

Princesas Disney, del palacio a la llajta: Consumo cultural desde la perspectiva transgeneracional de mujeres de Cochabamba

Aldana Micaela Pereira Aquino

Cochabambina. Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", ex miembro del laboratorio de periodismo y la Sociedad Científica de Comunicación Social. Con conocimientos en investigación en redes, audiovisual y consumo cultural.

ORCID ID 0000-0002-5933-7113

aldana.pereira@ucb.edu.bo

La autora declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.



Pereira, A. (2024). Princesas Disney, del palacio a la llajta: Consumo cultural desde la perspectiva transgeneracional de mujeres de Cochabamba. Punto Cero, año 29 n°49, Diciembre 2024. Pp 9-27. Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Sede Cochabamba.

Resumen

Esta investigación tiene el objetivo de determinar cómo es el consumo cultural de la representación de las protagonistas de "Cenicienta, Mulán y Frozen" desde la perspectiva transgeneracional de mujeres de Cochabamba. Para ello, a través de grupos de discusión y entrevistas se establece el discurso que forman madres e hijas con relación a las narrativas y finalmente, se determina cómo es que integran las características de las princesas en sus propias realidades. Se evidencia que las protagonistas tienen características en común como la amabilidad, la compasión o la belleza, pero también muestran personalidades diferentes que no solo encajan con el arquetipo de damisela en apuros, sino también con el de aventureras, espíritus libres y protectoras. Teniendo esto en cuenta, las mujeres han formado un discurso mixto sobre las narrativas, identificando aspectos positivos y negativos. De esta forma, al consumir estos productos en diferentes etapas de sus vidas ellas han percibido que se reflejan en sus personalidades, motivaciones y algunas acciones, mostrando que existen distintos tipos de feminidad y que los roles de género son solo etiquetas que limitan la complejidad humana.

Palabras clave: Disney Princesas, Consumo cultural, Perspectiva transgeneracional, Arquetipos, Feminidad.

DISNEY PRINCESSES, FROM THE PALACE TO THE LLAJTA: CULTURAL CONSUMPTION FROM THE TRANSGENERATIONAL PERSPECTIVE OF WOMEN FROM COCHABAMBA

Abstract

This research has the purpose of determine how is the cultural consumption of the representation of the main characters of "Cinderella, Mulán and Frozen" since the transgenerational perspective of women from Cochabamba. For it, through discussion groups and interviews, it is established the speech that mothers and daughters create about the narratives and finally it is determined how they integrate the princess characteristics at their own realities. It is discovered that the main characters share aspects as kindness, compassion or beauty, but also they show different personalities that not only fit in the damsel in distress archetype, but also with the adventuress, free spirits, and the protector ones. Taking this into account, women have formed a mixed discourse on the narratives, identifying positive and negative aspects. In this way, by consuming these products at different stages of their lives they have perceived that they are reflected in their personalities, motivations and some actions, showing that there are different types of femininity and that gender roles are just labels that limit human complexity.

Key words: Disney Princesses, Cultural consumption, Transgenerational perspective, Archetypes, Femininity.

1. Introducción y estado de la cuestión

El ser humano es un ser de historias: las crea, las imagina y las vive. Las mismas le permiten representar su realidad, desde lo que más anhelan hasta sus miedos más profundos. Estas historias no deben quedarse en la oscuridad, y es por ello que las personas han desarrollado formas de mostrarlas a los demás, entre ellas el cine, específicamente la animación, que es más que solo entretenimiento infantil. Como menciona Guillermo del Toro, "la animación no es un género para niños, es un medio para el arte, es un medio para el cine" (Del Toro, 2023). Por lo tanto, a través de esta investigación se busca ahondar en cómo es que el cine de animación cuenta de forma fantástica las historias de personas, en este caso de mujeres, reales que empatizan con las protagonistas y por ello han consumido sus historias desde niñas y las siguen disfrutando de adultas junto a nuevas generaciones.

Al hablar de animación, resulta inevitable mencionar a Disney, ya que esta empresa durante cien años ha transmitido la idea de hacer los sueños realidad y la máxima muestra de ello es una de las películas favoritas de Disney: Cenicienta (Walt Disney Studios, 2005). Esta cinta es una de las bases principales de lo que es la cultura Disney, buscando transmitir

valores sobre la familia, la moral, pero también sobre los roles de género (Digón Regueiro, 2006), que se evidencia en esta cinta, ya que la protagonista es una mujer, y una muestra del rol femenino impuesto a la misma.

Y es que en una sociedad que aspira cada vez más a la equidad para todos, es necesario cuestionar la representación de la mujer en la animación, ya que las investigaciones “en torno a la representación de las mujeres en el arte y la ficción permiten abrir nuevas vías de análisis con las que ayudar a un mejor conocimiento de nuestra sociedad y conseguir o reforzar estructuras de igualdad” (Vicens Poveda, 2019). Al haber esta conexión entre las historias de las princesas y la vida real de las mujeres, es que este estudio resulta relevante como una forma de evidenciar la situación de la mujer en el contexto actual y cómo puede mejorar.

Bajo esta idea, es que con este trabajo se determina el consumo de las mujeres de distintas generaciones de un tipo de películas que se supone representan sus propias historias: las películas de Disney Princesas (Cardoso & Trindade, 2019). Se considera necesario hablar específicamente de estas cintas debido a que, a lo largo del tiempo, la figura de cada una de las protagonistas ha ido cambiando según la sociedad en la que sus historias han sido presentadas. No obstante, este objeto de estudio no es reciente, ya que hay muchas investigaciones que estudian esta evolución en la representación de la mujer. Un ejemplo es el trabajo de Caiza y Enríquez (2020), quienes hablan de cómo las heroínas dejan de lado el estereotipo de ama de casa para buscar algo más que solo el amor de un príncipe, o también está la investigación de Vicens Poveda (2019), en la que se menciona que las películas actuales aún mantienen rasgos de las primeras princesas.

