en otro medio cultural que lo haya hecho con tanta eficacia” (Griffin, 2017; p.873).

Sin embargo, Paul Wells -académico, guionista y director de la *Academia de Animación*- explica que, en sus inicios, la animación siempre fue identificada y asociada como un género infantil, dedicado pura y exclusivamente al entretenimiento de este grupo etario (Wells, 2002; p.3)

Justamente, el director afirma que la animación no es un “género convencional”, sino que debería ser considerado un “modo de representar” (p.5) y que reducir la animación a una mera forma de entretenimiento es errónea, ya que también es un “medio para la educación, comentarios políticos y críticas sociales” (p. 31). Los autores Giroux y Pollock (2010) refuerzan y aplican esta idea en su libro *El Ratón que Rugió: Disney y el Fin de la Inocencia*, enfocándose en que "Disney no es simplemente un medio de comunicación, sino una fuerza cultural y educativa que influye en cómo los niños aprenden sobre sí mismos, sus relaciones con los demás y el mundo que les rodea" (p.6), convirtiéndose en lo que hoy en día llamamos

Disney en estos sectores limita la competencia y fortalece su posición de poder en el mercado global del entretenimiento.

“nuevas formas de pedagogía pública” (Giroux y Pollock, 2010; p.1). Incluso, como bien lo afirman Giroux y Pollock (2010):

Para los niños, Disney es un paisaje de deseos que combina fantasía, diversión y oportunidad para entrar en un mundo más vibrante e imaginario. Sus películas animadas llevan a los niños a terrenos exóticos y provocativos, llenos de fantasías de escape, aventura y temas emocionales poderosos sobre la supervivencia, la separación, el coraje, el amor y la pérdida, y proporcionan lugares de identificación y la capacidad de mediar y experimentar en forma de realidades fantásticas que los niños aún no han encontrado (p.7)

Teniendo en cuenta, entonces, que las imágenes y caracterizaciones de las películas tienen un papel sustancial en el juego y desarrollo social de la mayoría de los niños (Marsh, 2014; Marsh & Bishop, 2012), influenciando su comprensión del mundo (Griffin, 2017; p. 873), se podría decir que las películas de Disney han sido una parte fundamental de la infancia de muchas generaciones, sirviendo como una fuente de entretenimiento y enseñanzas morales. Sin embargo, la influencia de estas películas en la manera en que percibimos el mundo, tanto en términos positivos como negativos, ha sido objeto de debate.

Según Martyn Griffin, un experto en percepciones culturales de la Universidad de Durham en Reino Unido, la omnipresencia de Disney en la cultura moderna y la exposición repetida de los niños a las ideas presentadas en las películas de Disney desde una edad temprana podrían tener un impacto significativo en su desarrollo. Aunque a primera vista las películas pueden parecer un entretenimiento inocuo, algunos investigadores han expresado su preocupación por las enseñanzas subliminales que podrían contener.

Por ejemplo, un estudio realizado por Sarah Coyne, investigadora sobre la vida familiar de la Brigham Young University, arrojó resultados preocupantes sobre el impacto de las princesas de Disney en niñas de dos años de edad. Inspirado por su propia preocupación por el consumo de las películas de Disney por parte de su hija, Coyne encontró que la exposición a las princesas de Disney se asociaba con un comportamiento femenino más cercano a los estereotipos de género y una menor autoestima corporal un año más tarde (citado en Gray, 2019). Coyne también asoció al cambio de conducta de las niñas al hecho de que los personajes femeninos tienden a hablar menos en las películas de Disney, a pesar de tener roles protagónicos. Las lingüistas Carmen Fought y Karen Eisenhower (2019), de la Universidad del Estado de Carolina del Norte (EE.UU.), analizaron justamente que, en la Sirenita, las mujeres

hablan apenas un 32%; 24% en Pocahontas y 23% en Mulán. En Aladín, la cifra apenas alcanzó el 10% de los diálogos.

Estos hallazgos sugieren que las películas de Disney pueden tener un impacto significativo en la formación de la identidad y las actitudes de los niños, tanto positiva como negativamente. Y se podría decir, entonces, que las grandes corporaciones, como Disney, organizan y regulan profundamente la cultura, influenciando de manera significativa la cultura infantil y la vida cotidiana de los niños (Giroux & Pollock, 2010; p.1). Precisamente, Disney asume el papel y la imagen de educador al posicionarse como guía para ayudar a los niños a discernir entre “lo correcto” y “lo incorrecto”; funcionando como una amalgama entre una “segunda escuela” y una “niñera provisional”, gracias a la cual los niños absorben valores, registros, normas sociales y una cosmovisión específica, mientras sus padres pueden ocuparse de sus responsabilidades laborales o domésticas con tranquilidad.

Dado el impacto significativo que esta mega corporación tiene en la cultura y cotidianidad de las infancias, resulta fundamental examinar de cerca los mensajes y enseñanzas transmitidos a través de sus productos audiovisuales. La omnipresencia de Disney en la infancia moderna no solo la convierte en una poderosa fuerza educativa, sino que también la coloca en una posición privilegiada para moldear las percepciones y valores de los jóvenes espectadores, definiendo cuestiones como lo que “es” -o más bien “debería ser”- la infancia, la identidad nacional, la historia y la belleza, entre otros.

Es esencial reconocer que los mensajes presentados por Disney, aunque a menudo se presenten de manera sutil y disfrazados bajo la apariencia de entretenimiento, pueden ejercer una influencia significativa en la forma en que los niños perciben el mundo que los rodea y en cómo se relacionan con él. Es por ello que resulta imperativo adoptar un enfoque crítico y reflexivo hacia el contenido que consumen las infancias, especialmente teniendo en cuenta el origen y la historia de Disney, que radica bajo el mandato del -previamente abordado- Código Hays.

Justamente, el hecho de que la mentalidad de Disney haya surgido y permanezca arraigada al Código Hays -que, como ya se adelantó, fueron un conjunto de pautas de autocensura en la industria cinematográfica de Hollywood que influyó en la producción de contenido durante décadas- añade una capa adicional de complejidad a este análisis. Aunque

el Código Hays ya no esté en vigor, sus principios morales conservadores y la presión a la hora de crear contenido aún pueden ser visibles en las producciones actuales de Disney¹⁸.

Y, si bien algunos pueden argumentar que estas primeras animaciones están “desactualizadas” porque fueron producidas en una época en la que la subordinación de las mujeres a los hombres se consideraba ampliamente “normal” y que las animaciones simplemente articulaban los discursos de la superioridad masculina/ inferioridad femenina que circulaban en ese entonces, se estaría ignorando el hecho de que los niños de hoy ven estas películas tanto como hace cien años (Miller & Rode, 1995). Además, no solo se han vuelto a lanzar las animaciones en cines, sino que el advenimiento de las tecnologías de video y DVD, y últimamente, internet, asegura que lleguen a nuevas audiencias jóvenes. Por ejemplo, *Blancanieves y los Siete Enanitos* se estrenó en cines en 1937, 1944, 1952, 1958, 1967, 1975, 1983, 1987 y 1993. Se lanzó en video/DVD/Blu-ray en 1994, 2001, 2009 y el 2 de febrero de 2016 (IMDb, 2016). En otras palabras, este discurso de inferioridad femenina continúa circulando a través del vehículo de las primeras animaciones de Disney (Griffin, 2017; p. 874).

En este sentido, al considerar la profunda influencia de Disney en la cultura infantil y la vida cotidiana de los niños, es crucial no sólo ser conscientes de los mensajes y enseñanzas que transmite la empresa, sino también abordar críticamente cómo estos pueden moldear la forma en la que las infancias comprenden y participan en el mundo que los rodea. En otras palabras, si podemos imaginar a la Compañía de Walt Disney como una máquina de enseñanza cuyo poder e influencia pueden, en parte, medirse por el número de personas que entran en contacto con sus productos, mensajes, valores e ideas, queda claro que Disney ha ejercido durante décadas un enorme efecto sobre la vida cultural de varias naciones, especialmente en lo que respecta a la cultura de los niños (Giroux & Pollock, 2010; pp. 18-19). Por lo tanto, sólo a través de un examen reflexivo y una conciencia crítica se podrá garantizar que las infancias se enfrenten a una diversidad de perspectivas y valores, desarrollando la capacidad de discernir

¹⁸ Un ejemplo de esto puede observarse al estudiar el caso de la serie animada ‘*The Owl House*’, o ‘La Casa Buho’, en español. Esta serie se estrenó en el 2020 y finalizó en el año 2023 con su tercera temporada. Es conocida por ser una de las pocas series animadas infantiles con contenido LGBT+, representado a través de personajes principales y complejos, en lugar de plasmarse con una simple aparición sutil en el fondo. Según la creadora de La Casa Buho, Dana Terrace, Disney optó por cancelar la serie y no renovar el contrato en el 2022. Según ella, el motivo no se debió a los bajos índices de audiencia o a la pandemia de COVID-19, sino a la percepción de algunos directivos de Disney de que la serie “no se alineaba con la visión de la empresa” (Gerard Martí, 2021). Además, es sabido que la megacorporación censuró escenas de la serie en donde se enseñaba contenido LGBT+ para incrementar su alcance en países donde la homosexualidad es considerada tabú o directamente está prohibida (ver anexo n°2), por lo que se cuestiona su “posicionamiento progresista” detrás del accionar.

de manera autónoma entre lo que es beneficioso y lo que no lo es en su desarrollo personal y social.

2.2.3. La mentalidad

"No tenemos la obligación de hacer historia. No tenemos la obligación de hacer arte. No tenemos la obligación de hacer una declaración. **Ganar dinero es nuestro único objetivo**". -Michael Eisner, CEO de Disney (Cox, 2000).



Anteriormente, se ha desarrollado cómo *Walt Disney Pictures* pasó a formar parte de las empresas más influyentes en la industria del entretenimiento, siendo conocida por su imagen de inocencia y diversión apta para todo público. Sin embargo, detrás de esta frágil fachada se esconde una arraigada mentalidad conservadora que ha moldeado su *modus operandi* corporativo a lo largo del tiempo.

Teniendo esto en cuenta, cabe preguntarnos lo siguiente: ¿cómo repercute e impacta, exactamente, esta mentalidad conservadora en las prácticas de Disney? ¿Cuáles son los objetivos de la empresa y las estrategias que ésta emplea para llegar a cumplirlos de manera exitosa? ¿Su discurso va de la mano con su accionar? ¿Por qué esto último nos debería importar a nosotros, como consumidores?

La siguiente sub-sección abordará estas preguntas, partiendo de la siguiente premisa: si el Código Hays fomentó *abiertamente* la discriminación y el conservadurismo estadounidense, estudios cinematográficos como el de *Walt Disney Pictures* no hicieron más que avalarlos y mantenerlos, *subliminalmente*, a lo largo del tiempo. Porque, como bien se abordó previamente, el rol de los medios como *Disney* siempre ha sido brindar un “espacio legitimado” para que las ideologías dominantes cobren mayor fuerza, poder y relevancia en su transmisión de sentidos y valoraciones de lo que “es” y “debería ser” la vida en sociedad (Martínez y Merlino, 2012; p.80).

Precisamente, se podría decir que, a lo largo de los años, el *modus operandi* -término que se refiere a los métodos y prácticas habituales de una persona o entidad corporativa para alcanzar sus metas- de *Disney* se ha ido construyendo con el objetivo de perpetuar su dominio cultural y económico, siguiendo 3 estrategias principales de *marketing*:

1. La autofabricación de su **imagen** empresarial,

2. su **adaptabilidad** (poco comprometida) a la volátil cosmovisión social
3. y, por último, la erradicación de la **competencia** (de una manera u otra).

I. Imagen autofabricada

Lo interesante de la empresa *Walt Disney Pictures* es que ésta nació adaptando cuentos de hadas y *folklore* popular de una manera particular, eliminando el contenido oscuro, obscuro y violento, junto con los matices subyacentes adultos que los cuentos infantiles solían tener en aquel entonces.

Por ejemplo, es sabido que, en la historia de *Ashenputtel* (Cenicienta) de los Hermanos Grimm (1812), cuando el príncipe comienza a buscar a la dueña misteriosa del zapato de cristal, la madrastra de Cenicienta decide mutilar los pies de sus dos hijas (cortándole los dedos a una de ellas y los talones a su hermana) para que encajen con el tamaño ‘grácil’, ‘delicado’ -y estereotípicamente hegemónico- del zapato. Sin embargo, la madrastra es descubierta cuando los pies de sus hijas comienzan a sangrar, ya que unos pájaros mágicos que ayudan a Cenicienta señalan la sangre como evidencia. Cuando finalmente se revela la verdadera portadora del zapato, Cenicienta, las aves mágicas pican los ojos de las hermanas como castigo, hasta dejarlas ciegas.

A su vez, en la historia de *Schneewittchen* (Blancanieves) de los Hermanos Grimm (1812), también hay un final agresivo para la malvada madrastra en donde ella, en medio de la boda de su hijastra, es obligada a bailar desnuda y con unos zapatos de hierro al rojo vivo, hasta morir, como castigo de su crueldad. Este desenlace refleja la justicia retributiva característica de muchos de los cuentos originales recopilados por los hermanos.

Por otro lado, en *Den Lille Havfrue* (La Sirenita) de Hans Christian Andersen (1837), la protagonista no logra conquistar al príncipe, cosa que ocasiona el trágico final en donde ella, devastada por el dolor, se arroja al agua, suicidándose y desapareciendo para convertirse en espuma de mar.

Consecuentemente, cuando Disney estrenó sus propias versiones de cada historia -más alegres, infantiles y censuradas- se empezó a consolidar una imagen empresarial vinculada al concepto de la inocencia y de lo ‘*wholesome*’¹⁹. Sin embargo, ¿qué era lo considerado

¹⁹ Definición: Conducente al bienestar moral o caracterizado por él.

‘wholesome’ en ese momento? ¿Qué determinaba que algo sea inocente o, por el contrario, poco pueril?

Giroux y Pollock (2010) explican que, “desde sus humildes comienzos como estudio de animación, hasta su actual reinado como gigante multimedia mundial, la compañía *Walt Disney* ha cultivado una imagen corporativa que equipara la marca *Disney* con el patriotismo estadounidense” (p.31). Dicho ‘patriotismo’ era, justamente, lo avalado por el Código Hays en aquel entonces: la búsqueda de una ‘inocencia’, una ‘pureza’ y una defensa de los valores que todo buen ciudadano estadounidense debía poseer y mantener.

Se podría decir, entonces, que la compañía adoptó una agenda corporativa que utilizó esta “política de inocencia” como narrativa para dar forma a la memoria pública y producir un “cuerpo general de identificaciones” (p.32). En otras palabras, en la mente popular, tanto Walt Disney como su empresa se convirtieron en sinónimos de inocencia infantil y en un símbolo de la seguridad y el romanticismo de la América conservadora de antaño. O, como bien lo expresa Giroux (1999), “un prístino país de nunca jamás en el que las fantasías de los niños se hacen realidad, reina la felicidad y la inocencia se mantiene a salvo gracias a la magia del polvo de hadas” (p.17).

Sin embargo, se podría decir que, en su afán -y obsesión- de preservar estos valores conservadores, la compañía terminó negando y mancillando su propia cultura e historia con adaptaciones poco verosímiles y factibles. Se han transformado eventos históricos como el de *Pocahontas* en cuentos de hadas pretenciosos y simplificados, donde su reinterpretación no sólo borra las complejidades históricas de la colonización inglesa -en donde la verdadera Pocahontas fue raptada y violada por John Smith incluso siendo menor de edad- sino que también elimina cualquier vestigio de la cultura y la verdad histórica. Justamente, buscando “editar la memoria pública” (Giroux y Pollock, 2010; p.32), Disney promueve una nostalgia fabricada de un pasado idealizado y libre de las injusticias que realmente definieron las raíces estadounidenses. Esta estrategia no es nueva, ya que Disney ha demostrado recurrentemente su habilidad para limpiar la imagen de figuras históricas y realidades incómodas. Como bien afirman Giroux y Pollock (2010), incluso llegaron a “esterilizar un desagradable roedor en la figura de Mickey Mouse, que ahora se califica como el ícono de diversión sana más conocido en el mundo” (p.43).

Esto último puede observarse, a su vez, en largometrajes como *Song of the South* (1946), o *Canción del Sur*, donde la película toma lugar en una plantación sureña del estado de

Georgia. Los creadores de Disney diluyeron la verdad histórica en favor de una versión edulcorada, censurada y apacible que tranquiliza las conciencias públicas; blanqueando los pasados turbulentos relacionados al racismo, la esclavitud y la segregación racial perteneciente al período de tiempo histórico previo -y por supuesto, posterior- a la Guerra Civil de Estados Unidos. Nos muestran como los esclavos son felices de trabajar en dicha plantación, como si fuese un ambiente idílico y glorificado, a la vez que se estereotipa y exagera el vernáculo afroamericano sureño de aquella época. Y, sin embargo, a pesar de representar y mostrar a todos los personajes con una falsa equidad, la compañía le prohibió el ingreso a James Baskett -actor protagonista del *filme*- al estreno de su propia película, por el hecho de ser afroamericano.

Si bien es cierto que la película recibió mucha controversia y Disney le terminó brindando a Baskett un premio honorario por su participación a modo de compensación, la película ha visto la distribución de videos caseros y los personajes de dibujos animados basados en ese film han seguido apareciendo en una variedad de libros, cómics y otros medios. Incluso, la atracción de *Splash Mountain* -ubicada en los parques temáticos de *Disneyland*, *Magic Kingdom* y *Tokio Disneyland*- también se basa en dicha película.

Otro aspecto importante de la imagen benevolente que Walt Disney promovió para sí mismo vendría a ser que ésta fue fundamental para que su corporación se luciera como una figura parental alternativa, cuyas producciones ofrecían enseñanzas sobre “lo que era mejor para los niños y la sociedad”, “corrigiendo la manera en la que se educaba a los niños para eliminar una serie de males sociales” (Sammond, 2005). Estas enseñanzas e ideas reforzaban, predominantemente, las normas existentes sobre género, raza, religión y clases sociales, ya que Disney comprendió rápidamente las ventajas marketineras a la hora de asociar la inocencia infantil con el entretenimiento en el hogar, utilizando este medio como vehículo pedagógico para promover valores y prácticas que vinculaban la protección de la infancia con la inversión en la familia nuclear, los valores protestantes de clase media y el mercado de consumo (Giroux, 1999; p.18).

En otras palabras, Disney entendió que la educación no estaba confinada a las escuelas, sino que era algo más holístico, integrado en el ámbito más amplio de la cultura popular y de sus mecanismos de producción de conocimientos y valores. Por lo tanto, si invertía en contenido exclusivamente ‘puro’ para las familias, dichas familias iban a invertir su tiempo y dinero en la empresa.