Como estos trabajos, se pueden mencionar muchos otros que, a través del análisis de las cintas, evidencian los estereotipos que se han mantenido a lo largo del tiempo en el cine de animación, dando paso a otros estudios que preguntan directamente a las mujeres cómo es que perciben esta representación. Estos trabajos sobre todo se enfocan en la percepción de los niños y niñas como el estudio de Polo (2019), también indagan en el rol que tienen los padres y madres en el consumo de sus hijos como la investigación de Perera Santana y Bautista García (2019) o finalmente se enfocan en mujeres adultas, como es el caso de Acevedo Gallegos (2011), quien afirma que ellas han tomado inconscientemente como referencia a las princesas para la toma de algunas decisiones.

A través de estas investigaciones, se ha visto que existe un vacío de conocimiento al no tomar perspectivas de diferentes generaciones en una sola investigación, y es que las investigaciones de madres e hijas, limitan el rol de las madres a ser solo eso, no verlas como personas que en su momento fueron niñas. Por ello, esta investigación ahonda en por qué las mujeres de Cochabamba de diferentes edades consumen estas historias y cómo las heroínas pueden, o no, parecerse a ellas. Se usan las películas Cenicienta, Mulán y Frozen porque cada una representa un periodo diferente de la franquicia de Disney Princesas y, por lo tanto, diversas formas de feminidad con las que las mujeres pueden identificarse.

2. Materiales y métodos

Se aborda una metodología cualitativa que busca comprender el fenómeno mediante un acercamiento a los sujetos, que permita obtener datos descriptivos (Taylor & Bogdan, 1984, p. 20). Bajo esta idea, se realizaron grupos de discusión después de ver las películas con mujeres de diferentes generaciones. Esto se realizó con el objeto de ver cómo su perspectiva ha cambiado conforme pasan los años (Canales & Peinado, 1994), y así creando un único discurso (Alvarez, 1989). Para tener una mayor riqueza de perspectivas, también se entrevistó a madres para contrastar los datos de los grupos, ya que esta técnica permite tener un diálogo directo con los sujetos (Pievi & Bravin, 2008, p. 159), facilitando ahondar en las experiencias de las madres que no participaron de las sesiones de películas.

Con respecto a la población estudiada, se trabaja con el grupo de Facebook "Girls Support Bolivia" que, si bien tiene miembros a nivel nacional, solo se toma en cuenta a las participantes de Cercado que son un total de 9.958 mujeres, cifra que varía dependiendo de si se agregan o eliminan miembros. Se elige este grupo debido a que reúne a mujeres de distintos grupos sociales de la ciudad. Por medio del mismo, se contactó a mujeres para obtener la muestra del primer grupo, tomando en cuenta de que tengan interés por la animación, que hayan visto por lo menos una de las películas y que tengan distintas perspectivas sobre la feminidad. Posteriormente a través de un muestreo por bola de nieve se localizó al segundo grupo, conformado por sus madres o adultas cercanas que tuvieron hijos (Méndez, n.d., p. 95). De esta forma, se puede ver cómo es que ha cambiado el consumo de generación a generación.

3. Análisis y resultados

Los resultados se dividen en dos partes según los objetivos investigación enfocados en el consumo de las películas por parte de hijas y madres de Cercado Cochabamba. Primero se identifica el discurso que forman las mujeres alrededor de estas narrativas y después se determina cómo las mujeres han integrado los rasgos de las protagonistas y de sus historias en sus propias realidades.

3.1. ¿Cómo son las Historias de Princesas?

En este apartado se busca identificar el discurso que forman las mujeres acerca de las narrativas de las películas. De esta forma, se evidencian los aspectos positivos y negativos que perciben las mujeres de las protagonistas, desde lo físico hasta lo psicológico y lo social. A su vez, se comparan estos datos con lo que mencionan distintos autores.

Figura 1

El físico de Cenicienta



Fuente: *Cenicienta*, de Geromini et al., 1950.

Dentro de las características que las mujeres consideran positivas de la Cenicienta, muchas destacan su físico. *"Bonita, blanca y flaca"* (Grupo Focal Cenicienta, 2023). Complementando esto, una de las mamás entrevistadas destaca que Cenicienta y la mayoría de las princesas *"demuestran dulzura, ternura, belleza"* (Ahenke, 2023). Bajo estas visiones, se siguen manteniendo los estereotipos físicos y de conducta detrás del rol de la mujer (Lagarde y de los Ríos, 2005). Pero las mujeres no ven los mismos como netamente negativos, sino como formas de ser del personaje que pueden representar un tipo de feminidad, complementándose con otros rasgos. Por ejemplo, también destacan la fuerza física de la princesa, viéndola como una cualidad positiva envidiable. *"Su capacidad física de hacer todo lo que hacía sin morir"* (Grupo Focal Cenicienta, 2023). Este rasgo resalta, porque no se ve a Cenicienta solo como una cara bonita, sino también como alguien hábil y atlética.