Teniendo esto último en cuenta, el hecho de que Disney haya utilizado su influencia para promover valores tradicionales y conformistas a lo largo de su historia da a entender que esta estrategia no sólo fue una táctica de supervivencia en una industria regulada por el Código Hays. Además, se convirtió en una fórmula exitosa en la que la empresa decidió refugiarse, difundiendo una visión del mundo que refuerza el status quo y sus valores dominantes.

Marín Rojo (1996) reflexiona sobre esa apropiación de los discursos y subraya que:

algunos sectores sociales llegan a ‘apropiarse’ del discurso y, a través del control de su producción y circulación, es decir, a través de la conformación de un orden discursivo, se aseguran el mantenimiento de su posición dominante. (...) (Por lo tanto,) aquellos discursos que contribuyen a la pervivencia del *status quo* gozarán, correlativamente, de una posición dominante (p.8)

Uno de los discursos que Disney apropió fue, precisamente, el de los estereotipos *queer* que se manifiestan y se materializan a través de sus animaciones y personajes. Y, si bien este tema se abordará meticulosamente en el Corpus Audiovisual de Investigación, un ejemplo concreto de estereotipo *queer*, apropiado subliminalmente, vendría a ser la antigua y errada concepción de que “los homosexuales se chupan el dedo y son consentidos por su madre”. Jack Drescher (2023), miembro del Comité LGBTQ del Grupo para el Avance de la Psiquiatría, explica esto en su artículo al relatar que,

en el pasado, había una creencia popular (aunque infundada y sin base científica) de que ciertos comportamientos en la infancia podían ser indicadores de la futura orientación sexual de una persona. Entre estos comportamientos, se incluía la succión del pulgar. Algunos creían que un niño varón que se chupaba el pulgar o que tenía comportamientos femeninos, como jugar con muñecas o preferir la compañía de niñas, podría ser un indicativo de que sería homosexual en la edad adulta. Estas ideas se basaban en estereotipos y prejuicios culturales, más que en evidencia científica. (Sin embargo,) la orientación sexual es una característica compleja que no puede ser determinada por comportamientos infantiles específicos.

Este estereotipo se representa en la película *Robin Hood*, estrenada en el año 1973, cuando el villano de dicho filme, el Príncipe Juan, se muestra constantemente teniendo berrinches, pataletas y llantos cada vez que pierde ante el héroe, Robin Hood. A pesar de ser un adulto, el Príncipe Juan se chupa el dedo en estos arrebatos, llamando a su madre como lo haría un infante y quedando en ridículo constantemente (véase anexo nº3). Y es curioso notar, a su vez, como el villano es un león antropomórfico macho *sin* melena, representando su falta de masculinidad y hombría (tal cual eran vistos los hombres homosexuales en aquella época:

simbólicamente emasculados). Este detalle resalta mucho más cuando se compara al villano con su hermano mayor, el Rey Ricardo: un león bueno, alto, grande y majestuoso, con una melena larga y tupida (véase anexo nº4).

Ergo, al representar a su villano de esta forma, Disney refuerza estereotipos culturales y los aprovecha de manera multifacética: ridiculiza al príncipe y ofrece un *comic relief*²⁰, o alivio cómico. De este modo, se educa y entretiene a los niños simultáneamente, porque ellos sienten un rechazo innato hacia las actitudes del villano -presentadas como débiles, malas y abyectas- a la vez que encuentran cómico al personaje y tienden a identificarse a su contraparte ‘inocente’; el héroe.

En la sección anterior, se observó que la educación nunca es inocente porque siempre presupone una visión particular de la ciudadanía, cultura y sociedad del educador. Partiendo de esta base, es esta misma apelación a la inocencia -despojada de cualquier atisbo de política- la que se ha convertido un rasgo característico de la cultura y la pedagogía de The Walt Disney Company.

Ahora bien, se podría argumentar que esta “noble misión” de Disney de “preservar la inocencia de las infancias” ha rozado, en numerosas ocasiones, una notable arrogancia. Al posicionarse como guía moral y educativa para las familias y los niños, la empresa demuestra esta arrogancia insistiendo en que su visión del mundo es la correcta y debe ser adoptada por su audiencia.

Para ilustrar este punto, podría considerarse el caso de Michael Eisner, exdirector ejecutivo de la compañía Walt Disney, quien sugirió en una ocasión que la fuerza educativa y política del entretenimiento estadounidense era tan profunda que contribuyó, en parte, a la caída del Muro de Berlín en 1989. Aunque Eisner se refiere a toda la industria del entretenimiento estadounidense, cabe señalar que Disney, como uno de los principales actores de dicha industria, también estaría implícitamente incluido en esta afirmación. En sus propias palabras, Eisner afirmó:

No es una exageración apreciar el papel de la industria del entretenimiento estadounidense en ayudar a cambiar la historia. El Muro de Berlín no fue destruido

²⁰ El *comic relief*, o alivio cómico, es una técnica narrativa que introduce momentos de humor en medio de situaciones serias o tensas. Su propósito es aliviar la tensión emocional del público, proporcionando una pausa antes de volver a la trama principal. Esto se logra a través de personajes, diálogos o situaciones graciosas que complementan la historia sin restarle importancia a los temas serios.

por la fuerza de las armas occidentales, sino por la fuerza de las ideas occidentales. ¿Y cuál fue el sistema de entrega de esas ideas? Debe admitirse que, en gran medida, fue el entretenimiento estadounidense. (Cita obtenida de Giroux & Pollock, 2010; p.29)

Las observaciones de Eisner sugieren una interesante dualidad en los objetivos de Walt Disney Pictures y su imagen pública- Después de todo, si la compañía se considera “apolítica” en su producción de contenido, es legítimo cuestionar cómo la empresa -siendo parte de la industria del entretenimiento- puede tener un papel en un evento histórico como la caída del Muro de Berlín sin incluir, incluso de forma sutil, ideas políticas occidentales en sus narrativas.

Consecuentemente, la afirmación de Michael Eisner nos permite llegar a la conclusión de que los directivos de Disney reconocen que la cultura popular no se limita a “reflejar” el mundo, sino que también contribuye a moldearlo y configurarlo.

Considerando todo lo anterior, se podría argumentar que parte del modus operandi de la corporación radica en la instrumentalización de la inocencia como un escudo que no sólo protege y avala el accionar de Disney, sino que también oculta sus verdaderas intenciones. Al ignorar esta mercantilización de la inocencia infantil -disfrazada bajo un manto de sentimentalismo y nostalgia que convierte a Disney en un espacio atemporal, ahistórico, apolítico y atórico donde los niños se ven libres de los problemas y conflictos de la sociedad adulta- se despoja de la construcción histórica y social que le da sentido.

Justamente, Eisner comentó, en una ocasión diferente, que:

El atractivo específico de Disneyland, las películas y los productos Disney, de entretenimiento familiar, proviene del contagioso atractivo de la inocencia (...) Obviamente, los personajes de Disney tocan una fibra sensible y universal con los niños, todos los cuales comparten una inocencia y una apertura antes de ser completamente moldeados por sus respectivas sociedades (Cita obtenida de Giroux & Pollock, 2010; pp.32 y 33)

A pesar de que ésta afirmación sugiere que la cultura de la empresa no moldea, sino que “refleja” una versión particular de la inocencia y la subjetividad infantiles, cuando se compara esta observación con las declaraciones anteriores de Eisner sobre la caída del Muro de Berlín, “parece que la cultura empresarial adopta (y se adapta a) cualquier punto de vista, por contradictorio que sea, mientras resulte conveniente para servir a sus fines en ese momento” (Pollock & Giroux, 2010; p.33).

Pero entonces, ¿tiene, la imagen de Disney, credibilidad o candidez? ¿Hay alguna convicción detrás de su accionar que vaya más allá de obtener una retribución económica? ¿Tiene la empresa algún tipo de constancia en sus ideologías?

II. Adaptabilidad superficial

Para comenzar, se podría decir que Disney no conoce otra cosa que la palabra *adaptación*. Esta idea se refleja en todo lo que observamos de la compañía. Desde sus inicios, Disney ha demostrado una habilidad inigualable para *adaptar* historias y cuentos de hadas, transformando narrativas tradicionales en experiencias cinematográficas que resuenan con públicos de todas las edades. Disney luego extiende esta *adaptación* a su estilo visual y formato de animación; incorporando nuevas herramientas tecnológicas a lo largo de los años, desde la animación tradicional a mano, hasta el CGI²¹ y el modelado 3D, combinándolos para crear híbridos visuales que ofrecen resultados innovadores.

Disney incluso *adapta* culturas a la gran pantalla, absorbiendo y reinterpretando elementos de todo el mundo para integrarlos en su vasto catálogo de historias- como en el caso de *Moana* (2016), con la cultura polinesia; *Coco* (2017), con la mexicana y *Encanto* (2021) con la colombiana.

En efecto, este enfoque habla de la increíble habilidad que tiene la compañía para automoldearse, innovar, desafiarse y crecer constantemente.

Sin embargo, una moneda tiene dos caras, y la cara cuestionable de esta adaptabilidad se relaciona con la falta de convicción y la crónica debilidad ideológica del oligopolio.

Si bien Disney se enorgullece de su capacidad para cambiar y evolucionar, esta ilimitada flexibilidad a menudo deriva y cae en una enorme y conveniente zona de confort. Un claro ejemplo de esto es la tendencia de readaptar sus propias obras a través de *reboots* y *live actions*. En lugar de explorar nuevas narrativas o tomar riesgos creativos significativos, Disney

²¹ CGI, o *Computer-Generated Imagery* (Imágenes Generadas por Computadora), se refiere a la creación de gráficos y efectos visuales mediante el uso de software informático. Esta técnica es ampliamente utilizada en la industria del cine, la televisión y los videojuegos para generar imágenes que serían imposibles o extremadamente costosas de producir mediante métodos tradicionales. El CGI permite la creación de escenarios, personajes y efectos especiales con un alto grado de realismo, transformando la manera en que se narran las historias visuales y expandiendo los límites de la imaginación creativa.

opta por visitar y reciclar sus éxitos pasados -asegurando un retorno garantizado en cines- en lugar de apostar por la innovación genuina en sus guiones y estructuras narrativas.

Esta zona de confort puede observarse en los tropos²² narrativos repetidos a lo largo de la filmografía de Disney. Un ejemplo clásico es la pérdida de una figura materna o paterna, que aparece en películas como *Bambi (1942)*, *La Sirenita (1989)*, *El Rey León (1994)*, *Tarzán (1999)* y *Frozen (2013)*, entre muchas otras. Este tropo, además de servir como un catalizador para el desarrollo de los y las protagonistas, busca generar empatía inmediata en el público y crea una base emocional sobre la que se construye la historia.

Otro tropo recurrente es la desaprobación de una figura autoritaria -generalmente filial- sobre lo que el protagonista hace o desea, visto en películas como *La Sirenita I (1989)* y *II (2000)*, *Aladdin (1992)*, *El Rey León I (1994)* y *II (1998)*, *Frozen (2013)*, *Coco (2017)* y *Encanto (2021)*, entre otras.

El patrón continúa con el tropo del protagonista rebelándose contra las restricciones impuestas, como en *La Sirenita (1989)*, *Mulán (1998)*, *La Bella y la Bestia (1991)*, *La Princesa y el Sapo (2009)* y *Valiente (2013)*, donde sus heroínas desafían las expectativas sociales para encontrar su propio camino.

Estos conflictos siempre culminan en un final feliz: el sello distintivo de Disney; asegurándole al público una resolución satisfactoria y optimista. Además, el concepto de “la muerte falsa y temporal”, que añade un factor de *shock* en el espectador, es otra fórmula utilizada en los clímax -o puntos críticos y cúlmene- de películas como *Blancanieves y los siete enanitos (1937)*, *Pinocchio (1940)*, *La Bella Durmiente (1959)*, *El libro de la selva (1967)*, *Enredados (2010)* y *Frozen (2013)*, entre otras. Los personajes principales -o secundarios- parecen morir o desaparecer, solo para revivir y reforzar la sensación de triunfo final sobre el mal.

Cómo bien lo explican Elizabeth Bell, Lynda Hass y Laura Sells en su libro: *Del ratón a la sirena: La política del cine, el género y la cultura*, estos elementos narrativos no sólo subrayan la tendencia de Disney a adherirse a fórmulas seguras y “probadas económicamente”

²² Un tropo es una figura literaria o recurso narrativo recurrente que los escritores utilizan para expresar significados de manera creativa y efectiva. Estos recursos pueden ser tanto temáticos como estilísticos y sirven para construir tramas, desarrollar personajes o transmitir emociones y conceptos de una manera que resulte familiar y comprensible para la audiencia.

para que el público “reconozca la belleza e ingenuidad convencional de Disney” (p.81), sino que también reflejan la manera en la que la compañía capitaliza las emociones y expectativas de su audiencia.

Precisamente, este comportamiento pasa a revelar una dualidad inherente en la filosofía de la compañía. Por un lado, Disney es un símbolo de novedad y creatividad; capaz de adaptarse y saciar las demandas tecnológicas y culturales de cada época. Por otro lado, su dependencia de las fórmulas narrativas y su resistencia a alejarse de la zona de confort ponen en duda la sinceridad de su adaptabilidad. Esta contradicción plantea preguntas cruciales sobre la verdadera naturaleza de la evolución de Disney: ¿es una empresa realmente adaptable, o simplemente es experta en presentar una fachada de cambio mientras perpetúa los mismos ideales conservadores y seguros que han definido su historia y rol hegemónico social?

Al explorar esta dualidad, es esencial considerar *cómo* la “adaptación” de Disney se manifiesta tanto en sus logros cinematográficos como en sus decisiones comerciales. La historia de Disney está llena de ejemplos de innovación técnica y artística, pero también de movimientos estratégicos destinados a preservar su hegemonía en la industria del entretenimiento. De esta forma, la “adaptabilidad” de Disney es tanto una fortaleza que impulsa su crecimiento, como una debilidad que refleja su miedo al riesgo y a la pérdida de control.

Si bien ya se ha abordado que Disney *no* se adapta demasiado en cuanto a tropos y contenido -porque eso implicaría salir de una zona de confort que fue construida para, justamente, refugiarse en ella y tener un éxito constante- ¿por qué el contenido de Disney *parece* haber evolucionado a lo largo de las últimas dos décadas? ¿No tuvo la empresa una adaptabilidad ideológica ante la sociedad cambiante y volátil de hoy en día?

El presente Trabajo Final de Grado no busca cuestionar que Disney *haya* tenido una adaptabilidad ideológica en su filmografía, teniendo en cuenta que la compañía lleva, vigentemente, realizando contenido hace unas 10 décadas de puro cambio y evolución sociocultural. Estas pequeñas evoluciones pueden verse reflejadas, precisamente, en películas como *La Princesa y el Sapo (2009)* -en donde se estrenó a la primera Princesa Disney afroamericana a pesar de la controversia- y series como *Andi Mack (2017)* y *La Casa Buho (2020)*, en donde se presentaron las primeras representaciones de personajes LGBTTTIQA+ de la compañía del ratón. Por ende, no se busca cuestionar si Disney ha tenido una adaptabilidad

ideológica, sino más bien cuestionar si esa adaptabilidad es genuina, cándida y alineada con su mentalidad y accionar corporativo.

Dorfman y Mattelart (1972) explican en su libro *Para leer al Pato Donald* que: “el capitalismo siempre ha necesitado y utilizado la cultura como medio para su difusión”. y que “la acumulación de capital exige la difusión de las ideas que fundamentan su legitimidad y, por consiguiente, la colonización de las conciencias de los consumidores”. Disney no es la excepción a la regla, ya que la empresa utiliza su influencia en la cultura de masas para preservar el orden existente y, de esta manera, mantenerse constantemente relevante en un mercado de perpetua evolución.

En otras palabras, Disney necesita la aprobación y el apoyo de una gran mayoría para mantener su *status quo*. Y, consecuentemente, sus ideologías se presentan de manera variada e inconsistente, para buscar apelar a la mayor cantidad de públicos posibles -conservadores y liberales- sin comprometerse, de forma clara e indudable, con ninguno de ellos.

Entonces, ¿ha sido inclusivo Disney en la creación de Tiana, la primera princesa afroamericana? Sí, solo que ésta princesa ha aparecido, en su forma humana, unos 19 minutos de los 97 minutos de duración del filme. El resto de la película, Tiana es mostrada como un sapo, ‘desperdiciando’ este “logro inclusivo” al evitar que sus características humanas puedan ser apreciadas. ¿Ha sido inclusivo Disney con la comunidad LGBTTTQIA+? Sí, solo que las únicas dos series en donde personajes protagónicos tenían dicha representación fueron *Andi Mack* (2017-2019) y *La Casa Buho* (2020-2023); ambas canceladas y/o no renovadas para contrato con Disney una vez que se abordaron temas LGBTTTQIA+.

Por ende, no sería erróneo afirmar lo siguiente: el acto de incluir comunidades vulnerabilizadas no necesariamente implica una buena representación de las mismas. Disney, en este caso, es incapaz de comprender que el mundo actual no solo demanda cambio, sino además autenticidad. De lo contrario, corporaciones como ésta son propensas a caer en polémicas, *pink washings*²³ y apropiaciones mancilladas de la estética *camp*, para atraer a la comunidad LGBTTTQIA+ sin asumir riesgos significativos.

Un ejemplo de esto se relaciona directamente con un proyecto de ley estadounidense actual, que aborda “los derechos de los padres en la educación” -también conocido como el

²³ apoyo superficial a la comunidad LGBTTTQIA+ para obtener beneficios comerciales sin un compromiso real con los derechos y necesidades de la comunidad

movimiento: *'Don't Say Gay'* o "No Digas 'Gay'", en español. Lo que busca el gobernador de Florida con esta ley es prohibir los debates en aulas acerca de la orientación sexual o identidad de género, en determinados cursos o de una manera liberal.

La gran mayoría de conservadores apoyan esta ley, bajo el pretexto de "proteger a sus hijos del adoctrinamiento", mientras que la población liberal denigra por completo la existencia del proyecto.

El caso es que el movimiento *Don't Say Gay* tuvo tal magnitud que la mayoría de empresas optó por adoptar un posicionamiento, ya sea a favor o en contra del mismo. Sin embargo, Disney mantuvo el silencio inicialmente, a pesar de haber estado lanzando -o por el contrario, planificando y generando- contenido liberal "pro-lgbt".

No fue hasta haber recibido una cancelación masiva a través de las redes sociales, que incluyó quejas del propio *staff* de Disney, que el Consejero Delegado de Disney, Bob Chapek, se pronunció al respecto en una reunión anual de Disney con accionistas. Chapek reconoció el enfado de los empleados, afirmando saber que muchos estaban disgustados porque Disney no se pronunció contra el proyecto de ley (Blair, 2022).

Chapek explicó que los dirigentes de Disney "se opusieron al proyecto de ley desde el principio" pero que decidieron no adoptar una posición pública al respecto porque habían asumido que, en caso de involucrarse, ellos "serían más eficaces trabajando entre bastidores, comprometiéndose directamente con los legisladores en lugar de hacerlo público" (Blair, 2022).

Y, si bien Chapek declaró que Disney firmó la declaración de la Campaña de Derechos Humanos que se opone a iniciativas legislativas similares -comprometiéndose a donar cinco millones de dólares a organizaciones que trabajan para proteger los derechos de la comunidad LGBTQTQIA+- dicha campaña rechazó los fondos de la corporación, alegando lo siguiente:

La Campaña de Derechos Humanos no aceptará este dinero de Disney hasta que veamos franqueza en su compromiso público y que trabajen con los defensores de LGBTQ+ para garantizar que las propuestas peligrosas, como el proyecto de ley de Florida *No Digas Gay o Trans*, no se conviertan en leyes peligrosas, y si lo hacen, que trabajen para eliminarlas de los libros (Madison, citado en Blair, 2022)

Joni Madison, presidente interino de la Campaña de Derechos Humanos, fue quien afirmó esto, en un comunicado, justificándolo al decir que:

Las empresas han tenido y siguen teniendo un gran impacto en la lucha por los derechos LGBTQ+, desde la igualdad matrimonial hasta la derrota de la Ley de la Cámara 2 en Carolina del Norte y más allá. Aunque Disney adoptó una postura lamentable al optar por permanecer en silencio en medio de los ataques políticos contra las familias LGBTQ+ en Florida -incluidas las familias trabajadoras empleadas por Disney- hoy han dado un paso en la dirección correcta. Pero no ha sido más que el primer paso (Madison, citado en Blair, 2022).

Lo irónico de la situación fue que Disney, finalmente, fue descubierto y criticado por hacer donaciones a los legisladores que respaldan el proyecto de ley y realizando, con su intento de donación, un control de daños ante su cancelación, más que una condena pública de la propuesta. Es decir, fue presionado a tomar una postura liberal, en lugar de hacerlo por voluntad propia. Incluso Abigail Disney, nieta de uno de los fundadores de la empresa, publicó en Twitter su decepción con la compañía, al afirmar:

Me indigna profundamente que Disney piense que puede hacer la vista gorda ante este odioso proyecto de ley 'No digas gay', y hace falta una brújula moral muy defectuosa para no ver que financiar a las personas que lo redactaron y aprobaron es cualquier cosa menos apoyar su horrible agenda (Abigail Disney, citada en Blair, 2022).

En el caso concreto de Andi Mack -serie mencionada anteriormente- el autor, Adam Brown (2024), realizó un comentario en la revista digital MovieWeb, afirmando que:

Andi Mack terminó justo en el momento en que el debate '*woke vs. no woke*'²⁴ despegó. Si fuera nuevo hoy, casi seguro que veríamos un aluvión de odio dirigido a Disney Channel por impulsar una 'agenda' de 'adoctrinamiento', especialmente contra su actual disputa con el gobernador de Florida, Ron DeSantis, por la controvertida ley '*Don't Say Gay*'.

A su vez, la animadora y directora Dana Terrace, creadora de la serie de animación de Disney *La Casa Búho*, se unió a la protesta en el año 2022, realizando un llamamiento a la acción: un *livestream* benéfico destinado a organizaciones que apoyan a los jóvenes

²⁴ Término en inglés que se refiere a estar consciente o alerta sobre cuestiones sociales y políticas, especialmente en relación con la justicia social y los derechos de las minorías. El término se utiliza para describir a personas o movimientos que están comprometidos con la lucha contra la injusticia y la desigualdad, y que buscan promover el cambio social mediante la conciencia y la acción informada.

LGBTQQIA+, afirmando que trabajar para Disney la ha angustiado mucho y que está “jodidamente cansada de hacer quedar bien a Disney” (Terrace, citada en Blair, 2022). Poco después, Disney alteró su contrato para que la serie *La Casa Búho* se acorte y no se renueve para una cuarta temporada.

Se podría decir que es particularmente sospechoso que las únicas dos series de Disney que incluían contenido LGBTQQIA+, *Andi Mack* y *La Casa Búho*, hayan sido canceladas en medio de un clima político que critica la representación *queer* en los medios, sumando el hecho de que sus dos autores criticaron abiertamente a Disney por su falta de apoyo y su aparente indiferencia hacia los derechos de la comunidad. Son este tipo de situaciones, justamente, las que ponen en duda las verdaderas intenciones de Disney en cuanto a la representación inclusiva y su disposición a apoyar realmente a las comunidades vulnerabilizadas que dice representar.

Pero lo que no se pone en duda es, justamente, el hecho de que las acciones corporativas y decisiones estratégicas de Disney muestran una adaptabilidad condicional que varía según los intereses personales de la empresa. Precisamente, la falta de compromiso genuino de Disney revela una superficialidad a la hora de encarar las demandas sociales, con el objetivo de “esquivar balas”, “no hacer enojar a nadie”, “seguir vendiendo” y, de esta forma, seguir perpetuando su hegemonía cultural, evitando tomar riesgos significativos que podrían amenazar su *status quo*.

III. Lidiar con la competencia

La tendencia a minimizar riesgos que tiene la industria del ratón no se limita a su manejo de la representación inclusiva, sino que también se extiende a su estrategia frente a la competencia en el mundo del entretenimiento.

En un mercado cada vez más competitivo, Disney ve a sus rivales como amenazas directas a su dominio pseudo monopolístico. Por ende, a lo largo del siguiente subcapítulo se explorará, a través de casos concretos, cómo Disney maneja estas amenazas y las tácticas que emplea para mantener su posición dominante en la industria.

Una de las tácticas más prominentes que Disney emplea para enfrentar a la competencia es la absorción de estudios y franquicias rivales. Este enfoque no solo elimina la competencia, sino que también fortalece el propio catálogo de Disney con propiedades intelectuales que ya tienen una base de seguidores consolidada.

Un caso emblemático es la adquisición de *Pixar Animation Studios* en el año 2006. Pixar, que había sido un socio clave de Disney, se había convertido en un competidor potencial debido a su éxito independiente con películas como *Toy Story (1995)* y *Buscando a Nemo (2003)*. La compra de Pixar por parte de Disney no sólo eliminó esta amenaza, sino que también revitalizó la división de animación de Disney, incorporando la innovadora tecnología y narrativa de Pixar.

Otro ejemplo significativo es la compra de *Lucasfilm* en 2012, que otorgó a Disney los derechos de la franquicia de *Star Wars*. Esta adquisición no sólo aseguró una fuente continua de ingresos a través de nuevas películas, series y merchandising, sino que también eliminó a un competidor potencial en el género de ciencia ficción y fantasía.

La adquisición de *Marvel Entertainment* en 2009 es otro caso que destaca la estrategia de Disney. Marvel, con su vasta biblioteca de personajes e historias, se ha convertido en una de las franquicias más lucrativas bajo el paraguas de Disney, produciendo una serie de éxitos de taquilla que han dominado el mercado de películas de superhéroes.

Más recientemente, en 2019, Disney adquirió *21st Century Fox*, integrando propiedades como Avatar, Los Simpsons y el vasto catálogo de películas y series de Fox en su propia oferta. Esta compra, a su vez, permitió a Disney controlar una participación mayoritaria en Hulu, expandiendo su presencia en el mercado del *streaming*. Este año, en junio del 2024, esta

absorción se consolidó aún más cuando el contenido de Fox, renombrado en su momento como *Star+*, se integró completamente en *Disney+*, el servicio de *streaming* del oligopolio.

Además de las grandes adquisiciones, Disney también tiende a absorber estudios pequeños, sólo para cerrarlos o frenar determinados proyectos que no se alinean con su visión corporativa.

Un ejemplo notable de esta práctica es la reciente película *Nimona* (2023), que enfrentó numerosos obstáculos antes de su eventual lanzamiento en Netflix, uno de los principales rivales de Disney, hoy en día.

La producción de *Nimona* comenzó bajo la dirección de *Blue Sky Studios*, un estudio de animación conocido por franquicias exitosas como *La Era del Hielo*. Sin embargo, cuando Disney adquirió *21st Century Fox*, también adquirió *Blue Sky Studios*. Poco después de la adquisición, Disney decidió cerrar *Blue Sky Studios*, dejando en el limbo varios proyectos en desarrollo, incluida *Nimona*.

Sin embargo, ¿por qué Disney no aprovechó la oportunidad y terminó *Nimona*, teniendo en cuenta que estaba un 75% terminada y que solo requería 10 meses más de trabajo? (Animal Político, 2022)

Los informes de los antiguos integrantes de *Blue Sky Studios* indican que la desaprobación de Disney hacia una escena de beso entre personas del mismo sexo -cosa esperada en una película concebida desde el apoyo LGBTTTQIA+- fue el factor significativo que complicó la producción y retrasó su lanzamiento (Business Insider México, 2022).

El cierre de *Blue Sky Studios* y el destino incierto de *Nimona* no sólo reflejó la tendencia de Disney a controlar contenido para mantener su imagen familiar conservadora, sino que además generó múltiples críticas y especulaciones sobre la verdadera intención de Disney respecto a la diversidad y la representación inclusiva. Finalmente, *Nimona* fue retomada por Netflix, que se encargó de completar y lanzar la película.

Este caso destaca cómo Disney puede absorber y luego frenar proyectos que no se alinean con su visión, mostrando una faceta más conservadora y controladora de su estrategia corporativa (Animal Político, 2022).

Por lo tanto, podría decirse que las dos estrategias principales que emplea Disney para lidiar con la competencia son la asimilación y la erradicación. A través de la asimilación,

Disney absorbe estudios más pequeños sólo para cerrar proyectos que no se alinean con su visión corporativa o que podrían generar controversia y arruinar su imagen.

► Corpus Audiovisual de Investigación

*"Los cuerpos 'negados' serían todxs aquellxs que entran en el terreno de la **abyección**. Lxs **indeseables**, lxs **invisibles**. Así, quienes no encajan con los parámetros de hegemonía pasan a ser criminalizadxs, estigmatizadxs, discriminadxs e invisibilizadxs por su corporalidad, raza, franja etaria, identidad sexual y clase social"*
-Judith Butler (2018)

La Sirenita (1989)

3.1. Sinopsis

La Sirenita cuenta la historia de Ariel, una joven sirena curiosa y aventurera que sueña con explorar el mundo de los humanos. A pesar de las advertencias de su padre, el rey Tritón, Ariel se enamora de un príncipe humano, Eric, y está dispuesta a sacrificar todo por estar con él. Para cumplir su deseo, hace un trato peligroso con Úrsula, la bruja del mar, intercambiando su voz por la oportunidad de convertirse en humana. Sin embargo, este acuerdo pone en riesgo no solo su felicidad, sino también la seguridad de todo el reino submarino y el trono de su padre.

3.2. Resumen

La película comienza en las profundidades del océano Atlántico, en el reino submarino gobernado por el Rey Tritón. Ariel, su hija menor, es una sirena de 16 años que, a diferencia de sus hermanas, no se conforma con la vida bajo el mar. Fascinada por el mundo de los humanos, Ariel colecciona objetos que encuentra en naufragios y sueña con conocer la superficie. Sus mejores amigos, un pez llamado Flounder y un cangrejo llamado Sebastián, que también es el consejero del rey, la acompañan en sus aventuras.

Durante una de sus escapadas a la superficie, Ariel presencia una tormenta que provoca el naufragio de un barco y rescata al príncipe Eric, un humano al que salva y lleva a la orilla. Ariel se enamora perdidamente de él y le canta cuando están en la orilla, pero se esconde cuando Eric recobra el conocimiento.

Tritón, al descubrir la fascinación de su hija por los humanos, se enfurece y destruye su colección de objetos en un intento por protegerla. Luego de esto, desesperada por estar con Eric, Ariel recurre a Úrsula, la bruja del mar. Úrsula le ofrece un trato: Ariel se convertirá en

humana durante tres días y, si logra recibir un “beso de amor verdadero” de Eric antes de que termine ese tiempo, podrá permanecer humana para siempre. A cambio, Ariel debe entregar su voz a Úrsula. Ariel acepta el trato y, después de convertirse en humana, es llevada a la superficie por Flounder y Sebastián.

Eric encuentra a Ariel en la playa, pero, al no poder hablar, ella no puede decirle que fue quien lo salvó. A pesar de ello, Eric la lleva a su castillo. Los días pasan y, aunque se acercan cada vez más, Ariel no consigue el beso que necesita. Mientras tanto, Úrsula trama un plan para asegurarse de que Ariel falle. Utilizando su voz robada, Úrsula se transforma en una joven llamada Vanessa, hechizando a Eric para que se enamore de ella.

El día de la boda entre Eric y Vanessa, los amigos de Ariel descubren la verdad y logran romper el hechizo. Eric, ahora libre del encanto, se da cuenta de que Ariel es la verdadera dueña de la voz que lo cautivó. Sin embargo, antes de que pueda besarla, el sol se pone y Ariel vuelve a convertirse en sirena.

Úrsula, jocosamente, toma a Ariel como rehén y se enfrenta al Rey Tritón, quien se ve obligado a entregar su tridente a cambio de la libertad de su hija. Con el poder del tridente, Úrsula se convierte en Emperatriz del mar, aumentando su tamaño y amenazando con destruirlo todo. En la batalla final, Eric logra clavar el mástil de un barco en el corazón de Úrsula, matándola y restaurando la paz.

Al final, viendo el amor verdadero entre Ariel y Eric, Tritón usa su poder para convertir a su hija en humana de forma permanente. Ambos se casan, uniendo los dos mundos, el mar y la superficie, en un final feliz.

3.3. Contexto

Para comprender *La Sirenita* bajo la perspectiva de la Hermenéutica de la imagen, es fundamental considerar los procesos de descripción, análisis, interpretación y evaluación que permiten desentrañar los significados de las imágenes en un contexto específico (p.481). La teoría propuesta por Caballero y Zurián (2012) nos ofrece una metodología para abordar las imágenes cinematográficas de manera similar a los textos, reconociendo que su interpretación es subjetiva y contextualizada.

La Sirenita, dirigida por Ron Clements y John Musker, fue producida por Disney en 1989, en un contexto histórico y cultural marcado por el auge de la animación tradicional y un

renovado interés en los cuentos de hadas musicalizados. La película es una adaptación libre del cuento de Hans Christian Andersen, y su producción se enmarca en el “Renacimiento de Disney”, un período en el cual el estudio volvió a recuperar su prominencia.

Desde el enfoque de Caballero y Zurián (2012), es crucial interpretar La Sirenita en el marco de su época. La película refleja las normas sociales y culturales del final de los años 80, una década que vio una pseudo-revalorización del papel de la mujer en el cine y en la sociedad, aunque aún dentro de un marco tradicional, inconscientemente influenciado por las normativas del Código Hays.

El filme ha sido objeto de numerosos estudios que analizan su impacto cultural, la representación de género y su papel en la evolución de la animación. Las críticas más contemporáneas han abordado mucho las limitaciones en la representación de la mujer, cuestionando su “empoderamiento”. A día de hoy, sin embargo, permanece como uno de los clásicos más reconocidos del estudio y del cine en general.

3.4. La Figura Heroica: Ariel

3.4.1. Figura de Transición: Juventud, Belleza y Curiosidad

Ariel, la protagonista del filme, es representada como una joven sirena cuyas características físicas se alinean con los estándares de belleza hegemónicos que eran comunes en las princesas de Disney de la época. Tiene un rostro simétrico con grandes ojos azules, que resaltan su juventud e inocencia. Su piel es clara, lo que también refuerza su imagen de belleza idealizada. Su característica más llamativa es su pelo largo y rojo, que simboliza su espíritu apasionado. A su vez, porta una figura delgada y estilizada, con proporciones corporales que reflejan la belleza idealizada de aquel entonces: cintura pequeña, caderas suavemente definidas y un busto moderado.



Ariel, la protagonista del filme.

Como sirena, Ariel tiene una cola verde esmeralda, que, junto con un corpiño de caracoles violetas, conforman los elementos centrales de su diseño visual; combinando el ‘exotismo’ del mar con una feminidad marcada.

Ariel tiene 16 años, lo que la coloca en la transición de la adolescencia a la adultez, una etapa de vida llena de curiosidad, deseo de independencia y descubrimiento de la identidad propia. Su juventud es un elemento clave en su caracterización, reflejando tanto su inmadurez como su impulsividad a la hora de tomar decisiones arriesgadas.

3.4.2. Tensión: Identidad, Género y Rol Narrativo

La figura de Ariel en *La Sirenita* es un caso paradigmático en el análisis de los personajes heroicos desde una perspectiva de género.

A lo largo de la película, Ariel se presenta como un personaje complejo que desafía y, al mismo tiempo, se ve atrapado por las normas de género y expectativas sociales. Este análisis, apoyado en teorías de Eliseo Verón, Enrique Finol, Francesco Casseti y Juan Sklar, abordará cómo Ariel representa un tipo específico de heroísmo que es problemático en términos de género, mientras que también se exploran las contradicciones inherentes en su caracterización.

Casseti (1991), en su libro *Cómo analizar un Film*, proporciona un marco útil para desglosar el personaje de Ariel en términos de persona, rol y actante. Según el autor, analizar un personaje como persona implica considerarlo como un individuo con un perfil psicológico, emocional y actitudinal definido (p.178). En este sentido, Ariel es una joven curiosa, valiente y decidida. Su fascinación por el mundo humano y su deseo de pertenecer a él -vista a través de su vasta colección y el modo en el que arriesga su seguridad enfrentándose a un tiburón al

comienzo con el mero objetivo de ampliarla- la muestran como un personaje con deseos claros y un fuerte sentido de identidad. Sin embargo, estos mismos rasgos revelan la tensión entre su identidad como persona y su rol en la narrativa.

Como rol, Ariel encarna el arquetipo de “la joven en apuros” que debe ser rescatada, tanto por su padre como por su interés romántico, Eric. Sin embargo, también subvierte este arquetipo al ser activa en la búsqueda de sus deseos. A diferencia de muchos otros personajes femeninos de Disney, Ariel toma decisiones que impulsan la trama -como hacer un trato con Úrsula, la bruja del mar, para convertirse en humana. A pesar de esto, como señala Casseti (1991), este tipo de personaje, aunque activo, puede quedar reducido a un “elemento codificado”, un rol que sostiene la narración sin llegar a ser completamente autónomo (p.179). Ariel es tanto la heroína que impulsa la historia como el medio por el cual otros personajes actúan.

Como actante en la narración, Ariel desempeña un rol dual, actuando tanto como Sujeto que persigue activamente su Objeto -convertirse en humana y estar con Eric- como Objeto dentro del conflicto central entre Tritón y Úrsula. Según Casseti (1999), el Sujeto en la narrativa se mueve hacia el Objeto con el fin de conquistarlo (dimensión del deseo), pero también actúa sobre él y sobre el mundo que lo rodea (dimensión de la manipulación) (p.184). Un ejemplo que ilustra este rol dual es la escena en la que Ariel firma el contrato con Úrsula, un acto que la convierte en Sujeto de su propia historia, pero que, al mismo tiempo, la coloca como Objeto de las manipulaciones de la villana y las expectativas patriarcales -obediencia de uno y matrimonio de otro- de Tritón y Eric.