Existe una postura dividida con respecto a la relación romántica de la película, ya que algunas mamás destacan que les agradaba esta idea del amor a primera vista y que las invitaba a soñar, incluso hasta la actualidad. "Nos gustó eso del hecho del príncipe azul, que el vestido, esas cosas que gustan a todas las niñas, yo creo" (Tejerina, 2023). Pero también se critica esta idealización del amor a primera vista y de encontrar el príncipe azul.

Figura 2.

Discurso en contra de Cenicienta

Discurso en contra		
"Que las niñas no vean que conoces a alguien, te trata bonito y después te casas".	En contra de la narrativa	Hija
"Nos hace pensar que va a llegar el príncipe azul".	En contra de la narrativa	Madre
"Hubiera cambiado la parte en la que el príncipe tiene que elegir [...]. Hubiera preferido que se conozcan de una forma más casual".	En contra de la narrativa	Madre
No me gusta que: "El rey busca casar a su hijo para tener hijos".	En contra de la narrativa	Hija
"Cuando el príncipe se queda como tonto cuando se va y manda a los guardias".	En contra de la narrativa	Hija
"El príncipe parado ahí para elegir [...] entiendo por la época".	En contra de la narrativa	Hija
No me gusta "cuando el rey dice que quiere una buena madre".	En contra de la narrativa	Hija

En las intervenciones no se critica el amor en la narrativa, sino la forma en la que este se presenta como la única salvación o motivación de la princesa. Así mismo, se refuta la visión de que el único fin de la mujer es tener hijos. En la sociedad, se relaciona a la mujer directamente con la reproducción dentro del matrimonio, es parte de su trabajo y de su aporte en la sociedad. "[...] ella cuida a los otros, ella sostiene a su prole. Al hacerlo es femenina, se realiza como mujer. Ni las actividades de la mujer son vistas como trabajo, ni el sostén económico del hombre es visto como salario" (Lagarde y de los Ríos, 2005, p. 131). La mujer es reducida, a este papel de madre como una obligación que debe cumplir, pero a pesar de que la sociedad le imponga este rol, ella no merece ninguna clase de reconocimiento por el mismo. Pero por medio de otros personajes se da una ruptura a este esquema, como con Mulán.

Figura 3.

Mulán va a la guerra



Fuente: *Mulán*, de Bancroft & Cook, 1998.

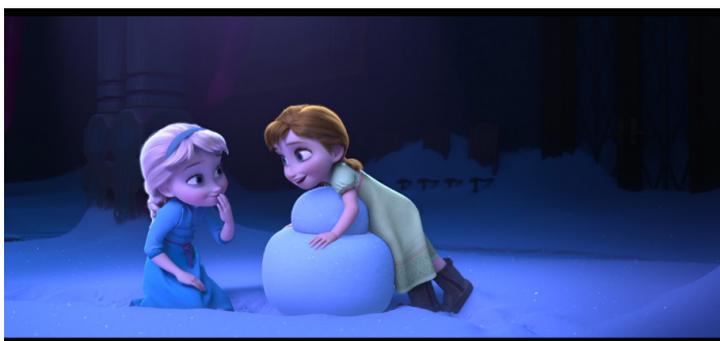
En este caso, hay una mayor cantidad de aspectos que las mujeres consideran positivos del personaje como su valentía, su paciencia y su perseverancia. *“Se atreve a hacer las cosas aún sin saber si las hará bien”* (Grupo Focal Mulán, 2023b). Esto muestra a un personaje que se esfuerza por lograr lo que quiere, ya que, como menciona una de las mamás, *“la determinación le ha llevado a ver la capacidad que tenía para poder resolver problemas, que tal vez los otros no veían y ella sí”* (Grupo Focal Mulán, 2023b). Consecuentemente, se ve a Mulán como una heroína que no encaja con el arquetipo de damisela en apuros (Lezcano, 2021). Y es que las mujeres están de acuerdo en que ella es diferente a todas las princesas de la franquicia en varios aspectos.

En Mulán se aprecian características que normalmente se asocian al género masculino como la fuerza (De Beauvoir, 1953). Bajo esta idea, fácilmente se podría asociar a Mulán con el término bardache que *“es que, a unos cuerpos sexuados, masculinos o femeninos, la mayoría de la población les cambia las características de género asignadas, que generalmente son las del otro género”* (Lagarde y de los Ríos, 1996, p. 5). Esto quiere decir que la protagonista siendo mujer tiene rasgos masculinos para la sociedad, pero puede haber el error de confundir a Mulán con una persona transgénero, y es que ella no busca ser un hombre, sino que debe actuar como uno debido a la situación.

De hecho, las mujeres identifican varios rasgos que muestran que Mulán aún mantiene rasgos de Cenicienta como su humildad, amabilidad y entrega. *“Era diferente a las demás chicas. No era tan delicada como tal. Yo creo que por eso se destaca ella, pero siempre ha mantenido su puesto de chica [...]”* (Grupo Focal Mulán, 2023b). Por lo que, la protagonista no entra dentro del estereotipo de princesa de su antecesora, pero no deja su feminidad de lado. Esto también se muestra en las hermanas de Arendelle.

Figura 4.

Anna y Elsa jugando con la nieve



Fuente: *Frozen*, Buck & Lee, 2013.

Las mujeres resaltan que en Frozen las protagonistas son muy diferentes entre sí con respecto a su personalidad y la unión que existe entre ambas. *“Yo creo que Elsa es la protagonista, pero también Anna, porque de cierta forma ambas participaron, ambas tenían un rol que era desarrollar, lo que tenían ese amor”* (Grupo Focal Frozen, 2023). Se ve un papel activo de ambas princesas, dejando de lado el esquema de pasividad cada una a su manera. Esta relación entre las hermanas es un avance en la representación de la mujer, ya que muestra una de las metas del feminismo: *“La superación de la enemistad histórica entre las mujeres y la posibilidad del encuentro y la sororidad entre las mujeres”* (Lagarde y de los Ríos, 2005, p. 781). Sin embargo, más que la unión femenina, las mujeres resaltan el hecho de que se reemplace el amor romántico por el familiar.