3.4.3. Silencio y Renuncia: Femenidad, Agencia y Transgresión

La renuncia de Ariel a su voz es un aspecto central de su narrativa y es crucial en su análisis desde una perspectiva feminista y LGBTTTIQA+. Tal como lo señala Juan Sklar (2019) señala en su libro *Ideologías animadas*, Ariel debe renunciar a su voz para ganar el amor de Eric, un acto que simboliza la supresión de su agencia y autonomía (p.45). Este sacrificio es un indicativo de una narrativa en la que las mujeres, para alcanzar sus metas, deben conformarse a un ideal patriarcal que las priva de su capacidad de expresarse. Este acto puede verse en la escena donde Ariel firma el trato y comienza a cantar cuando Úrsula se lo ordena. En este momento su voz, símbolo de identidad y poder, es intercambiada por piernas humanas, lo que subraya la idea de que la feminidad está ligada al sacrificio personal.

Este silencio impuesto puede interpretarse también como una forma de control y corrupción, especialmente cuando consideramos la figura de Úrsula. Sklar (2019) señala que, tanto Úrsula como Sebastián, ofrecen consejos que refuerzan la necesidad de recurrir a “encantos femeninos” que no incluyen la voz o, más ampliamente, el lenguaje y las ideas (p.46). Esto se puede ver como una crítica a la objetivación de Ariel, donde su valor radica en la apariencia física en lugar de su inteligencia o personalidad.

♪♪ *Tendrás tu **aspecto***

Tu cara bonita

Y no subestimes la importancia del «lenguaje corporal».

A los hombres de ahí arriba no les gustan las parlanchinas.

Piensan que una chica habladora es aburrida.

Sí, en la superficie es preferible

Que las damas no digan una palabra

Y después de todo, querida, ¿para qué sirve la cháchara? ♪♪²⁵

La dinámica entre Ariel y Úrsula puede interpretarse como un reflejo de los tropos y estereotipos que han sido históricamente utilizados para marginalizar y vilipendiar a la comunidad LGBTTTIQA+. Úrsula, usando tácticas manipuladoras, le sugiere a Ariel que sacrifique su voz y utilice su atractivo físico para seducir a Eric, incluso siendo menor de edad. Esto exagera y perpetua una narrativa dañina de la figura *queer* como corruptora y *groomer*²⁶ de la inocencia. De esta forma, Úrsula no sólo se presenta como un obstáculo para Ariel, sino que también encarna prejuicios que han sido proyectados injustamente sobre la comunidad.

Al analizar a Ariel desde la teoría de la corpósfera de Enrique Finol, podemos profundizar en cómo su cuerpo y las transformaciones que sufre representan no solo un conflicto interno, sino también una transgresión de límites (barreras) culturales y físicos. Finol (2014) define la corpósfera como el conjunto de lenguajes que se originan, actualizan y realizan gracias al cuerpo, el cual se concibe como un complejo semiótico con múltiples posibilidades que requieren una visión fenomenológica para ser comprendidos (p.163). En el caso de Ariel,

²⁵ Fragmento obtenido de la canción original ‘Poor unfortunate souls’, traducida al español.

²⁶ El *grooming* consiste en la acción deliberada por parte de una persona de acosar a un niño, niña o adolescente con fines sexuales.

el cuerpo actúa como un límite natural entre su vida como sirena y su deseo de integrarse al mundo humano, convirtiéndose en un símbolo de transición y transgresión de fronteras.

La renuncia de Ariel a su voz para obtener piernas humanas es un acto que evidencia la ruptura de estos límites. Finol argumenta que las fronteras culturales, a diferencia de los límites físicos, permiten tránsitos y transgresiones que pueden ser más o menos fluidas, dependiendo de las relaciones y significados construidos en un contexto determinado (2014; p.161). Ariel cruza la porosa frontera (p.163) entre el mundo marino y el humano, no solo al modificar su apariencia física, sino también al adaptarse a los códigos culturales de la superficie. Esta transformación pone en evidencia cómo la frontera corporal de Ariel es permeable y se adapta al entorno, pero también cómo este cruce es simbólicamente peligroso, ya que implica una renuncia a una parte esencial de su identidad: su voz.

La agencia de Ariel, o su falta de ella, es un aspecto crucial para entender su rol como heroína en *La Sirenita*. La agencia, en términos narrativos, se refiere a la capacidad de un personaje para tomar decisiones y actuar sobre el mundo que lo rodea, influyendo en el desarrollo de la historia. Según Francesco Casetti, la relevancia de un personaje en la narración se mide por su capacidad para modificar activamente su entorno y dirigir el curso de la historia (1991; p.175). Desde esta perspectiva, Ariel presenta una ambivalencia en cuanto a su agencia: por un lado, muestra momentos de determinación y autonomía, pero por otro, está sujeta a las limitaciones impuestas por la estructura narrativa tradicional y por las expectativas de género.

Ariel toma una decisión audaz al buscar a Úrsula para hacer un trato, renunciando a su voz a cambio de la oportunidad de convertirse en humana y perseguir su sueño de estar con Eric. Este acto puede interpretarse como un ejercicio de su agencia, ya que Ariel toma las riendas de su destino, dispuesta a pagar un alto precio por lo que desea. Este momento es clave para entenderla como un personaje que, a pesar de las limitaciones impuestas por su entorno, intenta romper con las barreras que la constriñen. Sin embargo, este acto de agencia es paradójico, ya que, al renunciar a su voz, Ariel cede una parte fundamental de su identidad y reduce su capacidad de influir en su entorno, convirtiéndola en una figura pseudo pasiva, incapaz de comunicarse y expresar sus deseos. Un claro ejemplo de esta ambivalencia se puede observar en la escena donde Ariel, ya transformada en humana intenta, sin éxito, hacerle entender a Erick que ella ya lo conoce y que fue ella quien lo salvó del naufragio.

Por lo tanto, a lo largo de la película Ariel continúa mostrando destellos de agencia, como cuando lucha por alcanzar a Eric en la superficie y cuando intenta comunicarle su amor

a pesar de haber perdido su voz. Sin embargo, estos momentos son eclipsados por la estructura narrativa que finalmente limita su capacidad de resolución. La intervención de personajes masculinos como Eric y Tritón en los momentos críticos refuerza la idea de que, aunque Ariel toma decisiones importantes, la resolución de su conflicto depende de la acción masculina. Eric mata a Úrsula, restaurando el orden y asegurando el final feliz, lo que subraya la dependencia de Ariel en la figura masculina para resolver su situación.

3.5. La figura vil: Úrsula

3.5.1. Exageración y Otredad

Úrsula, la icónica villana del filme, es una figura que desafía y subvierte los estándares tradicionales de belleza y género en la narrativa de Disney. Inspirada en la *drag queen* Divine²⁷, Úrsula combina elementos masculinos y femeninos en su apariencia, creando una imagen poderosa y transgresora²⁸ que contrasta fuertemente con la protagonista, Ariel.



Divine, a la derecha. Inspiración del diseño de Úrsula.

²⁷ Divine, cuyo nombre real era Harris Glenn Milstead (1945–1988), fue una drag queen estadounidense icónica, conocida por su colaboración con el director de cine John Waters. Divine se convirtió en una figura emblemática dentro de la cultura queer y del cine underground gracias a su estilo extravagante, irreverente y provocador, que rompía con las normas sociales y de género de su época. Su imagen sirvió de inspiración para la creación del personaje de Úrsula en *La Sirenita* (1989), lo que refuerza las connotaciones queer del personaje.

²⁸ Entiéndase como: el romper con las estructuras establecidas y los intereses creados de quienes dominan la sociedad.

Este contraste visual y simbólico es crucial para comprender cómo los signos y los discursos sobre belleza y género se construyen ideológicamente en el cine. De acuerdo con la teoría de Eliseo Verón (1993) en su libro *La Semiosis Social*, “todo discurso es, en el nivel de su efecto de sentido, ideológico” (p.23), lo que implica que los discursos visuales y narrativos en el cine están impregnados de sesgos cognitivos y creencias personales.

Bajo este efecto ideológico, el diseño de Úrsula se presenta como una representación unidimensional y absoluta de lo que se percibe como “lo otro” y “lo monstruoso”. Su apariencia exagerada subraya su naturaleza amenazante y no conforme, reforzando la ideología dominante que asocia la desviación del ideal hegemónico con la maldad y la alteridad.

A diferencia de Ariel, por ejemplo, Úrsula tiene una voz grave, profunda y estridente, contraria a la voz aguda, delicada y armoniosa de la protagonista. Su piel es de color violeta; tono inusual que inmediatamente la separa de los personajes más “normales” y atractivos. Úrsula ni siquiera es una sirena; cosa que la separa del resto del reino subacuático.

El rostro de la villana es ancho y anguloso, de rasgos exagerados y filosos. Sus ojos son grandes y expresivos, a menudo delineados con un maquillaje pesado y llamativo, lo que le da una apariencia dramática e intimidante. Los iris de Úrsula son pequeños y penetrantes, diseñados para comunicar intensidad, agresividad y peligro. A la hora de establecer contacto visual, sus ojos son como un láser intimidante. Incluso recuerdan la mirada fija de un depredador, acechando a su presa con una concentración implacable. Este diseño contrasta marcadamente con los ojos grandes y abiertos de Ariel, que reflejan inocencia, curiosidad y vulnerabilidad; acentuando la dualidad entre la villana sagaz y la protagonista ingenua.

La boca de Úrsula es grande, con labios rojos que destacan en su rostro. A menudo se la muestra con una sonrisa maliciosa y amenazante, que no augura nada bueno. Tiene un cabello blanco y corto, similar al voluminoso y ondulado de *Divine*. El corte de pelo, llamado ‘*Mohawk*’, es muy usado históricamente como un emblema de la no conformidad.

En cuanto al cuerpo, Úrsula tiene una figura voluptuosa -de busto prominente y caderas anchas- que se aleja por completo del ideal hegemónico de belleza -proporciones delgadas y estilizadas- que Ariel representa. La parte inferior de su cuerpo está compuesta por tentáculos negros, lo que subraya su otredad frente al resto de sirenas y tritones. Los tentáculos se mueven de manera ominosa y refuerzan su naturaleza de villana, debido a que están constantemente

invadiendo el espacio personal de los personajes; envolviéndolos y rozándolos como si de una exhibición de poder se tratase.

Úrsula lleva uñas largas y rojas y un vestido negro ajustado que se mezcla con sus tentáculos, acentuando su figura de pulpo y su identidad como criatura de mar. Su atuendo, a diferencia del colorido y ligero de Ariel, es oscuro y pesado, simbolizando la maldad y oscuridad de sus intenciones. El collar dorado que usa, en el que atrapa la voz de Ariel, es un símbolo de su naturaleza de bruja.

La frase de Verón (1993), “los signos son involuntarios puesto que son arbitrarios” (p.62), destaca cómo los signos visuales en el cine operan dentro de sistemas de significado socialmente contruidos y compartidos. En el caso de Úrsula, los signos de su diseño, como el color de su piel, los tentáculos y el vestido negro, no tienen una conexión intrínseca con la maldad; estas asociaciones se establecen culturalmente y se perciben de manera pasiva por la audiencia. Por ejemplo: el color rojo de sus labios podría simbolizar, inconscientemente, peligro. ¿Peligro de qué, exactamente? De lo que puede emanar de ellos; en este caso, palabras manipuladoras y hechizos malintencionados. Estas interpretaciones están basadas en convenciones culturales -en este caso, asociando al color rojo con el peligro y el estado de alerta- más que en una relación natural entre el color y el significado.

Así, la representación de Úrsula en *La Sirenita* ejemplifica cómo los signos del diseño de personajes -así como el uso de la composición, de la luz, el color, las angulaciones, los planos y la música, entre otros (véase imagen inferior)- pueden transmitir ideologías de manera automática e involuntaria, de acuerdo con las convenciones sociales que afectan la percepción de lo que es normativo y aceptable.



Ergo, el uso de estos signos en el filme refuerza la dualidad entre la protagonista y la villana, acentuando la dicotomía entre lo bello y lo feo, lo conformista y lo rebelde, a través de una narrativa visual arbitraria, ideológica e inconsciente.

3.5.2. Lo *Queer* y lo *Camp*

A lo largo del filme, se muestra a Úrsula como una antagonista cargada de simbolismo, en el que convergen varias capas de interpretación; especialmente desde una perspectiva *queer* y de género. Este análisis se centrará en cómo Úrsula encarna la estética *camp* y la codificación *queer*, apoyándose en conceptos de Susan Sontag, Judith Butler, Francesco Casetti y las recientes interpretaciones de Adelia Brown.

Como se mencionó anteriormente, la creación de Úrsula fue inspirada por la *drag queen* Divine, un ícono de la cultura *queer* de los años 80. El codirector de La Sirenita, John Musker, expresó explícitamente que trató de capturar en Úrsula la esencia de Divine. “Realmente [intenté] obtener algo de la gran, *campy*, diva con sobrepeso de Divine” (citado en Brown, 2021). Este detalle no es menor, ya que, como señala Adelia Brown (2021), “esto significa que la película codifica explícitamente a Úrsula no sólo como una celebridad que casualmente hacía *drag*, sino como una *drag queen* reconocible”.

Una de las características más destacadas de la villana es su teatralidad, que la alinea directamente con la estética *camp*. Cómo lo define Susan Sontag (1964) en su ensayo *Notes on Camp*, lo *camp* es “el amor por lo antinatural: por el artificio y la exageración” (p.2) y, a su vez, “una visión del mundo en términos de estilo, pero de un tipo particular de estilo. Es el amor por lo ‘fuera de lugar’, por las cosas que son lo que no son” (p.3), por lo que Úrsula, con su físico imponente, su maquillaje exagerado y sus movimientos dramáticos, es un claro ejemplo de esta sensibilidad.

Sontag menciona que “percibir lo *camp* en los objetos y las personas es entender ‘el ser’ como representación de un papel” (p.4). En este sentido, Úrsula no sólo es una villana; ella es la encarnación de un rol, una *performance* que se regocija en su propia teatralidad. Su capacidad para deleitarse en la maldad, como se observa en su icónica canción *Poor Unfortunate Souls*, subraya el placer que encuentra en su poder y en su libertad de desafiar las normas sociales y morales. “Úrsula sacude sus caderas y se desliza en medio de una iluminación violeta, evocando el ambiente de un espectáculo *drag*” (Brown, 2021). Sin embargo, a pesar de los movimientos sugerentes de Úrsula, en lugar de ser deseada, ella es temida y despreciada; una figura que se desvía de los estándares de belleza y por ello es asociada a la maldad, el rechazo y la corrupción.

Sobre estos aspectos “desviados”, Judith Butler (2018) define a los “cuerpos negados” como aquellos que no encajan en la norma hegemónica y son relegados al ámbito de la abyección, criminalización y estigmatización (p.20). Úrsula, con su apariencia andrógina, su cuerpo grande y su comportamiento abiertamente sensual, representa uno de estos ‘cuerpos negados’.

3.5.3. Figura Transgresora

Como destaca Brown (2021), la codificación queer de Úrsula está inextricablemente ligada a su villanía. Aunque la película la presenta como una mujer poderosa y autónoma, también refuerza la idea de que esta autonomía es peligrosa y debe ser castigada.

Por ejemplo, la transformación de Úrsula en una mujer humana para seducir al príncipe Eric es un ‘acto *drag*’ que, según Brown (2021), conecta el travestismo con intenciones

malvadas, como el *catfishing*²⁹. Esta representación no sólo refuerza estereotipos negativos sobre las personas queer, sino que también perpetúa la idea de que el desvío de la norma heterosexual es inherentemente villanesco. Úrsula lucha constantemente contra el ideal positivo del romance heterosexual y, hacia el final de la película, lo hace disfrazándose de una mujer más femenina. Mostrar a Úrsula, un personaje de atributos andróginos y rasgos duros, con una apariencia más femenina con el propósito de hacer el mal, vincula el travestismo y el *drag* con la maldad, subrayando la ‘villanía’ de ‘disfrazarse’ de mujer.



Transformación de Úrsula en una joven humana de atributos “más femeninos”.

La escena en la que Úrsula se de-transforma y ríe maniacamente resalta la naturaleza perversa de su disfraz. Cuando su transformación se disuelve durante la boda, su verdadera forma emerge: un personaje más grande y “masculinizado”, con pliegues de su propio cuerpo saliendo del vestido de novia. Esta imagen refuerza una percepción negativa y grotesca de las *drag queens*, mientras que la iluminación oscura y las reacciones horrorizadas de los demás personajes destacan su comportamiento como maligno. La boda, en particular, enfatiza la corrupción de la unión heterosexual por parte de Úrsula, posicionándola como una amenaza no sólo para los héroes, sino también para las estructuras familiares heterosexuales.

Esta transformación puede interpretarse como una metáfora de cómo la sociedad conservadora percibe como “peligrosas” a las figuras *queer*: personajes con atributos

²⁹ El *catfishing* es una actividad engañosa en la que una persona usurpa una identidad o directamente crea una persona ficticia/ identidad falsa con intenciones de engañar a la víctima.

masculinos que primero exageran los atributos femeninos de manera artificial, como una *drag queen*, y luego intentan pasar como personas con atributos naturalmente femeninos. El acto de disfrazarse y la eventual revelación de su verdadera forma refuerzan la idea de que su “*queerness*” y otredad son inherentemente villanescas.

Además, los tentáculos de Úrsula, que ocupan espacio de manera intimidante y transgresora, simbolizan cómo su identidad *queer* se percibe como una amenaza expansiva contra las normas tradicionales. Judith Butler (1990) argumenta que “el género se constituye a través de una serie de actos performativos repetidos que crean la apariencia de una esencia estable” (p.33). Por ende, Úrsula, con su apariencia y comportamiento exageradamente femenino, desafía esta norma binaria, siendo percibida como peligrosa precisamente porque no encaja de forma natural en los moldes establecidos.

En el cine, las transgresiones de los personajes a menudo reflejan conflictos internos o sociales más profundos. Úrsula, como señala Finol (2014), transgrede varios límites: desde su guarida en el fondo del mar, emerge a la superficie, se transforma en una humana y seduce al príncipe Eric, un acto que Finol describe como una ruptura de códigos espaciales, vestimentarios y actorales (p.160). Lo curioso e irónico de estas transgresiones es que Ariel también las comete, pero que, sin embargo, en Úrsula son presentadas como corruptas y malignas, cosa que resalta la hipocresía del filme.

El rey león (1994)

4.1. Sinopsis

El Rey León cuenta la historia de Simba, un joven león travieso destinado a convertirse en rey de la sabana africana. Tras la trágica muerte de su padre, el Rey Mufasa, Simba es engañado por su malvado tío Scar y se exilia, creyendo que es responsable de la tragedia. Durante su viaje, Simba crece y aprende sobre la responsabilidad, la familia y el ciclo de la vida. Finalmente, regresa a su hogar para enfrentar a Scar y reclamar su legítimo lugar como rey.

4.2. Resumen

La historia del Rey León comienza en la Roca del Rey, donde el Rey Mufasa y la Reina Sarabi celebran el nacimiento de su primogénito, Simba. Rafiki, un chamán mandril, presenta al recién nacido a los animales de la sabana, anunciando el futuro heredero del reino. Simba crece en un ambiente protegido y privilegiado, aprendiendo sobre “el ciclo de la vida” de su padre, quien intenta enseñarle la responsabilidad que conlleva ser rey y el equilibrio natural que éste debe mantener.

Sin embargo, el tío de Simba, Scar, ambiciona el trono y trama un complot para deshacerse de Mufasa y su hijo. Scar, junto con sus aliados, las hienas Shenzi, Banzai y Ed, manipula a Simba para que explore un cementerio de elefantes peligroso, donde es atacado por hienas. Mufasa rescata a Simba, pero Scar sigue adelante con su plan. Organiza una estampida de ñus en una pendiente, para que Mufasa se vea obligado a descender e intentar salvar a Simba, quien estaba en peligro. Luego, cuando parece que Mufasa logra salvarse por los pelos escalando de regreso, Scar lo traiciona, arrojándolo al vacío, donde es pisado hasta la muerte por la estampida. Después de la tragedia, Scar convence a Simba de que él es el culpable de la muerte de su padre y lo persuade a huir del reino.

En el exilio, Simba es encontrado por Timón -un suricato- y Pumba -un jabalí- quienes lo crían bajo su lema ‘Hakuna Matata’ (‘no te preocupes’, en suajili). Simba crece en un ambiente despreocupado, ignorando sus responsabilidades y su verdadero linaje. Sin embargo, un encuentro con su amiga de la infancia, Nala, despierta en Simba los recuerdos de su hogar.

Nala le cuenta que Scar ha tomado el trono, convirtiendo el reino en un lugar desolado y gobernado por el caos y el hambre debido a la sobrecaza y sobreexplotación.

Simba -en un principio reacio a enfrentarse a su pasado- recibe la visita de Rafiki, quien le recuerda, junto al espíritu de su padre, la importancia de asumir su rol. Inspirado por esta revelación, Simba regresa a la Roca del Rey, junto a Nala, Timón y Pumba. Al llegar, desafía a Scar, quien lo acusa de ser responsable de la muerte de Mufasa. Sin embargo, durante el entrenamiento, la verdad sale a la luz: Scar confiesa haber asesinado a su hermano. Simba, lleno de ira y determinación, enfrenta a Scar y, con la ayuda de sus aliados, derrota a las hienas y a su tío.

Al final, Scar es vencido y las hienas, en un acto de traición, se vuelven contra él. Simba, con el apoyo de los animales del reino, asume su lugar como rey. Bajo su liderazgo, la sabana africana vuelve a prosperar y el ciclo de la vida continúa con el nacimiento de la hija de Simba y Nala, simbolizando la renovación y el equilibrio restaurado en el reino.

4.3. Contexto

El Rey León es una película animada producida por *Walt Disney Feature Animation*, estrenada en 1994. Dirigida por Roger Allers y Rob Minkoff, la película se convirtió en un hito del cine animado de la década de los 90, destacándose por su narrativa épica, su banda sonora memorable compuesta por Hans Zimmer y canciones de Elton John y Tim Rice, así como su innovador uso de la animación tradicional combinada con efectos digitales.

En su estructura narrativa, *El Rey León* se inspira fuertemente en la tragedia Hamlet de William Shakespeare. Al igual que en la obra isabelina, el protagonista, Simba, se enfrenta a la muerte de su padre y a la difícil tarea de reclamar el trono que le fue usurpado. Mufasa, al igual que el rey Hamlet, es asesinado por su propio hermano, Scar, quien se convierte en una figura que encarna la traición y la ambición desmedida, tal como lo hace Claudio en la obra de Shakespeare. Además, ambos relatos comparten la lucha interna de los protagonistas por aceptar su destino y la responsabilidad que conlleva el liderazgo. Tanto Simba como Hamlet deben superar la culpa, el miedo y la duda antes de poder confrontar a los usurpadores de sus respectivos reinos. Asimismo, los fantasmas juegan un papel importante en ambas historias: el espíritu de Mufasa, que se le aparece a Simba, cumple una función similar a la del fantasma del padre de Hamlet, instando a su hijo a restaurar el orden y vengar su muerte. Esta evidente

intertextualidad busca sumarle profundidad a la temática central sobre el poder, el deber y el ciclo de la vida.

Para esta película, Disney creó específicamente tecnología de CGI (*computer generated imagery* o imágenes compuestas por computadora, en español) para desarrollar la icónica escena de la estampida de ñus; un momento crucial en la narrativa. Este avance técnico permitió que miles de animales se movieran de manera realista a través del terreno rocoso, utilizando simuladores digitales para generar movimientos aleatorios y efectos de profundidad. Esta innovación marcó un importante paso adelante en la integración de tecnología digital en la animación tradicional, permitiendo un dinamismo visual sin precedentes en la época.

Aplicando la hermenéutica de la imagen de Caballero y Zurian (2012) al filme, es posible analizar cómo las imágenes en la película no son meramente decorativas, sino que portan significados ideológicos y culturales que dialogan con el contexto de su producción y recepción. Esta perspectiva nos invita a interpretar las imágenes en su marco histórico, social y cultural, tomando en cuenta cómo se objetivan, intercambian y transmiten en contextos específicos.

La película se creó en un momento de significativos cambios sociales y políticos a nivel global, a principios de los años 90, cuando se estaban redefiniendo ideas de liderazgo, orden social y responsabilidad personal. Este período fue marcado por la caída del Muro de Berlín en 1989 y el fin de la Guerra Fría, que transformaron el orden geopolítico mundial y llevaron a una reevaluación de los modelos de gobernanza y autoridad. Al mismo tiempo, en Estados Unidos, la presidencia de Bill Clinton (1993-2001) marcó una era de transición con un enfoque en la reforma social y el llamado a la responsabilidad personal, mientras que el neoliberalismo se estableció como un paradigma dominante a nivel global.

Estos cambios ideológicos y económicos llevaron a un contexto en el que se valoraban tanto el liderazgo fuerte como la iniciativa individual. *El Rey León*, con su narrativa centrada en Simba asumiendo la responsabilidad de su legado y restaurando el orden en el reino, puede interpretarse como un reflejo de este clima cultural. La historia de la película, que enfatiza el “ciclo de la vida” y el deber de un líder de mantener el equilibrio y el orden, conecta directamente con las ansiedades y aspiraciones del momento, posicionando al individuo (Simba) como responsable de asumir su rol y deber cívico en la sociedad y corregir las injusticias para mantener la estabilidad y prosperidad. En este sentido, *El Rey León* utiliza su

narrativa visual para comunicar estos temas, haciendo uso de paisajes grandiosos, contrastes de luz y oscuridad, personajes arquetípicos que representan conceptos como el bien versus el mal y la justicia versus la injusticia, entre otros.

Desde una interpretación cultural (Caballero y Zurian, 2012; p.481), *El Rey León* puede ser visto como una obra que refleja los valores y las ideologías predominantes de su tiempo. La narrativa de Simba como el “rey legítimo” que debe restaurar el orden natural después del caos introducido por su tío Scar, puede leerse como una metáfora que refuerza conceptos de autoridad legítima, jerarquía natural y moralidad, características del discurso neoliberal y conservador de los años 90. Los contrastes visuales entre el luminoso y próspero Reino de Mufasa y el oscuro y devastado reino bajo el dominio de Scar reflejan una representación simbólica de orden versus caos, donde la estabilidad del reino es sinónimo de liderazgo fuerte y rectitud moral. Aquí las imágenes no sólo sirven para contar la historia, sino también para sugerir cómo el poder y la jerarquía deben estructurarse para mantener la “armonía” social y natural.

En términos de interpretación discursiva (Caballero y Zurian, 2012; p.481), *El Rey León* se presenta como un texto cultural que comunica directamente con su audiencia a través de sus imágenes y símbolos. La película establece una relación emisor-receptor en el que las imágenes se diseñan de manera que guían al espectador a interpretar las acciones de los personajes y el curso de los eventos en direcciones específicas. Por ejemplo, Simba es representado visualmente de manera que evoca empatía y simpatía: joven, pequeño en comparación con el vasto mundo que lo rodea, pero destinado a la grandeza. En cambio, Scar es retratado con rasgos angulosos, sombras pronunciadas y un comportamiento siniestro que busca construir una imagen visualmente negativa que se asocia con el desorden y la usurpación.

Esta dimensión discursiva se profundiza al reconocer que la película está construida para transmitir ciertas ideologías: los personajes y escenarios se diseñan de tal manera que guían la interpretación del espectador hacia conclusiones específicas sobre lo que es bueno y malo, justo o injusto.

De esta manera, la audiencia recibe y reacciona a estos mensajes visuales a través de sus propios marcos culturales y sociales, encontrando en ellos tanto confirmación de valores como un lugar para la reflexión crítica. Al utilizar la hermenéutica de la imagen, Caballero y Zurián (2012) permiten analizar como *El Rey León* no sólo es una película de aventuras y drama

familiar, sino un texto que refleja y refuerza ideologías dominantes. A través de sus imágenes y símbolos cuidadosamente contruidos, la película transmite valores sobre el poder, el liderazgo y la legitimidad, integrándose profundamente en las estructuras culturales y sociales de la década de 1990 y más allá.

4.4. La figura heroica: Simba

4.4.1. Heredero y peón

Simba, el protagonista del filme, es un león que, desde su infancia, refleja la viva imagen de su padre, Mufasa. Con su pelaje dorado y ojos expresivos de un ámbar profundo, Simba es presentado como un símbolo de nobleza y poder; atributos asociados con la figura de un rey.

Al crecer, su melena rojiza y espesa se vuelve más prominente, destacando su transformación de cachorro a adulto. Esta semejanza física con Mufasa sugiere que Simba no es más que un peón en el ciclo de la vida; un heredero que debe llenar el vacío dejado por su padre y cumplir su deber como rey, sin espacio para forjar su propia identidad o escapar del destino que se le ha impuesto.

Simba es un claro ejemplo de antropomorfización que lo hace identificable y *'relatable'* para el público humano. Esta antropomorfización no es arbitraria. Según Eliseo Verón (1993), la relación entre el signo y su significado es una construcción ideológica que no depende de la realidad objetiva, sino de los códigos culturales compartidos (p.42). De esta manera, Simba, aunque león, muestra emociones, actitudes y dilemas éticamente humanos, lo que facilita que el espectador lo vea como un sujeto de derecho y responsabilidad moral. No sólo se trata de un recurso narrativo para generar empatía; esta representación antropomorfizada está cargada de simbolismos hegemónicos. Justamente, El Rey León mantiene la misma narrativa y fórmula que su predecesora, La Sirenita (1989), en donde la figura heroica posee rasgos vistos como "positivos" y convencionalmente "atractivos". En el caso de Simba, estos rasgos se manifiestan en su juventud, pelaje dorado, gran fortaleza muscular y en la imposición de un ideal físico que lo acerca al canon heroico/hegemónico. La elección de diseñar a Simba con estas características físicas y emocionales está alineada con la ideología que asocia lo 'bueno' y 'noble' con la belleza, la fuerza y el linaje. Así, el aspecto de Simba no es meramente visual, sino un reflejo

del orden jerárquico que el filme busca reafirmar: el de un león que, por nacimiento y apariencia, está destinado a ser rey.

En cuanto a su personalidad, Simba pasa por un notable desarrollo a lo largo de la película. Como cachorro es curioso, enérgico y valiente, pero también imprudente y algo arrogante, lo que lo lleva a menudo a meterse en problemas. La canción “Yo quisiera ya ser un rey” captura perfectamente este espíritu rebelde:

♪♪ *Yo quisiera ya, ser un rey*

Nadie que me diga

Lo que debo hacer.

Nadie que me diga

Cómo debo ser.

Libre de correr seré,

Todo lo que quiera haré.

(...)

¡Quiero ya ser el rey! ♪♪³⁰

En esta fase, Simba cree que ser rey es simplemente un privilegio, sin comprender las responsabilidades y sacrificios que conlleva. Su espíritu aventurero lo hace encantador, pero también revela su inmadurez y falta de comprensión sobre las verdaderas responsabilidades de ser un líder. Tampoco parece entender demasiado el concepto sencillo de toda sucesión: para que un rey ascienda, su predecesor -en este caso, su amado padre- debe caer.

Esta impulsividad, rebeldía y orgullo infantil son, precisamente, las características que Scar, el antagonista, utiliza en su contra. A través de la manipulación emocional, Scar convierte los deseos y defectos de Simba en herramientas para su propio beneficio, atrapándolo en el cementerio de elefantes y, luego, en la emboscada de ñus que finalmente conduce a la muerte de Mufasa y al exilio posterior del propio Simba.

Por otro lado, la figura de Mufasa como guía moral a lo largo del filme también convierte a Simba en un peón del sistema establecido. Mufasa inculca en Simba la creencia de

³⁰ Fragmento obtenido de la canción original ‘Yo quisiera ya ser el rey’, traducida al español.

que su destino está predeterminado y que su papel es seguir los pasos de su padre como líder del reino. Esta falta de espacio para la autoexploración o la autonomía sugiere que, en realidad, Simba no tiene control sobre su propio destino. No sólo es el heredero legítimo, sino también un peón en los juegos de poder de los adultos; un símbolo de continuidad, más que un individuo con su propio carácter o libre albedrío.

4.4.2. ¿Agencia o dependencia?

En la trama, Simba sirve como vehículo narrativo para explorar temas profundos como el liderazgo, la responsabilidad personal y el ciclo de la vida. Su viaje, desde la niñez hasta la adultez, representa el camino de redención y aceptación -o resignación-, en el que debe enfrentarse a su pasado, reconocer sus errores y resignarse a su destino, aceptando su rol en el ciclo de la vida.

Siguiendo esto último, Simba se nos presenta como un héroe que evoluciona desde la vulnerabilidad de su infancia hasta la toma de poder en su adultez. No obstante, su agencia como personaje está constantemente mediada por la influencia de otros personajes, quienes lo guían, moldean o incluso manipulan. Esta falta de agencia refuerza la idea de que el destino de Simba está controlado por fuerzas externas y, por lo tanto, cuestiona su rol como héroe voluntario y autónomo.

Scar, Mufasa, Timón, Pumba, Nala y Rafiki actúan como “focalizadores externos”, como argumenta Casseti (1991), que influyen en la percepción de la agencia de Simba (p.69). Cada uno de estos personajes, de alguna manera, manipula o guía las acciones de Simba. Scar lo induce a huir tras la muerte de Mufasa, haciéndolo creer que su regreso sería desastroso; Timón y Pumba le ofrecen una vida despreocupada que lo desconecta de sus responsabilidades; Nala le recuerda su deber hacia su hogar y lo desafía a ser el líder que necesita el reino y, finalmente, Rafiki lo inspira y Mufasa lo obliga, a través de la memoria y la espiritualidad, a retomar su “lugar legítimo”.

Estas interacciones subrayan cómo la identidad y las decisiones de Simba están moldeadas externamente, limitando su autonomía para desarrollar un sentido de sí mismo por fuera del legado que se le impone. Un claro ejemplo de esto es el diálogo de Simba con Rafiki, quien le dice:

—No sabes ni quién eres.

—Y supongo que tú sí.

—Claro, eres el hijo de Mufasa.

Este intercambio subraya cómo la identidad de Simba es reducida al legado de su padre, insinuando que su mero propósito y valor están intrínsecamente ligados a quienes lo precedieron. De manera similar, la conversación con el espíritu de Mufasa profundiza esta falta de autonomía:

—Simba, me has olvidado. Has olvidado quién eres y así me olvidaste a mí,

le dice Mufasa, estableciendo un paralelismo con la narrativa religiosa, donde Mufasa toma el rol del Dios Católico y Simba es su hijo, creado a imagen y semejanza. La culpa y la angustia que siente Simba por haberse “desviado” del camino trazado por su padre refleja el conflicto de un héroe cuya determinación no es enteramente propia, sino que nace de la presión de regresar al camino de la “rectitud” que otros han definido para él.

A través de este prisma, el viaje de Simba puede verse menos como una expresión de agencia y más como una respuesta reactiva a las expectativas y manipulaciones de aquellos a su alrededor. Aunque Simba es el centro de la acción, su desarrollo como héroe depende en gran medida de los mandatos, órdenes y enseñanzas que recibe, reforzando la jerarquía social y el orden establecido: la “preeminencia de lo cósmico sobre lo social, lo social sobre lo familiar y de lo familiar sobre el individuo” (Sklar, 2019; p.20). Como Sklar (2019) justamente señala, “El descubrimiento de la identidad personal, del rol de su destino, del lugar propio en el orden cósmico es un momento difícil para el individuo” (p.35). En el caso de Simba, la dificultad radica en darse cuenta que su rol en el ciclo de la vida es incuestionable y, al final, su identidad es tan rígida como el legado del que proviene. Como bien explica el autor, “su tarea es encontrar su lugar en el gran orden cósmico. No se trata de conseguir un lugar, sino de *descubrirlo*. La posición ya está dada de antemano. El destino de una vida es entender ese orden y defenderlo” (Sklar, 2019; p.21).

Desde la teoría de Casseti (1991), incluso, podemos entender que la construcción del personaje de Simba no sólo ocurre a nivel diegético, sino también a nivel de la experiencia del espectador (p.74). El desarrollo de Simba desde un cachorro ingenuo hasta un “líder sabio” es una experiencia progresiva que permite al espectador “crecer” con el personaje. La nostalgia, el miedo y el sentimiento de justicia que se evocan en el espectador están cuidadosamente diseñados para que se alineen con los momentos de transformación clave de Simba. Esto crea

un efecto de “sujeción emocional”, donde el espectador está psicológicamente investido en el éxito del héroe. A través de esta conexión, Disney consigue que el espectador no sólo consuma una narrativa de transformación personal, sino también una ideología subyacente de restauración del “orden natural” y hegemónico de las cosas.

4.4.3. El individualismo como enemigo

La película también presenta un ataque sutil, pero poderoso, contra el individualismo, donde cualquier intento de romper con el “ciclo de la vida” o cuestionar el “orden natural” es visto como egoísta y perjudicial. Juan Sklar (2019) señala que *El Rey León* critica fuertemente el individualismo, presentando cualquier desviación del rol predestinado o del orden establecido como una amenaza a la estabilidad y armonía del grupo (p.34). En este sentido, el concepto de “individualismo” es el verdadero antagonista de la película.

La narrativa de *El Rey León* promueve la idea de que hay un “lugar” correcto para cada ser y que intentar cambiar ese lugar es un acto de transgresión. Simba es castigado cuando intenta ser algo más que el “rey predestinado”. Su ademán de vivir sin preocupaciones, guiado por la filosofía de ‘Hakuna Matata’ de Timón y Pumba, es visto como un desvío del camino correcto. Esta filosofía, que promueve una existencia libre de obligaciones y sin mirar al pasado, es condenada implícitamente por la narrativa cuando Rafiki y el espíritu de Mufasa lo persuaden para que regrese y “acepte su destino”.