Figura 5.

La autenticidad de Anna



Fuente: Frozen, Buck & Lee, 2013.

Hablando de Anna, destacan la positividad, alegría, amabilidad, perseverancia y valentía de Anna. *“A mí me encanta de Anna su personalidad, en el sentido de que realmente no se da por vencida, hay mil obstáculos y a veces no sabe qué está haciendo”* (Grupo Focal Frozen, 2023). Por lo que, se la identifica como un personaje activo, que se encarga de mover la narrativa y no espera que la salven. *“Anna fue una heroína, buscó soluciones con miedo, pero hasta conseguir a su hermana no se iba a rendir, aunque vaya sola”* (Grupo Focal Frozen, 2023). De esta forma, se rompe con la pasividad del arquetipo de princesa en apuros, ya que decide actuar, incluso en contra de lo que quiere una mayoría. No obstante, también se critica el hecho de que es enamoradiza e inmadura y vuelve a caer en la idea de princesa clásica.

Figura 6.

Discurso en contra de Anna

Discurso a favor		
"Anna que es la testarudez de que se ha enamorado de un chico".	En contra de la protagonista	Hija
"No me gusta la escena en la que se quería casar".	En contra de la narrativa	Hija
"Lo que no me gusta de Anna es que es muy enamoradiza".	En contra de la protagonista	Hija
"Anna la inmadurez".	En contra de la protagonista	Hija
"Anna vendría a ser inmadura".	En contra de la protagonista	Hija
"Anna que es ingenua y crédula".	En contra de la protagonista	Hija

Estas críticas a la inmadurez resaltan, pues muestran que las mujeres, especialmente las hijas, descartan esta idea de que la mujer es como una niña, porque como menciona, Simone De Beauvoir, este pensamiento de la feminidad como infancia prolongada, busca quitar a la mujer de los ideales sociales y debilitar su mente (De Beauvoir, 1953, p. 133). Por lo que, al reprochar las actitudes infantiles de Anna se evidencia que el pensamiento de las mujeres y las mismas narrativas empiezan a evolucionar con respecto a la representación femenina.

De esta forma, las mamás logran identificar que Anna es inmadura, pero no lo ven como una característica del todo negativa. Sino que también puede tener un mensaje positivo. *"Anna, es una niña, da el mensaje de que no hay que perder esa niña interior"* (Grupo Focal Frozen, 2023). Bajo esta idea, para ellas, es importante no ser siempre madura, está bien cometer errores para aprender de ellos. Consecuentemente, Anna no es un personaje perfecto, sino que sus errores le permiten evolucionar, destacándose como heroína (Vogler, 2002). Algo curioso es que se aprecia a Elsa, por lo contrario: ser madura.

Figura 7.

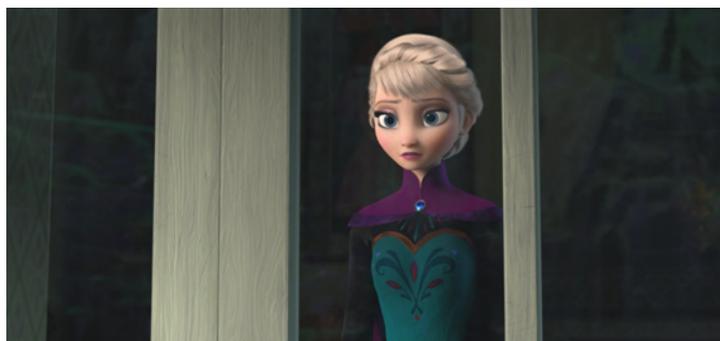
Discurso a favor de Elsa

Discurso a favor		
"De Elsa yo creo que podría decir su madurez porque era una persona madura".	A favor de la protagonista	Hija
"En Elsa la elegancia, la compostura y el deseo de libertad".	A favor de la protagonista	Hija
"Elsa que al final se hace responsable del lugar que tenía que ocupar. Asume esa responsabilidad con entereza".	A favor de la protagonista	Madre
"Elsa su fortaleza, pese a madurar muy rápido, tenía tanto que hacer como mayor. Ella lo hizo sin miedo era muy buena y muy sincera".	A favor de la protagonista	Hija
"De su hermana prácticamente sería su personalidad, respeto a su firmeza, a la firmeza que ella tiene, a su decisión, digamos, es una persona bien decidida respecto a lo que ella creía".	A favor de la protagonista	Hija

Se evidencia que la madurez es vista como algo positivo del personaje, ya que le permite asumir su rol como reina y tomar decisiones. Esta cualidad evidencia una ruptura de la figura infantil con la que se relaciona a la mujer en los estándares sociales. "Cualquiera que sea el contenido de su modo de vida, no hay autonomía ni maduración. En relación y con referencia al hombre es infantil" (Lagarde y de los Ríos, 2005, p. 173). El personaje maduro es halagado, ya que se establece como una figura que rompe con la idea de que una mujer es menos madura que un hombre. Asimismo, también se aprecia su desarrollo respecto al control de sus emociones. "En cuanto a Elsa me parece bastante interesante el manejo de sus sentimientos y cómo se construyó sobre ellos" (Grupo Focal Frozen, 2023). Y es que al inicio Elsa se ve como un personaje inseguro.