Este conflicto de Simba, con el concepto de individualismo vs. la imposición del deber colectivo es uno de los puntos más complejos y relevantes de su desarrollo como personaje en el filme. A lo largo del mismo, se nos muestra a un Simba dividido entre su deseo personal de ser libre y vivir una vida sin ataduras y las expectativas que otros han impuesto sobre él debido a su linaje real. Este conflicto también se ilustra cuando Nala lo encuentra viviendo una vida despreocupada con Timón y Pumba y lo confronta por no haber regresado a su hogar para asumir su rol de rey. Ante esto, Simba responde con convicción:

—Quería ser independiente. Vivir mi vida. Eso hice y es hermoso.

En esta frase, Simba expresa su deseo de autonomía, destacando que su felicidad se encuentra en seguir su propio camino, lejos de las responsabilidades impuestas por su pasado. Sin embargo, esta búsqueda de individualismo es presentada por la narrativa del filme como una desviación peligrosa del “orden natural”. Bajo esta lógica, la personalidad y los deseos

individuales son vistos como obstáculos que deben ser superados para restaurar el equilibrio. Para Simba, el regreso al reino no es una elección libre y consciente, sino una obligación impuesta por el legado que dejó su padre y por la presión de su comunidad. En palabras de Juan Sklar (2019), “No se trata de ser libre ni de hacerle caso al deseo propio. Hay que servir a los demás, al gran ciclo de la vida” (p.33). Acá radica la trampa ideológica: el deber de Simba hacia el “ciclo de la vida” no nace de una vocación genuina, sino de una imposición externa que niega la posibilidad de una libertad real.

Ergo, hay una falsa dicotomía entre el “egoísmo” y la obligación. Para Simba, el dilema no es simplemente sobre asumir sus responsabilidades, sino sobre la falta de democracia y libertad en su decisión. Después de todo, ¿Cuál es el valor de servir a los demás si esta acción se realiza bajo la coacción de un destino inescapable? ¿Es la fe en el “ciclo de la vida” auténtica, cuando se basa en el miedo a las consecuencias de no seguir el camino marcado? Como lo expone Sklar (2019), “Una cosa es hacer algo porque un imperativo moral pesa sobre mí, y otra muy distinta es hacerla porque eso es lo que dicta mi esencia” (p.34)

La insistencia en que Simba debe ocupar su “lugar natural” no es sólo una afirmación de su responsabilidad personal, sino también una defensa del *status quo*. La narrativa refuerza la idea de que el orden social, representado por la jerarquía animal en el reino, debe ser mantenido a toda costa. Cualquier desviación de este orden, como la usurpación de Scar -o su mera existencia- o el intento de Simba de alejarse de su rol, resulta en un caos y decadencia devastadores.

El regreso de Simba no es simplemente un acto de heroísmo, sino una reafirmación de que el individuo debe sacrificar sus deseos personales por el bien mayor del orden establecido. Este orden inmutable y cíclico se refuerza visualmente al finalizar la película con una escena idéntica a la que la abrió, solo que esta vez, quienes presentan a su heredero son Simba y Nala como la pareja real, en lugar de Mufasa y Sarabi. Así, la pregunta de “¿Quién es EL rey león? ¿Mufasa, Sarabi o su hijo?” no tiene una respuesta simple, ya que “ninguno [de ellos es el rey león]. El rey león es un rol. Es el guardián del ciclo sin fin” (Sklar, 2019; p.38)

En última instancia, El Rey León parece decirnos que la búsqueda de la autoexploración y el individualismo es una amenaza a la estabilidad colectiva; siendo que el verdadero heroísmo radica en la aceptación y perpetuación de las estructuras existentes... a pesar de que estas no funcionen para todos.

4.5. La figura vil: Scar

4.5.1. El foco en lo distinto

Scar es representado en *El Rey León* como la antítesis visual y moral de Mufasa y Simba, un ejemplo claro de cómo los rasgos físicos se utilizan para reforzar la narrativa de la otredad.

Mientras Mufasa y Simba poseen una melena roja y un pelaje dorado, asociados simbólicamente a la nobleza y el heroísmo, Scar se distingue por su melena negra y pelaje marrón oscuro, lo que lo coloca en contraste directo con los personajes hegemónicos. Según Eliseo Verón (1993), "la relación entre el signo y su significado es una construcción ideológica que no depende de la realidad objetiva sino de los códigos culturales compartidos" (p.42). Esto implica que los signos en una narrativa visual no son neutros, sino ideológicamente contruidos para representar ciertos valores. En este caso, la melena y piel oscura de Scar, junto con sus ojos -de un verde fluorescente que el humo tóxico que lo rodea en la canción villana 'Be Prepared'- contrastan fuertemente con los ojos rojo-amarronados de Mufasa y Simba. Este contraste visual sugiere maldad, corrupción y veneno en sus intenciones, condicionando al espectador a rechazarlo de manera inconsciente.

Ambos, Mufasa y Simba, son presentados como leones corpulentos, con cuerpos fuertes y bien definidos que simbolizan poder, autoridad y la capacidad de liderazgo natural. Sus mandíbulas cuadradas y definidas, así como su postura imponente, refuerzan la idea de que son dignos de ocupar la posición de reyes. Esta fortaleza física no se expresa únicamente en su apariencia, sino también en sus acciones. Ambos leones, a pesar de su evidente poder, retraen sus uñas excepto en momentos de lucha, lo que sugiere que su fuerza está contenida y que solo se desata cuando es necesario, como en el Cementerio de Elefantes en el caso de Mufasa y la lucha final, para Simba. Este control de su poder físico refuerza la percepción de que son nobles y pacíficos por naturaleza, no agresivos ni violentos, sino guardianes del ciclo de la vida.

Por otro lado, Scar está diseñado físicamente de manera opuesta. Su cuerpo es lánguido, delgado y menos musculoso, lo que lo hace ver débil en comparación con Mufasa y Simba. Su mandíbula alargada y afilada, junto con su cicatriz en el ojo izquierdo, lo posicionan visualmente como alguien marcado por el fracaso y la violencia pasada. La cicatriz, un elemento distintivo en su rostro, simboliza una derrota previa en la lucha por el poder, lo que

sugiere que su fortaleza no reside en lo físico, sino en su astucia y brutal inteligencia. A diferencia de Mufasa y Simba, Scar nunca retrae sus uñas; siempre están afiladas y a la vista, lo que denota agresividad constante, como si estuviera siempre preparando para atacar. Esta representación visual lo convierte en una figura amenazante, una olla a punto de explotar, lista para actuar de manera violenta en cualquier momento. Así, la apariencia de Scar no solo lo distancia de los héroes, sino que también refuerza su carácter manipulador y maquiavélico, ya que usa su inteligencia para compensar su falta de fuerza física.

Este contraste entre la fuerza y la astucia se refuerza en el siguiente diálogo entre ambos hermanos:

(Mufasa, amenazante) —No me des la espalda, Scar.

(Scar, desafiante) —Oh, no, Mufasa. Quizás *tú* no deberías darme la espalda a mí.

(Mufasa, rugiendo) —¿Me estás desafiando?

(Tranquilo y provocador) —Qué carácter... *Jamás soñaría* con desafiarte.

(Zazú interviene) —¡Qué lástima! ¿Por qué no?

(Scar, irónico) —Bueno, en lo que respecta al cerebro, me llevé la mayor parte. Pero, cuando se trata de fuerza bruta (mirando a Mufasa)... me temo que estoy en el extremo débil de la cadena genética”



Contrastes visuales entre Mufasa (izquierda) y Scar (derecha).

El contraste va más allá de lo visual: Scar tiene un acento británico, mientras que el resto de los personajes, particularmente Mufasa y Simba, hablan con acento estadounidense. Esta diferenciación auditiva acentúa aún más su alineación y lo coloca como un extranjero

dentro de su propia familia. Como sugiere Susan Sontag (1964), a lo largo de *Notas sobre lo Camp*, las diferencias físicas y de comportamiento a menudo se utilizan en la narrativa para subrayar una exclusión simbólica. Aquí, Scar es el otro, no solo por sus características físicas, sino también por su forma de hablar y comportarse, lo que le da un aire de sofisticación vil y decadente.

4.5.2. Lo queer y las alianzas con lo marginal

Scar, a lo largo del filme, encarna una compleja representación de lo queer a través de su comportamiento camp, que incluye gestos y manierismos teatrales y exagerados.

Desde su primera aparición, en la que interactúa con un ratón en un monólogo casi *shakesperiano*, se nos presenta a un personaje que se distingue por su dramatismo y extravagancia. Cada uno de sus movimientos -desde el elegante arreglo de su melena hasta la pose grácil que con la que observa por encima de su hombro, en la canción *Be Prepared*- refuerza esta teatralidad. Como lo describe Sontag (1964), justamente, lo camp se caracteriza como el amor por lo exagerado, el artificio y la representación (p.2).



Scar es el epítome de lo camp, una estética que va “a contrapelo del propio sexo; una exageración de lo femenino en los hombres, lo masculino en las mujeres” (Sontag, 1964; p.291), cosa que es evidente en su comportamiento y representación visual. En su canción *Be Prepared*, vemos a Scar moverse con una elegancia casi femenina, usando gestos típicamente

asociados con la belleza femenina: se arregla la melena, posa como si fuese una modelo y se mueve con la gracia de una coreografía cuidadosamente ensayada. King-Slutzky, en la revista digital *The Chicago School of Media Theory*, describe lo camp como “Ostentoso, exagerado, teatral, afeminado y homosexual” (2010); todas ellas características que se manifiestan claramente en el personaje de Scar, cuyo comportamiento teatral también le otorga un aire de superioridad y sofisticación que contrasta -y marca distancia- con la tosquedad y masculinidad del héroe, Simba. Por ende su aislamiento, tanto físico como emocional, refuerza esta imagen de un personaje que no encaja en el marco tradicional de la masculinidad hegemónica.

Uno de los diálogos que ejemplifica esto es el intercambio entre Mufasa y Zazú en la primera escena, cuando éste último, al ver la decepción de Mufasa hacia su hermano, comenta: (Suspirando, con resignación) —Hay uno en cada familia, señor... dos en la mía, en realidad.

Esta frase parece insinuar un tabú que sugiere que ‘siempre hay un miembro homosexual oculto en cada familia’; un estigma que Scar representa. De manera similar, se encuentra el diálogo entre Simba y Scar, donde Simba exclama:

—¡Eres muy raro!

A lo que Scar responde:

—No tienes ni idea;

cosa que refuerza la idea de que Scar es percibido como un extraño dentro de su propio entorno familiar.

La exageración de lo camp no es solo una cuestión de estilo, sino también una forma de cuestionar lo que se percibe como “natural”. Como señala King-Slutzky, “Exagerar algo puede ser una manera de burlarse de ello, o de cuestionar cuán real era en primer lugar” (2010). Al mostrar a Scar como un ser que se deleita en su propio artificio, Disney parece indicar que su “otredad” no sólo radica en sus acciones, sino en su mera esencia visual y performativa.

El uso de lo camp en la animación de Disney es una herramienta poderosa para marcar a los villanos como lo opuesto a los héroes, no sólo en términos de moralidad, sino también de apariencia y comportamiento. Como señala Sontag: “los homosexuales (...) son creadores de sensibilidades” (p.12), y es precisamente esta sensibilidad camp la que hace de Scar un

personaje que destaca por su subversión de las normas de género y conducta. La película refuerza el estereotipo de que los villanos no solo tienen que actuar mal, sino que también deben verse y comportarse de una manera que los distinga claramente de los héroes. En el caso de Scar, su comportamiento y apariencia exagerada son pistas visuales que refuerzan su posición como el otro; el opuesto de Simba. Justamente, la animación, de manera holística, busca enfatizar lo hiperbólico para que los espectadores identifiquen rápidamente a los villanos como tales, sin necesidad de profundizar en sus motivaciones. De hecho, este tipo de representación recuerda al teatro, donde cada gesto y expresión magnificada permitía que incluso las personas en las últimas filas pudieran captar la esencia de los personajes y sus emociones.

Sontag también señala que “Camp es un modo de seducción que emplea gestos extravagantes (...) gestos llenos de duplicidad” (p.5). Este sentido de duplicidad es clave en Scar, ya que sus gestos y su comportamiento extravagante están impregnados de una clara autocomplacencia, pero Disney nos muestra que este orgullo en sí mismo es algo que debe ser castigado. A lo largo de la película, la narrativa nos conduce a la conclusión de que la “otredad” de Scar, ya sea en términos de género, comportamiento o alianzas, es inherentemente peligrosa y debe ser destruida para restaurar el orden. Si bien Sontag afirma que “el objetivo de lo camp es destronar lo serio” (p.10), en el universo de Disney, los intentos de los villanos de hacerlo son castigados, reforzando la idea de que el orgullo en su otredad es algo negativo.

La alianza de Scar con las hienas también refuerza esta lectura queer. Lawson y Fetus (2004) describen a las hienas como los parias del reino animal, personajes del grupo social más bajo, que son temidos y evitados por el resto de la sociedad (Lawson & Fetus, 2004; p.113), al igual que los personajes queer en muchas narrativas clásicas. La relación de Scar con estos personajes marginales no solo refuerza su posición como *outsider*, sino que también sugiere una crítica más amplia a las estructuras sociales que excluyen a aquellos que no se conforman a las normas hegemónicas.

La representación de las hienas, como individuos marginados y ridiculizados, también transmite mensajes preocupantes sobre la preocupación de estereotipos y la exclusión social. Según Lawson & Fetus (2004), “esta combinación de modelado y refuerzo es una de las herramientas más poderosas de socialización” (p.113). En este sentido, la película refuerza comportamientos de distanciamiento social hacia aquellos que no encajan en las normas establecidas: un proceso que comienza en la infancia y continúa en la edad adulta.

En *El Rey León*, las alianzas marginales de Scar con las hienas no sólo son simbólicas en términos de poder y posición social, sino que se refuerzan a través de la distinción lingüística. Mientras que los leones, particularmente Mufasa y Simba, tienen acentos que buscan denotar autoridad y pertenencia a la clase alta, las hienas hablan con acentos que remiten al inglés afroamericano vernáculo³¹, lo que refuerza sus diferencias. Este uso de acentos juega un papel clave en la construcción de jerarquías y “clases sociales” dentro del reino animal, con los leones representando la élite, mientras que Scar, al margen de este grupo, forma alianzas con las hienas, que viven en las sombras. Aisladas del sol, de la comida y de la socialización, las hienas representan un sector vulnerabilizado. Esta segregación especista refleja una crítica más amplia sobre la estratificación social, donde las clases altas controlan los recursos y relegan a los sectores marginados a vivir en condiciones de pobreza y exclusión. La construcción social de las hienas refuerza esta idea de un grupo que, aunque poderoso en número, está socialmente distanciado, temido y condenado al ostracismo.

Se podría decir, entonces, que la representación de Scar está profundamente entrelazada con las sensibilidades camp, no sólo por su comportamiento teatral y exagerado, sino también por su posición como outsider dentro de la narrativa. A través de su alianza con las hienas y su subversión de las normas de género, Scar desafía las expectativas sociales constantemente, pero, al hacerlo, también es condenado por la narrativa. Como señala Sontag, lo camp “disfruta, en lugar de juzgar, los pequeños triunfos y las torpes insensateces del carácter” (Sontag, p.13), pero en el mundo de Disney, este disfrute es precisamente lo que convierte a Scar en un personaje que debe ser derrotado.

4.5.3. Simbología del poder y la restauración del orden

La narrativa de *El Rey León* está construida en torno a una lucha por el poder y la restauración de un orden jerárquico que se presenta como “natural”. Según Juan Sklar (2019), la película promueve una visión conservadora, en la que la legitimidad del poder es incuestionable cuando es ejercida por un líder “sabio y justo” (p.30), como Mufasa. Sin embargo, este concepto de justicia está profundamente sesgado por las estructuras de poder hegemónicas, que excluyen a cualquier forma de alteridad. Scar representa una amenaza para

³¹ AAVE, por sus siglas en inglés

este orden, precisamente por su otredad y su asociación con figuras marginales como las hienas, que personifican lo vulnerable y relegado dentro de la sociedad animal.

Este conflicto entre el orden hegemónico y la otredad de Scar también puede leerse como una lucha entre el bien común y el individualismo. Como señala Sklar (2019), “en *El Rey León*, el enemigo simbólico y conceptual es el egoísmo. Si hay un orden justo y un líder sabio, los arranques de los individuos que quieren ponerse por delante del colectivo tienen que ser sofocados” (p.27). El carácter egoísta de Scar, quien busca poder personal a costa de la estabilidad del reino, lo convierte en una amenaza al equilibrio que Mufasa y, posteriormente, Simba, encarnan. Este individualismo se refleja en su alianza con las hienas, quienes, aunque marginalizadas, también buscan su propio beneficio personal por sobre el bienestar de la comunidad. En esta dicotomía, *El Rey León* refuerza una narrativa en la que el bien común está siempre por encima de los deseos personales, y cualquier intento de subvertir este principio es presentado como moralmente erróneo y potencialmente destructivo para el orden natural.

Scar, como muchos villanos queer-codificados en el cine, se vincula con aquellos que son percibidos como peligrosos, desviados o socialmente inapropiados. En este caso, su alianza con las hienas refuerza su posición como figura que desafía el *status quo*. Al ser marginadas y asociadas con la figura de Scar, son vistas como una amenaza al orden preestablecido que Mufasa representa. Esto refuerza la narrativa de que los sectores marginales y quienes cuestionan o desafían el orden “natural” deben ser contenidos, derrotados o directamente “sofocados” (Sklar, 2019; p.27) para mantener la estabilidad del reino.

La usurpación del trono por parte de Scar no es sólo una traición política; también es una amenaza a las estructuras simbólicas que sustentan el orden jerárquico. Según Caballero y Zurián (2012), los elementos visuales en una narrativa operan como signos de algo más amplio (p.482 y 483); en este caso ideologías. En el *Rey León*, los contrastes de la luz y la oscuridad refuerzan la asociación entre lo legítimo -el reino de Mufasa- y lo corrupto -el cementerio de elefantes; residencia de las hienas. Durante la canción *Be Prepared*, la escena se tiñe de un verde tóxico y ominoso, mientras que las hienas marchan en una clara referencia al estilo del ejército nazi (véase anexo nº5).



Esta secuencia no es accidental; como menciona Sklar (2019; p.30), Disney emparenta a Scar y sus aliados con el Tercer Reich, representando el poder tomado por la fuerza como algo inherentemente malvado.

Además de estas referencias, El Rey León también evoca simbologías de otros regímenes dictatoriales, como el comunismo. La toma de poder de Scar no sólo implica una traición personal, sino un cambio radical en la estructura jerárquica y social del reino. La luna roja que aparece sobre Scar durante su discurso en *Be Prepared* recuerda las imágenes simbólicas del comunismo, con su icónica hoz y martillo que representan la revolución del proletariado. De manera similar, Scar promete una nueva y brillante era, donde los excluidos, como las hienas, serán los beneficiados.



Sin embargo, al igual que en muchos regímenes totalitarios históricos, este supuesto equilibrio resulta en caos y destrucción, tal como lo evidencia la decadencia del reino tras la usurpación de Scar. Esta asociación visual entre el poder usurpado y la simbología comunista refuerza la idea de que cualquier alteración violenta del “orden natural” -ya sea fascista o comunista- conduce inevitablemente al colapso y la desolación, tal como lo demuestran las tierras baldías que Scar gobierna.

Sklar (2019) indica que El Rey León defiende un orden jerárquico que se presenta como justo, y la victoria de Simba simboliza la restauración de este equilibrio (p.23). En la escena donde asciende al trono, el uso de la luz y el color enfatizan la legitimidad de su poder, frente a la corrupción de Scar. El uso del sol y la luz brillante al final de la película refuerza la idea de que el reino ha sido purificado con el retorno del líder legítimo. Esta iconografía del poder naturaliza la idea de que el poder debe ser ejercido por aquellos que encajan en un molde predeterminado, y cualquier intento de subvertir ese orden es condenado al fracaso.

Por ende, en la última instancia de la película, la restauración del poder por parte de Simba refuerza una estructura jerárquica que no admite desviaciones, y cualquier intento de subvertir ese orden está destinado al castigo. Las hienas, como clase marginal, son condenadas a seguir siendo parias y Scar es castigado, sin posibilidad de redención.

Conclusiones Generales

*"Cuando se interiorizan técnicas retóricas y de presentación específicas, éstas dan lugar a formas particulares de **construir** (recibir y actuar en) el mundo social".*
-Bell, Haas & Sells (1995)

5.1 La importancia de un análisis crítico

La influencia de Disney en la cultura popular ha sido profunda y duradera, moldeando no solo el entretenimiento, sino también los valores y las percepciones sociales. A través de estrategias de marketing ingeniosas, censura selectiva y una imagen pública cuidadosamente construida, Disney ha consolidado su posición como un gigante en la industria del entretenimiento. Sin embargo, esta prominencia no está exenta de críticas y cuestionamientos sobre el impacto más amplio de sus prácticas y narrativas.

Desde su fundación, Disney ha operado bajo una mentalidad conservadora que ha guiado tanto sus decisiones comerciales como la producción de contenido. La adhesión histórica al Código Hays, aunque ya no obligatoria, refleja una elección arraigada en la visión de su fundador, Walt Disney, quien entendió desde temprano las ventajas de asociar la inocencia infantil con el entretenimiento hogareño, promoviendo valores de la familia nuclear y la moralidad protestante media. Esta estrategia conservadora ha sido, en palabras de Giroux y Pollock (2010), una herramienta para posicionar a Disney como un "gigante cultural que modela tanto el entretenimiento como la pedagogía pública" (p.54).

La censura es un mecanismo evidente que Disney ha utilizado para mantener su imagen de compañía benévola, una apariencia que contrasta con la complejidad y diversidad de las experiencias humanas representadas en sus películas. Giroux y Pollock (2010) señalan que esta mentalidad de censura ha sido fundamental para garantizar la imagen familiar de Disney (p.54), aunque a menudo a costa de limitar la representación diversa y compleja en sus narrativas, perpetuando estereotipos que moldean cómo las audiencias jóvenes perciben el mundo. Aquí es donde entra en juego la importancia del análisis crítico, ya que el reconocimiento del placer que brinda Disney no debería cegarnos ante la realidad de que la compañía es mucho más que mero entretenimiento (Giroux y Pollock, 2010; p.6)

Un claro ejemplo de esta dinámica es lo que Dorfman y Mattelart (1971) describen como la resistencia pública a cualquier crítica hacia Disney, lo que puede verse como una

afrenta a la moralidad y a la civilización misma. Criticar la empresa es equivalente a cuestionar la inocencia de la niñez (p.12). La construcción ideológica que Disney ha creado a lo largo de los años ha sido tan exitosa que muchos ven sus productos como incuestionables y fuera del alcance del análisis crítico. Es necesario “romper el hechizo” (Bells, Hass & Sells, 1995) desmantelando la percepción de intocabilidad de Disney para poder desarrollar un lenguaje crítico que permita interpretar sus construcciones de género, identidad y cultura (pp. 2 y 3).

En este contexto, la nostalgia es peligrosa, ya que se la utiliza como herramienta y escudo. Disney ha sabido capitalizar esta emoción para mantener a sus audiencias cautivas a lo largo de generaciones. Sin embargo, el peligro reside en que esta nostalgia puede impedir una crítica profunda de los mensajes que subyacen en sus narrativas. Es fácil quedar atrapado en la felicidad que proporciona Disney y olvidar que esta alegría va acompañada de tramas cuidadosamente elaboradas que, a menudo, reafirman el *status quo*. Como señalan Giroux y Pollock (2010), debemos evaluar no sólo la capacidad de Disney para producir alegría, sino también su capacidad para ofrecer narrativas de placer sin socavar, al mismo tiempo, los movimientos democráticos e instituciones sociales (p.15)

El objetivo de este Trabajo Final de Grado no ha sido cuestionar la felicidad que Disney ofrece, sino más bien promover una óptica crítica que nos permita reflexionar sobre la educación que subyace a esa felicidad. El pensamiento crítico también puede ser fuente de placer y empoderamiento. Giroux y Pollock (2010) subrayan que la defensa de la inocencia infantil no debe interpretarse como la negación del pensamiento crítico, sino como un reconocimiento de que los jóvenes están en un punto crucial de su desarrollo, aprendiendo sobre responsabilidad ética y las consecuencias de sus elecciones (pp. 89 y 90).

Como Shakespeare decía, “No todo lo que brilla es oro” y, en este caso, el brillo del “felices para siempre” de Disney no debe cegarnos a la necesidad de un análisis crítico y consciente.

5.2 La fórmula dorada

Disney es una compañía conocida por crear historias en las que, a menudo, se presentan claras distinciones entre los personajes “buenos” y los personajes “malos”. En la gran mayoría de sus películas y programas, los protagonistas son personajes virtuosos y altruistas que luchan contra los antagonistas; encarnaciones de la maldad. Esta fórmula, repetida a lo largo de las décadas, ha demostrado ser no sólo exitosa sino también lucrativa, ya que *Disney* ha logrado captar audiencias de todas las generaciones, consolidándose como un referente cultural a nivel mundial.

Un aspecto clave de esta fórmula es la adaptación de cuentos de hadas o clásicos de la literatura. Películas como las analizadas en el corpus audiovisual -*La Sirenita* y *El Rey León*- han sido basadas en los cuentos de Hans Christian Andersen y *Hamlet*, respectivamente. Ambos son ejemplos claros de cómo *Disney* toma historias clásicas, las simplifica y las adapta para una audiencia familiar. Estos relatos ya están imbuidos en una narrativa heroica clara, donde el bien triunfa sobre el mal y los villanos, irredimibles, son castigados al final.

En este sentido, los héroes de *Disney* tienden a presentar una ilusión de agencia. Aunque parecen protagonistas de su destino, a menudo son guiados o manipulados por fuerzas extremas, como lo hemos visto en personajes como Ariel o Simba. Esto reduce la autonomía real de los personajes y refuerza la noción de que el destino ya está marcado, y que el heroísmo está predestinado para aquellos que cumplen con las expectativas sociales hegemónicas.

Al observar el éxito obtenido con esta estrategia, *Disney* optó por no correr riesgos comunicando algo diferente. En cambio, convirtió su comodidad en una fórmula repetitiva y se refugió en ella, estirándola a lo largo del tiempo. Esta fórmula les permitió consolidar su posición en el mercado y garantizar un flujo constante de ingresos, al mismo tiempo que mantenían una imagen de inocencia y moralidad que resonaba con el público. Mantenerse dentro de este molde seguro le permitió a *Disney* evitar la polémica o los riesgos creativos que podrían haber afectado su reputación.

Es importante recordar que *Disney* es una empresa de entretenimiento, cuyas historias a menudo simplifican la complejidad de la vida real. Aunque sus narrativas pueden ayudar a enseñar valores morales a los niños y transmitir lecciones sobre la importancia de la bondad, la amistad y el trabajo en equipo, estas también caen en estereotipos y simplificaciones excesivas. Además, esta fórmula ha tenido un impacto duradero en la forma en que se perciben

y producen, justamente, las narrativas para niños. Al centrarse en valores conservadores y en la perpetuación de estructuras sociales tradicionales, Disney ha influido significativamente en la cultura popular y en la educación informal de generaciones de niños. Esta influencia no sólo se ha manifestado en el contenido de sus películas y programas, sino también en la manera en que se comercializan y se consumen estos productos. Lo hegemónico en Disney se presenta a través de la belleza física, lo deseable, mientras que lo no hegemónico es marcado como fealdad, simbolizando maldad.

La capacidad de “distinguir entre el bien y el mal” es una parte fundamental del desarrollo moral de un niño, pero es importante que todo cuidador complemente la exposición a las historias de Disney con conversaciones sobre la sutileza y la complejidad de las situaciones morales que se presentan en la vida real. En la vida cotidiana, no siempre es fácil distinguir claramente quién es ‘bueno’ y quién ‘malo’, ya que las personas suelen tener motivaciones mixtas y grises, enfrentándose a dilemas éticos complejos.

A modo de conclusión, si bien Disney puede proporcionar una introducción útil al discernimiento y distinción entre lo bueno y lo malo en la ficción, es esencial que los adultos fomenten una comprensión más holística y matizada en la moralidad de sus hijos e hijas. De esta manera, ellos y ellas podrán aplicar estos conceptos de manera más efectiva en situaciones de la vida real, sin dejarse llevar por estereotipos y preservando, ante todo, *la empatía ante lo diferente*.

5.3 La sutileza del rechazo y su gran impacto

El poder de las producciones culturales radica no sólo en lo que muestran de manera explícita, sino también en los mensajes sutiles que subyacen en sus narrativas. Disney, en su búsqueda por crear historias accesibles y entretenidas, ha moldeado percepciones sobre lo que es considerado aceptable, deseable o peligroso. Sin embargo, el rechazo a lo diferente, aunque no siempre sea intencionado o explícito, puede generar impactos profundos en la sociedad. La representación de los personajes villanos y las asociaciones entre lo “no hegemónico” y lo “malo”, por ejemplo, promueven una narrativa que refuerza la otredad y marginaliza lo que se desvía de los valores tradicionales.

Lo que en apariencia podría parecer una representación inocente en las películas de Disney -la fealdad física asociada a la maldad o la belleza relacionada con la bondad- no es trivial. Estos mensajes, al repetirse a lo largo de los años y de las generaciones, se filtran en el

imaginario social, y el rechazo sutil a lo diferente puede transformarse en formas de discriminación más peligrosas. Como afirma Eduardo Restrepo (2010), “no son significados que están en el nivel de la superestructura o de la ideología, sino que producen materialidades” (p.111). Es decir, los significados que estas representaciones culturales habilitan no sólo se quedan en el terreno simbólico, sino que también producen efectos tangibles en la forma en que las personas interactúan con el mundo y se relacionan con lo que perciben como diferente.

El impacto de este rechazo sutil es especialmente peligroso cuando se trata de las primeras impresiones que los niños y niñas tienen sobre el mal, lo queer, la belleza y la moralidad. Si desde edades tempranas se les enseña que ciertos aspectos físicos o actitudes no conformes con las normas son negativas, estas percepciones pueden traducirse en una perpetuación de prejuicios y actitudes discriminatorias en su vida adulta. Por lo tanto, no se trata sólo de que las historias transmitan entretenimiento, sino de que se reconozca la responsabilidad que estas narrativas tienen en la creación de una cultura más inclusiva y justa.

5.4 La importancia de una buena representación mediática

La representación en los medios no es sólo una cuestión de entretenimiento o de diversidad superficial, sino un reflejo de cómo se construyen las percepciones sociales y se moldea la interacción con el otro. La inclusión de personajes diversos en los productos mediáticos tiene el potencial de transformar estas percepciones, siempre y cuando no se trate únicamente de una estrategia para atraer a más audiencias, como sucede con prácticas superficiales como el *pinkwashing*. La representación auténtica, con historias bien construidas y humanizadas, es vital para reducir prejuicios y fomentar una sociedad más inclusiva.

Edward Schiappa, Peter B. Gregg y Dean E. Hewes, en su estudio sobre *La Hipótesis del Contacto Parasocial*, plantean que “una de las características más notables de los nuevos medios masivos -incluyendo la radio, la televisión y el cine- es que dan la ilusión de una relación cara a cara con el intérprete” (2005; pp. 92 y 92). Este contacto parasocial, que ocurre entre audiencias y personajes de ficción, tiene un impacto significativo en la manera en la que las personas procesan sus interacciones con grupos minoritarios en la vida real.

Según su investigación, “existe evidencia de que la mente humana responde a los personajes de ficción de manera similar a las personas reales, y que tener que consumir medios diversos puede disminuir la intolerancia de manera análoga a tener un grupo diverso de amigos” (2005; p.1)

Este fenómeno demuestra que, cuando los medios retratan de manera genuina y humana a personajes que representan minorías, el impacto es positivo y real. La exposición repetida a personajes diversos, a través de la ficción, tiene el potencial de reducir los niveles de prejuicio, tal como lo sugieren los estudios realizados por Schiappa y sus compañeros. En estos estudios, se observó una disminución de los prejuicios hacia la comunidad LGBTTTTIQA+, cuando los participantes experimentaron contacto parasocial con personajes gays de series como *Six Feet Under* y *Queer Eye for the Straight Guy* (2005; p.1). Este efecto también se replicó con personajes como el comediante y travesti Eddie Izzard. En todos los casos, el contacto parasocial facilitó respuestas positivas y cambios en las creencias sobre los atributos de las categorías de los grupos minoritarios.

Por lo tanto, la representación mediática no sólo debería enfocarse en cumplir con cuotas de diversidad, sino en generar una conexión auténtica con la audiencia, en la que los personajes sean complejos, humanos y accesibles, más allá de su pertenencia a un grupo marginalizado. Sólo de esta manera se puede lograr que la audiencia no sólo vea a estos personajes como “el otro”, sino como seres humanos con quienes empatizar y aprender.

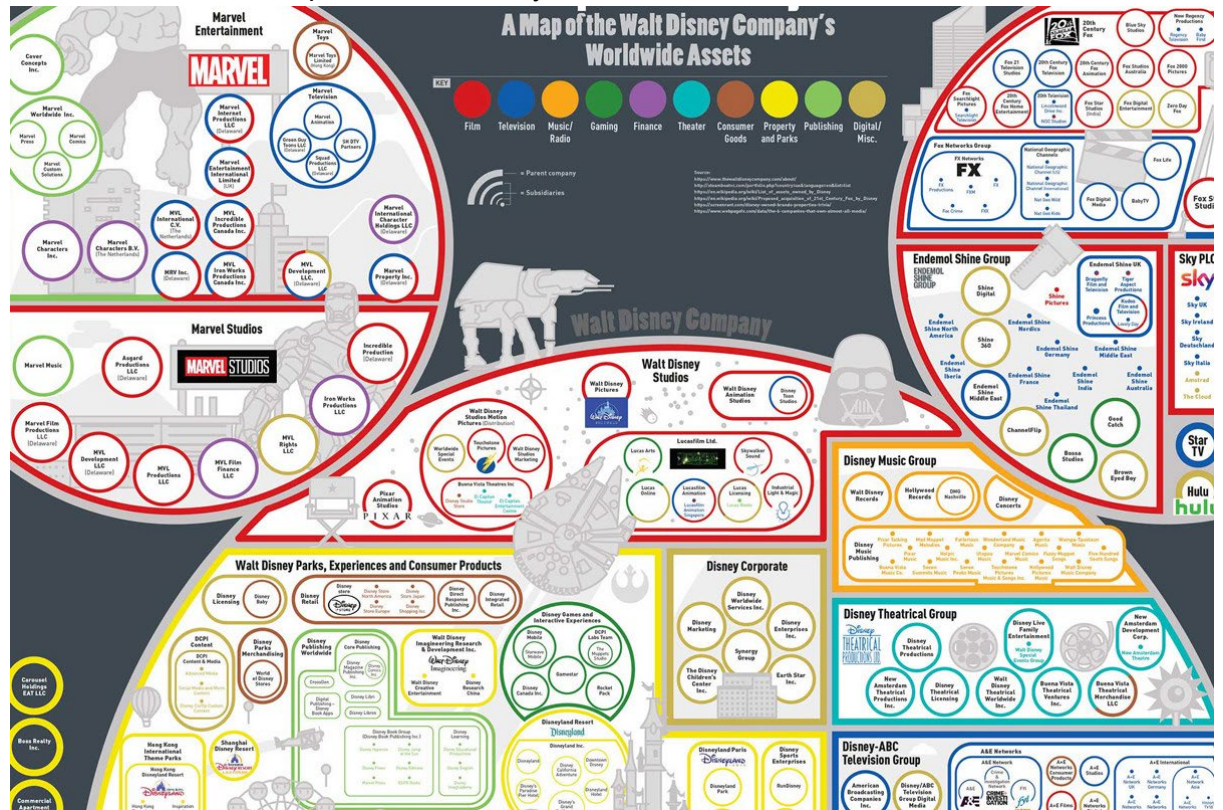
En un mundo mediático saturado de imágenes y narrativas, es esencial recordar que los productos culturales tienen el poder de educar e influir de manera significativa. Como hemos visto a lo largo de este trabajo, una buena representación no sólo entretiene, sino que también tiene el potencial de transformar mentes y corazones, ayudándonos a construir una sociedad más empática e inclusiva. Al final del día, la verdadera medida del éxito de una narrativa no radica sólo en las cifras de taquilla, sino en su capacidad para hacer que las audiencias sientan y reflexionen, siendo interpeladas.

Porque las historias que contamos no sólo reflejan quiénes *somos*, sino también quiénes *aspiramos* a ser.