Figura 8.

Elsa sintiéndose insegura



Fuente: Frozen, Buck & Lee, 2013.

Esta represión de sus emociones, es vista como negativa. "No me gusta de Elsa que se encerró y solo veía sus defectos sin buscar sus virtudes para reinar bien" (Grupo Focal Frozen, 2023). Elsa piensa en el resto antes que en sí misma, y es capaz de renunciar a lo que ella desea. "Elsa quería tanto a su familia que prefirió encerrarse para no lastimarlos" (Grupo Focal Frozen, 2023). Consecuentemente, se ve a un personaje que mantiene este rol de hacer lo que hace por el otro (Lagarde y de los Ríos, 2005), ya que en un comienzo ella no se reconoce a sí misma sin el reconocimiento del otro.

3.2. ¿Soy como una Princesa Disney?

En este apartado se determinan qué aspectos toman las mujeres de las películas y los aplican en sus propias realidades. De esta forma, se visibiliza el papel de las protagonistas en los imaginarios de las mujeres.

Figura 9.

La transformación de Cenicienta



Fuente: Cenicienta, de Geromini et al., 1950.

Con Cenicienta, tanto madres como hijas, mencionan que la narrativa ha estado presente en sus vidas desde temprana edad. Además, una mayoría la vio con mujeres de diferentes edades.

Desde los tres, cinco años, la veía con mi hermana porque era su película favorita y apenas terminaba Cenicienta de nuevo la volvía a poner y era como que así. La veíamos más que nada yo con mi hermana y mi mamá (Grupo Focal, 2023c).

Existe una estrecha relación entre el consumo de las películas y el papel de la familia. “[...] la familia como institución social primaria tiende a apoyar su mediación al legitimizarse a sí misma por su autoridad moral. Las familias generalmente apelan al amor y a la gratitud de sus miembros” (Orozco, 1999, p. 78). Por lo que, el entendimiento de las narrativas y la apropiación de las mismas se ve mediada por la familia.

Figura 10.

Mulán luchando contra Shan Yu



Fuente: Mulán, de Bancroft & Cook, 1998.

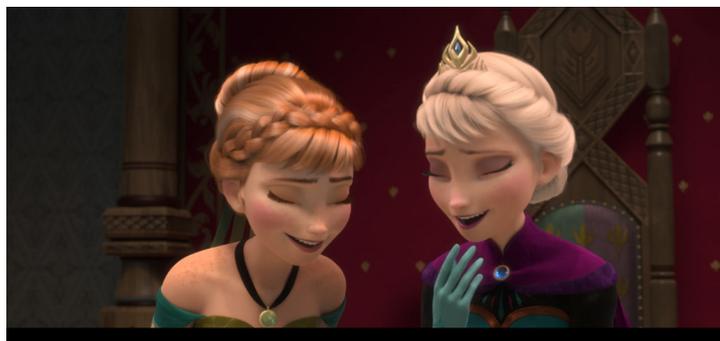
En el caso de Mulán, la mayoría de las hijas vio la película durante su infancia, entre los 3 a 7 años (Grupo Focal Mulán, 2023b). Mientras que, las madres vieron esta película de adultas “con mis hijas” (Tejerina, 2023). Si bien la cinta forma parte de la infancia de las hijas,

se resalta que en su momento las niñas no comprendían del todo la historia. *“Cuando la he visto por primera vez [...] no la he entendido [...]. No era una película que dijera quiero ser como ella”* (Grupo Focal Mulán, 2023b). Esto muestra que la cercanía de las mujeres con los personajes ha variado según el tiempo, con una infancia marcada por la Cenicienta y Mulán, pero con una adolescencia y adultez en la que cala con mayor profundidad la heroína de China.

Algo similar ocurre con las madres, ya que hay detalles que no recuerdan o se tiene una lectura general de la película, solo destacando que Mulán no entra dentro del estereotipo. *“Mulán es una chica que ella quiere sobresalir [...] o sea ya no quiere ser la típica con la tradición de que les enseñan a casarse [...] que solamente las mujeres para el matrimonio”* (Lanza, 2023). O finalmente, no recuerdan la película en su totalidad. *“Mulán no me acuerdo mucho. Es de una protagonista china”* (Ahenke, 2023). Poniendo ejemplos de madres entrevistadas que no vieron la película antes de que se les realizaran las preguntas. De esta forma, evidencian lo que más ha resaltado para ellas obviando detalles. Orozco habla justamente de esta evolución de la percepción conforme se consume más un determinado contenido y dependiendo del contexto de consumo, pudiendo hacer que las apropiaciones de los sujetos sean iniciales o finales (Orozco, 1999, p. 81). Esto se hace evidente en ambas generaciones. En el caso de las hijas, se ve que se han apropiado de diferentes aspectos de las narrativas conforme han crecido. Mientras que, para las madres entrevistadas que no consumieron la película en otras ocasiones, su apropiación final es producto del último consumo que han tenido en su adultez.

Figura 11.

Anna y Elsa se reencuentran



Fuente: Frozen, Buck & Lee, 2013.