Anexos

anexo nº1

Mapa de los activos de la compañía Walt Disney:



obtenida de <https://www.xataka.com/magnet/todo-que-disney-controla-posee-resumido-inabarcable-grafico>

anexo nº2

Contexto: https://www.youtube.com/watch?v=f4_TWMTHCkg&ab_channel=TheRoundtable

Ejemplos visuales:

Imagen original en donde se observa a una niña



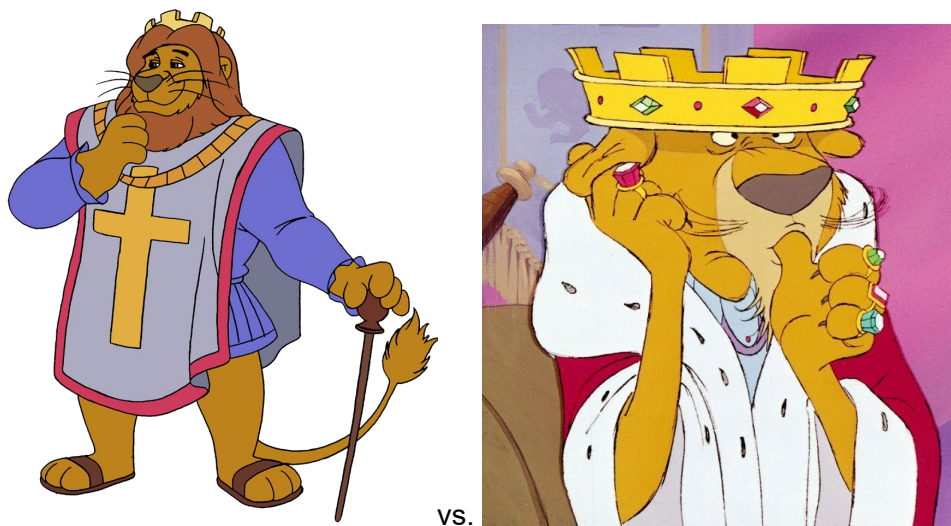
con sus dos padres, versus la imagen censurada.



anexo nº3

Contexto:

1. https://www.youtube.com/watch?v=YYOiXlz8pQ8&ab_channel=robinhood414
2. https://www.youtube.com/watch?v=DnPBH9302-8&ab_channel=CarynandConnieGaming

anexo nº4anexo nº5

En este video se muestra una marcha del régimen nazi, caracterizada por su sincronización rígida y orden marcial. Esta estética imponente y meticulosamente coordinada recuerda a la caminata de las hienas en la escena de la canción "Be Prepared" de *El Rey León*. La coreografía de las hienas, especialmente cuando marchan en filas perfectamente alineadas al ritmo de Scar, es un claro ejemplo de cómo la película emplea referencias históricas visuales y simbólicas para resaltar la naturaleza autoritaria y opresiva de este personaje y sus aliados.

https://www.google.com/search?q=nazi+march&sc_esv=5e23bca3cb06adc9&sc_upv=1&biw=1440&bih=783&tbm=vid&sxsrf=ADLYWILtVopIKDsRKdO0HVY-94UiDYy5Dw%3A1725499963908&ei=OwrZZs2ON9zX1sQP2-eooAs&ved=0ahUKEwiNmKKj1KqIAxXcq5UCHdszCrQQ4dUDCA4&uact=5&oq=nazi+march&gs_l=Eq1nd3Mtd2l6LXZpZGVvlgpuYXppIG1hcmNoMgUQABiABDIIEAAYgAQYywEyCBAAAGIAEGMsBMggQABiABBjLATIIEAAYgAQYywEyCBAAGIAEGMsBMggQABiABBjLATIIEAAYgAQYywEyCxAAGIAEGMcDGMsBSPUZUN8KWL0YcAF4AJABAjgBIAGgAdQJqgEDNS43uAEDyAEA-AEBmAINoAK_CsICBBAjGCfCAgYQABgHGB7CAgQQABgewgIGEAAYCBgewgIJEAAyXwMYCBgewgIJEAAyBxjHAXgewgIGEAAYFhgewgIIEAAYgAQYxwPCAgOQABiABBgKGMsBmAMAIAYBkqcDNS44oAe2Tg&sclient=qws-wiz-video#fpstate=ive&vld=cid:23d8c437,vid:YSvS4LY26Yg,st:0

Bibliografía

A

Acuna, A. (2021). Las corrientes subversivas queer de los villanos de Disney: Análisis de Úrsula en La Sirenita. *Revista JHU Macksey*.

Acuna, K. (2019). Cómo el co-director de "The Lion King", una drag queen y uno de los animadores más destacados de Disney ayudaron a dar vida al villano de La Sirenita. *Insider*.

Altman, R. (1999) Los géneros cinematográficos. *Editorial Paidós*

Andersen, H. C. (1837). *Den Lille Havfrue* [La sirenita]. En *Eventyr, fortalte for Børn* [Cuentos de hadas contados para niños] (Vol. 1). Copenhague, Dinamarca: C. A. Reitzel.

Animal Político. (2022). 'Nimona': La película animada que rompe estereotipos y hace historia en la representación LGBT. Recuperado de: <https://animalpolitico.com/tendencias/entretenimiento/nimona-pelicula-lgbt-disney-netflix>

B

Bell, E; Haas, L; Sells, L. (1995) *From Mouse to Mermaid - The politics of film, gender, and culture*. Recuperado de: https://books.google.com.ar/books?hl=es&lr=&id=C3SPBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=related:vOF9yJuXBscJ:scholar.google.com/&ots=HxIpteWTnk&sig=r6z9kd5wFCwA5iL_wJKNj4oQCmY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Black, G. D. (1994). Hollywood censurado: códigos de moral, católicos y el cine. Paidós.

Blair, E. (2022). El CEO de Disney responde a la indignación de los empleados por la respuesta de la empresa al proyecto de ley 'No Digas Gay' de Florida. NPR. <https://www.npr.org/2022/03/08/1085130633/disney-response-florida-bill-dont-say-gay>

Brown, Adelia. (2021). Hook, Úrsula y Elsa: Codificación queer en Disney desde la década de 1950 hasta la década de 2010. *The Macksey Journal*. Mount Holyoke College.

Brown, Adam. (2024). ¿Por qué se canceló Andi Mack de Disney? MovieWeb. <https://movieweb.com/why-disney-andi-mack->

[canceled/#:~:text=The%20series%20featured%20groundbreaking%20storylines.about%20the%20asons%20behind%20it](#)

Business Insider México. (2022). *Disney disapproved of a same-sex kiss in 'Nimona' movie, former staffers say.* Recuperado de: <https://businessinsider.mx/disney-disapproved-same-sex-kiss-nimona-movie-former-staffers-say-2022-3/?r=US&IR=T>

Butler, Judith. (1993). *Cuerpos que importan: El límite discursivo del sexo.* Ed. Paidós. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Butler, Judith. (2008). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad.* Ed. Paidós. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Butler, Judith. (2018). *Deshacer el género.* Ed. Paidós. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

C

Caballero, A. y Zurian, F. (2012) ¿Tiene la imagen género? Una propuesta metodológica desde los gender studies y la estética audiovisual p. 475-488. [Recuperado de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/3049/Tiene%20la%20imagen%20genero.pdf?sequence=1&isAllowed=y>]

Carcavallo, S. (2016) *Ni buenas ni malas, promocionadas.* Repositorio UDESA Recuperado de [\[https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/19090/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.%20L.%20Com.%20Carcavallo,%20Sof%c3%ada.pdf\]](https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/bitstream/10908/19090/1/%5bP%5d%5bW%5d%20T.%20L.%20Com.%20Carcavallo,%20Sof%c3%ada.pdf)

Casado, L. (2019) *Para ver a la Bella y la Bestia: Análisis de las narrativas audiovisuales en torno a las construcciones de los roles de género y las sexualidades en los personajes de Disney.* Facultad de Periodismo y Comunicación social de La Plata (UNLP). Recuperado de [\[https://drive.google.com/file/d/10EefQKh1vrJmgO3xcoTtsys1KR3A5gXB/view?usp=sharing\]](https://drive.google.com/file/d/10EefQKh1vrJmgO3xcoTtsys1KR3A5gXB/view?usp=sharing)

Cassetti, F. (1991) *Cómo analizar un film.* Ed. Paidós. Barcelona, España. [1ªed]

CEDHJ (2021) ¿Qué es la población LGTBTTTIQ+? Comisión Estatal de Derechos Humanos - Jalisco. Recuperado de

[https://cedhj.org.mx/poblacion_LGBTTTIQ.asp#:~:text=Las%20siglas%20LGBTTTIQ%2B%20se,de%20distinto%20sexo%20o%20g%C3%A9nero]

CELAG (2019) *El panquequismo argentino en 20 casos*. www.celag.org. Recuperado de [<https://www.celag.org/el-panquequismo-argentino-en-20-casos/>]

Cox D. (2000). Reseña: Claves del Reino: Cómo Michael Eisner Perdió su Control – La Trampa Maestra no Logra Atrapar a Eisner, *Variety*, 3 de abril de 2000. Recuperado de: <http://variety.com/2000/more/reviews/the-keys-to-the-kingdom-how-michael-eisner-lost-his-grip-masters-mouse-trap-fails-to-catch-eisner-1200461895/>

Clínica Universidad de Navarra (2022) Manierismo o manierismo. Diccionario médico. Recuperado de [<https://www.cun.es/diccionario-medico/terminos/manierismo-manerismo#:~:text=m.,artificiosos%2C%20como%20afectados%20e%20inaut%C3%A9nticos>]

D

Doherty, T. (1999). *Hollywood antes del Código: sexo, inmoralidad e insurrección en el cine estadounidense, 1930-1934*. T&B Editores. Fragmento con el Código Hays obtenido de [<https://www.umsl.edu/~gradyf/theory/1930code.pdf>]

Doherty, T. (2007). *El censor de Hollywood: Joseph I. Breen y la Administración del Código de Producción*. Paidós.

Dorfman, A., & Mattelart, A. (1972). *Para leer al Pato Donald: Comunicación de masas y colonialismo*. Siglo XXI Editores.

Drescher, J. (2023) *It Is Now 50 Years Since Gay People Were “Cured”. How being gay went from a mental disorder to a human-rights movement*. [Hace 50 años que se «curó» a los homosexuales. Cómo ser gay pasó de ser un trastorno mental a un movimiento de derechos humanos.] *Psychology today*. Recuperado de: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/psychiatrys-think-tank/202304/it-is-now-50-years-since-gay-people-were-cured>

E

Elizalde, S. (2013). *Todos contra la “nena”*. *Mujeres jóvenes y significaciones mediáticas del género y la sexualidad*. Revista Tram(p)as de la Comunicación y la cultura, de Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, número 76. La Plata, Argentina.

El Rey León: Walt Disney Pictures. (1994). *The Lion King* [Película]. Roger Allers y Rob Minkoff (Directores). Walt Disney Animation Studios.

F

Figueras, M (2012) *El macartismo o la caza de brujas en Hollywood*. Página Espinof [Recuperado de [El mccarthismo o la caza de brujas en Hollywood](#)]

Figueras, M. (2013) *El código Hays o la autocensura de Hollywood*. Página Espinof [Recuperado de [El código Hays o la autocensura de Hollywood](#)]

Finol, J. E. (2014). Antropo-Semiótica y Corposfera: Espacio, límites y fronteras del cuerpo. *Opción*, 30(74), 154-171. Laboratorio de Investigaciones Semióticas y Antropológicas Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.

Foucault, M. (1978). *Microfísica del poder*. Siglo XXI Editores.

G

Gamarnik, Cora. (2009). “Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso”, en revista *Questión*, de Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, volumen 1 número 23. La Plata, Argentina. *questio*

García-Bullé, S. (2022). ¿Qué es la otredad y por qué necesitamos entenderla? *Observatorio del Instituto para el Futuro de la Educación*. Recuperado de <https://observatorio.tec.mx/edu-news/que-es-la-otredad/>.

Getino, Octavio. (2008). *El capital de la cultura: Las industrias culturales en la Argentina*. Ediciones Ciccus. Buenos Aires, Argentina.

Giroux, Henry. (1997). *El ratón que rugió: La educación en una cultura en crisis*. Paidós.

Giroux, H.A. y Pollock, G. (2010). *El Ratón que Rugió: Disney y el Fin de la Inocencia*.

Gray, R. (2019) Cómo las películas de Disney influyen en nuestra manera de entender el mundo (para bien y para mal). BBC News Recuperado de [[Cómo las películas de Disney influyen en nuestra manera de entender el mundo \(para bien y para mal\)](#)]

Griffin, Martyn. (2017). Whistle While You Work? Disney Animation, Organizational Readiness and Gendered Subjugation. *Organization Studies*, 38(7), 869–894. <https://doi.org/10.1177/0170840616663245>

Grimm, J., & Grimm, W. (1812). *Aschenputtel* [Cenicienta]. En *Kinder- und Hausmärchen* [Cuentos de la infancia y del hogar] (Vol. 1). Berlín, Alemania: Reimer.

Grimm, J., & Grimm, W. (1812). *Schneewittchen* [Blancanieves]. En *Kinder- und Hausmärchen* [Cuentos de la infancia y del hogar] (Vol. 1). Berlín, Alemania: Reimer.

H

Helmsing, M. (2016) “*This Is No Ordinary Apple!*”: *Learning to Fail Spectacularly from the Queer Pedagogies of Disney 's Diva Villains* [“¡Esta no es una manzana ordinaria!”: Aprendiendo a fallar espectacularmente de las pedagogías queer de las villanas de Disney]. *Disney, Culture, and Curriculum* (pp. 89-102)

Hércules: Walt Disney Pictures. (1997). *Hercules* [Película]. Ron Clements y John Musker (Directores). Walt Disney Animation Studios.

Hidalgo, D. Antoinette and Barber, . Kristen (2017, January 23). queer. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/queer-sexual-politics>

I

Ibaceta Bravo, C. V. (2020). *Notas para pensar la articulación de los cuerpos, el género y la política en Judith Butler*. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. *Ensayos*, (113), 29-37. Recuperado de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/492/4922092007/html/#:~:text=Abyecto%20designa%20esas%20corporalidades%20que,y%20lo%20que%20no%20es.>

J**K**

King-Slutzky, J. (2010) *CAMP - The Chicago School of Media Theory* [Recuperado de [camp | The Chicago School of Media Theory](#)]

Kuhn, A. (2002). Cinema, affect, and the archive: Remembering through film. In M. Jancovich, N. F. Blake, & M. R. A. Jancovich (Eds.), *Film and the national: Proceedings of the 10th British Universities Film and Video Council Conference* (pp. 95-103). University of Sunderland Press.

L

La Sirenita: Walt Disney Pictures. (1989). *The Little Mermaid* [Película]. Ron Clements y John Musker (Directores). Walt Disney Animation Studios.

“Las prohibiciones del código.” (2010). En es-academic.com. Recuperado de https://es-academic.com/dic.nsf/eswiki/278077#Las_prohibiciones_del_c.C3.B3digo

Lawson, A., & Fotus, B. (2004). The Role of Animation in Social Representation: The Hyenas in *The Lion King*. In *Animated Worlds: Representation, Meaning and Media* (pp. 112-114)

Leff, L. y Simmons, J. (1990). *La Dama en el Kimono: Hollywood, censura y el Código de Producción*. Paidós.

Letts, W. (2016) *Camp Disney: Consuming Queer Sensibilities, Commodifying the Normative* [Disney Camp: consumir sensibilidades queer y mercantilizar lo normativo]. *Disney, Culture, and Curriculum* (pp. 148-160)

Lewis, J. (2000). *Hollywood v. Hard Core: How the Struggle Over Censorship Created the Modern Film Industry*. New York University Press.

Lugowski, D. M. (2018). *Vendiendo el "Peligro Amarillo": Raza, romance y propaganda en Hollywood durante la Segunda Guerra Mundial*. University of California Press.

M

Martí, G. (2021) *La creadora de 'The Owl House' se sincera sobre la cancelación de Disney*. Revista virtual Vandal. Recuperado de: <https://vandal.elespanol.com/noticia/r12731/la-creadora-de-the-owl-house-se-sincera-sobre-la-cancelacion-de-disney>

Martínez, A. y Merlino, A. (2012) “*Normas de género en el discurso cinematográfico infantil: el eterno retorno del ‘final feliz’*”. En revista Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia, de Universidad de León, número 7. Pp. 79-97. León, España. Recuperado de [https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/105115/CONICET_Digital_Nro.088d2b5e-cf97-4ca2-8434-2138aa3fec4c_X.pdf?sequence=5&isAllowed=y]

Martín Rojo, L (1996) *El orden social de los discursos*. Universidad Nacional Autónoma de México, Colegio de Ciencias y Humanidades, Unidad Académica de los Ciclos Profesional y Posgrado. [Recuperado de https://ru.iis.sociales.unam.mx/bitstream/IIS/5548/2/01_rojo.pdf]

Metz, Ch. (1978). "El decir y lo dicho en el cine: ¿hacia la decadencia de un cierto verosímil?" En *lo verosímil*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo.

Miller, S., & Rode, G. (1995). La película que ves, la película que no ves. En Bell E., Haas L., Sells L. (Eds.), *De ratón a sirena: La política del cine, género y cultura* (pp. 86–105). Bloomington: Indiana University Press.

MPPDA - Motion Picture Producers and Distributors of America (1930). Motion Picture Production Code (Hays Code) [Código de producción cinematográfica]. Recuperado de <https://www.artsreformation.com/a001/hays-code.html>

N**Ñ****O****P**

Pierce, D. (2022). "[Disney Plus is now live in more than 50 new countries and territories](#)". The Verge. [Archived](#) from the original on June 17, 2022.

Pollock, G. y Giroux, H.A. (2010). *El Ratón que Rugió: Disney y el Fin de la Inocencia.*

Q

R

Restrepo, E. (2010). “Respuestas a un cuestionario: posiciones y situaciones”. En torno a los Estudios culturales. Localidades, Trayectorias y disputas. CLACSO. Chile.

S

Sammond, N. (2005) *Babes in Tomorrowland. Walt Disney and the Making of the American Child, 1930–1960* [Bebés en el mundo del mañana. Walt Disney y la formación del niño estadounidense, 1930-1960]

Schiappa, E; Peter B; Gregg, & Dean E. Hewes, “[The Parasocial Contact Hypothesis.](https://cmsw.mit.edu/wp/wp-content/uploads/2014/05/The-Parasocial-Contact-Hypothesis.pdf)” *Communication Monographs*, 72 (2005): 95-118. Recuperado de <https://cmsw.mit.edu/wp/wp-content/uploads/2014/05/The-Parasocial-Contact-Hypothesis.pdf>

Sklar, J. (2019). *Ideologías animadas* (1ª ed., pp. 19-53). Galerna. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Sontag, S (1964) Notes ON “Camp” [Notas sobre lo “Camp”] [Recuperado de [Notes On "Camp" Susan Sontag Published in 1964.](#)]

Spangier, T. (2019) Disney Says Disney Plus Has Over 10 Million Sign-Ups After Launch Day [Disney dice que Disney Plus cuenta con más de 10 millones de suscripciones tras su lanzamiento] *Revista Variety*. Recuperado de <https://variety.com/2019/digital/news/disney-says-disney-plus-has-over-10-million-signups-1203403515/>

T

U

V

Verón, E. (1993). *La semiosis social*. Colección El Mamífero Parlante. Editorial Gedisa. Barcelona, España.

W

Wells, P. (2002). *Animation: Genre and Authorship*. Wallflower Press.

Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*. Oxford University Press.

Wyss, A. (2019) *Representaciones sexistas e imágenes estereotipadas de las mujeres en las series de Matt Groening: Los Simpson, Futurama y (Des)Encanto*. Universidad de San Isidro.

X

Y

Z