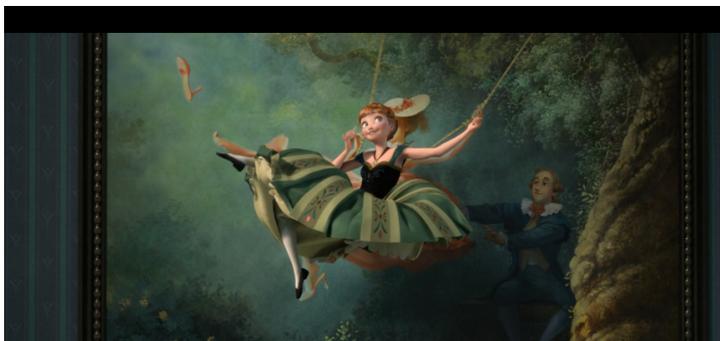
En el caso de Frozen la percepción también varía según la generación. Esto se ve reflejado en que una mayoría de las mujeres del estudio mencionan que: *“Ha pegado hartísimo con las niñas”* (Grupo Focal Frozen, 2023). Cuando se estrena Frozen en 2013, la mayoría de mujeres que han colaborado en el estudio, ya eran adolescentes y adultas por lo que surge una nueva generación de niñas que se apropian de esta narrativa y la hacen presente en sus vidas. *“Tengo dos primitas que hicieron su cumpleaños de temática Frozen y mi primita así justamente se disfrazó de Elsa y mi otra primita de Anna”* (Grupo Focal Frozen, 2023). Y es que como menciona Canclini, hay una relación entre este consumo, con las interacciones y también con la estructura social.

La gente consume en escenarios de escala diferente y con lógicas distintas, desde la tienda de la esquina y el mercado barrial hasta el supermercado y los macrocentros comerciales. Sin embargo, como las interacciones multitudinarias y anónimas de los malls y la televisión se hallan cada vez más entrelazadas con las interacciones pequeñas y personales, se vuelve necesario pensarlas en relación (Canclini García, 1999, p. 30).

De esta forma, por medio del consumo de las películas este consumo se empieza a interrelacionar con la vida real a través de la mercancía. Por medio de estos productos, las niñas pueden sentirse parte de las narrativas. Pero esta no es la única forma en la que las historias de las princesas pueden ingresar al mundo real, sino también estableciendo parámetros de apariencia.

Figura 12.

Anna posando con los cuadros



Fuente: Frozen, Buck & Lee, 2013.

Por un lado, las mujeres afirman que en la actualidad las mujeres ya no responden a los estereotipos de belleza impuestos por la sociedad y que existe una mayor aceptación a la diversidad de cuerpos. Esto se evidencia en lo que menciona una de las mamás entrevistadas.

“Si bien existe un estereotipo de belleza, pero eso cambia de acuerdo a la región, cambia de acuerdo a la época. Esos personajes desde sus diferentes actitudes, vivencias, prioridades todo eso dan un mensaje de que al final la mujer es un ser multifacético” (Tejerina, 2023).

A través de esto, se visibiliza una sociedad que empieza a rechazar los estándares de género y muestra que el mito de la belleza se encuentra en constante evolución. “Las cualidades que en un periodo determinado representan la belleza en las mujeres son meramente símbolos del comportamiento femenino que en ese periodo se consideran deseables” (Cantero & Wolf, 1994, p. 218). Consecuentemente, las mujeres reconocen que las princesas han perpetuado un “ideal” de mujer alejado de la realidad. “Físicamente yo creo que está muy lejos de la realidad porque es algo que te van a decir desde que eres pequeñita que, si eres flaquita, sí encajas, sí te quieren y todo” (Grupo Focal Cenicienta virtual, 2023). Si bien en este caso se hace alusión específicamente a la Cenicienta, se mantiene la idea de delgadez dentro de otras narrativas y se mantiene un estereotipo físico al que las mujeres son obligadas a aspirar, pudiendo incluso causar problemas alimenticios (Hooks, 2000, p. 33). Y es que, si bien han identificado este problema, todavía quieren tener el físico de las princesas.

Figura 13.

Rasgos de Elsa y Anna que quisieran tener las entrevistadas

Discurso a favor	
"Quiero tener el cuerpo de Elsa me gustaría tener su físico".	Madre
"Me gustaría tener los ojos de las protagonistas".	Hija
"Me gustaría tener el cabello de Anna".	Madre
"Sí, a mí me gustaría tener el vestido y el cabello de Elsa".	Madre
"Me hubiera gustado tener las pequitas de Anna".	Hija
"Tener el físico de las princesas".	Hija
"Los ojazos de Elsa y el cabello de Anna".	Hija

A través de esto, se evidencia que el estereotipo occidental de pelo rubio, ojos claros y delgadez (Hooks, 2000), sigue presente en las mujeres. No obstante, en el caso de Mulán, si bien hay rasgos con los que se identifican como "sus ojos" (Grupo Focal Mulán, 2023b) o se quisiera tener su cabello, las mujeres por sobre todo quisieran tener su fuerza física. "Me gustaría ser como ella durante todo su entrenamiento" (Grupo Focal Mulán, 2023b). Esto muestra que las mujeres quieren eliminar esta idea de que la mujer es débil (De Beauvoir, 1953, p. 61). De esta forma, consideran valiosos aspectos que la sociedad ha categorizado como femeninos, como la belleza, así como masculinos, como la fuerza o el poder (Vogler, 2002). Bajo esta idea, el concepto que tienen de lo que es ser mujer es algo más complejo que los roles de género y esto también se evidencia en su personalidad, sueños y aspiraciones.

Figura 14.

Cenicienta limpiando



Fuente: *Cenicienta*, de Geromini et al., 1950.

Las mujeres se identifican con Cenicienta en cuanto a las tareas del hogar. Una de las mamás menciona: *"Me he sentido identificada con Cenicienta cuando limpio. Me gusta limpiar, ordenar, me gusta mucho. Las labores de casa me encantan"* (Grupo Focal Cenicienta, 2023). Bajo esta idea, se relaciona a Cenicienta con las tareas del hogar. Esto se refuerza con la intervención de una de las hijas: *"Los sábados y domingos yo digo que estoy en modo Cenicienta porque tengo que limpiar toda mi casa con mi hermana"* (Grupo Focal Cenicienta, 2023). Esto muestra que tanto hijas como madres se han sentido identificadas con las acciones de la princesa.

Consecuentemente, persiste esta figura de la mujer inmersa en las labores domésticas, pero no siempre es porque se le imponga la domesticidad (Cantero & Wolf, 1994, p. 219). De hecho, se muestra que estas mujeres ven estas labores como algo positivo que las ayuda a distraerse o calmarse en algunos casos, ya que hasta ponen música mientras lo hacen (Grupo Focal Cenicienta, 2023). Otras las ven como obligaciones que deben realizar, pero no porque sean mujeres, sino por higiene, dando la idea de que los hombres también deben hacerlas, ya que: *"Ahora es todo por igual"* (Ahenke, 2023). De esta forma, se da un nuevo significado a la realización de estas tareas, ya que no son una imposición, sino una elección.

Figura 15.

Cenicienta bailando con el príncipe



Fuente: *Cenicienta*, de Geromini et al., 1950.

La mayoría ha mencionado que la idea del príncipe azul ha calado de alguna forma en su percepción sobre las relaciones amorosas, conforme iban creciendo. Una de las madres entrevistadas menciona: *"Uno cree que con la primera persona es el amor de su vida y todo ello. Cuando a veces no es así, como en el caso de la Cenicienta [...] creemos que [...] que es nuestro príncipe azul, el único hombre"* (Camacho, 2023). Por lo tanto, niñas de diferentes generaciones han crecido creyendo que llegaría su príncipe azul. Pero mientras las niñas se convierten en mujeres, esta figura masculina va adquiriendo la forma de hombres reales, mismos que idealizan. *"Creo que en algún momento recuerdo cuando estaba con una persona que me daba poco y yo [...] sentía que era lo máximo"* (Grupo Focal Cenicienta, 2023). Por lo que, ella trataba de adaptar este imaginario de príncipe a la pareja que tenía.

Esta idea del príncipe reflejada en hombre reales, ocurre porque las mujeres recrean las industrias culturales y adaptan sus narrativas a "los contextos locales con resultados creativos y alcanzables por los actores que se apropian de dichas ofertas" (Guardia, 2021, p. 188). Por lo que reprochan esta idea inculcada por la narrativa. No obstante, recalcan que estos rasgos de la historia y de la heroína no se desligan totalmente de la vida real, pero que no son un reflejo completo de la misma.

Figura 16.

El reflejo de Mulán



Fuente: *Mulán*, de Bancroft & Cook, 1998.

En el caso de Mulán, se habla de su fuerza, valentía, perseverancia y sobre todo independencia. Las mujeres de distintas generaciones se sienten más identificadas con estos aspectos.

“me identifico con Mulán porque siempre hay problemas, siempre ocurren cosas y en determinado momento, buscamos dentro nuestro y encontramos que ese amor, que sentimos nos hace capaces de lograrlo todo a pesar de los obstáculos a pesar de los problemas y seguimos adelante” (Tejerina, 2023).

Bajo esta lectura, de una mamá la protagonista es el reflejo de la fuerza de mujeres que tienen que enfrentarse a distintos problemas según sus propias realidades. Lo que resalta es que el amor es el impulso para seguir adelante, pero no por una pareja, sino por los hijos. Por otra parte, las hijas resaltaron sobre todo que *“No es la típica princesa que su felicidad depende de un hombre”* (Grupo Focal Mulán, 2023a). Esto revela que para las madres destaca el amor familiar, mientras que para las hijas destaca más su independencia de la figura masculina.

Sin embargo, se sigue hablando de esta figura del sacrificio por la familia. *“Me he sentido identificada cuando todo lo que hace lo hace por su familia”* (Grupo Focal Mulán, 2023a). Por lo que permanece la presión en la mujer y la dependencia de su felicidad en el otro, bajo la excusa de que se hace en nombre del amor (Hooks, 2000, p. 17). Entonces las mujeres no se deslindan del todo esta idea de la mujer amorosa y protectora porque no lo ven como algo negativo. Esto muestra que, las mujeres siguen sintiendo que deben demostrar que son mucho más que los estereotipos que les imponen, y que las valoren por su propia esencia y no por encajar en el molde.

Figura 17.

Las hermanas se reconcilian



Fuente: Frozen, Buck & Lee, 2013.

En el caso de Anna, se resalta su persistencia por acercarse a su hermana, siendo este un rasgo con el que se identifican. *"Cuando se preocupa mucho por su hermana porque corre detrás de ella [...]. Hago mucho por mis seres queridos, trato de acercarme a ellos de alguna manera"* (Grupo Focal Frozen, 2023). De esta forma, se sienten relacionadas con el personaje por el apego que tiene a su hermana. Esto ocurre porque el mundo mediático llega a su subjetividad al presentar una protagonista que actúa o está en la misma posición que ellas dentro de su familia (Guardia, 2021, p. 148). En este caso, las mujeres que suelen ser más comunicativas se han identificado en mayor grado con la princesa.

Por otra parte, Elsa hace lo contrario, ya que se aleja para proteger a sus seres queridos. Este rasgo, si bien anteriormente ha sido reconocido como negativo por las mujeres, ellas mismas reconocen que se ven identificadas en este comportamiento de la princesa. *"En Elsa me he sentido también un poco identificada cuando ella decide irse lejos. Escapa porque siente que su poder es dañino para el resto, y creo que alguna vez me he sentido así"* (Grupo Focal, 2023). Esto evidencia que los personajes presentan aspectos que pueden hacer que las mujeres se sientan, o no, identificadas, dependiendo de los imaginarios que tengan (Martín-Barbero, 1991). La película muestra una diversidad de rasgos, evidenciando que no se mantiene un solo esquema de personalidad dentro de las princesas.

Representan la vulnerabilidad de la mujer, representan la fortaleza, la decisión, el sacrificio entonces, creo que en todos los momentos de la película representan a la mujer en toda la diversidad que tiene (Grupo Focal Frozen, 2023).

Por sí mismas, las películas al ser no solo productos, sino también narrativas, pueden ser consideradas como unidades de sentido, ya que son los sujetos que las crean y sus espectadores, los que les otorgan este sentido (Martín-Barbero, 2002, p. 17). Por lo que estas lecturas de los personajes dependen de su contexto, permitiendo que las mujeres se sientan identificadas en mayor grado con alguna de las protagonistas que encaje mejor con este imaginario de sí mismas.

Con todos los datos recabados, es evidente que las películas actúan como una representación de las mujeres actuales quienes, a su propia manera reinterpretan y hacen suyas las narrativas, adaptándolas a sus propias realidades (Guardia, 2021). De esta forma, se ve que las mujeres piensan que está bien romper estereotipos, pero también *"no está mal pertenecer al molde si es así como tú te sientes"* (Grupo Focal Mulán, 2023a). Por lo que, el hecho de encajar dentro del molde, o no, no tiene que hacer sentir menos a una mujer, mientras que esa sea su personalidad y no una imposición de la sociedad.

4. Discusión y conclusiones

En varias investigaciones, se tiende a simplificar y limitar a las princesas a las características que más repiten en pantalla. No obstante, en este estudio se evidencia que, según las mujeres, estas son multifacéticas, evidenciando un discurso que agrupa tanto cualidades positivas como negativas de las historias y de sus personajes principales.

Esto se percibe en que, en ocasiones, las protagonistas presentan el arquetipo de heroínas inocentes o damiselas en apuros, con el que las madres y las hijas no están de acuerdo. Pero este no las define por completo, son mucho más que eso: son aventureras, protectoras, exploradoras y activistas, entre otras máscaras que pueden presentar según la narrativa lo amerite, rasgos que son valiosos para las mujeres, ya que muestran personajes más profundos, que no son perfectos y que por ello son más entrañables. Por consiguiente, cada una de estas protagonistas es una muestra de la complejidad humana, conteniendo rasgos que incluso pueden ser contrarios entre sí, pero que al no encajar en un mismo molde muestran su similitud con mujeres reales.

Tomando esto en cuenta es que se llega a determinar cómo las mujeres integran características de las princesas en sus propias realidades. Para ello, es necesario destacar que, desde pequeñas las madres y las hijas han consumido estas películas. Y es que justamente esta etapa de sus vidas ha afectado en su comprensión de lo que es ser una princesa Disney, ya que las mamás manifiestan que, en su caso, la Cenicienta ha sido una referencia, y después para sus hijas, en lo que son los ideales de belleza y sobre todo del amor. No obstante, conforme han crecido, vieron que podían identificarse también con la fuerza de Mulán, la perseverancia de Anna o el crecimiento de Elsa por mencionar algunos aspectos. Pero, esto no significa que dejen de lado los rasgos de la princesa clásica como ser su positividad al hacer cualquier cosa o incluso la idea del romance o de las labores del hogar, ya que son rasgos que, dependiendo de la mujer, también son importantes en sus vidas.

Ellas identifican cualidades positivas y negativas de las historias. Asimismo, la construcción de las heroínas permite que tanto madres como hijas se sientan identificadas con ellas en distintos momentos de sus vidas, evidenciando que el entendimiento y asimilación de las narrativas depende del contexto en el que las consumen. Durante la investigación, al volver a ver las películas y hablar sobre ellas con otras mujeres, se ha identificado que han reinterpretado algunos aspectos de la narrativa y el modo en cómo ven a las princesas de Disney, evolucionando el concepto que tienen de ellas y llegando incluso a poder considerarse princesas, pero de la vida real.

Como conclusión general, se percibe que en la sociedad actual las mujeres son cada vez más conscientes de las desigualdades de género y empiezan a dejar en el pasado los estereotipos impuestos, mostrando su capacidad de desenvolverse en cualquier ámbito. Sin embargo, también se evidencia que esta idea de demostrar el valor de las mujeres y que no solo les interese la belleza, casarse o tener hijos, puede invalidar a aquellas que sí les gustan o llaman la atención estos asuntos.

Desde la postura de la investigadora, además se considera que dicha dicotomía se evidencia en lo académico, con estudios que, si bien buscan entender el rol de los personajes femeninos en el cine, a veces dejan de lado a las mujeres reales, pudiendo limitar un análisis más profundo del panorama social actual. Con esta postura, no se pretende desmerecer la relevancia de los estudios de análisis de contenido, sino revalorizar los mismos y darles continuidad con acercamientos a la comunidad, a los sujetos, y con ello volver al núcleo principal del estudio de las ciencias sociales.

Por consiguiente, se resalta que esta investigación ha permitido evidenciar esta zona gris respecto a lo que es la feminidad, mostrando que las mujeres no dejan de ser mujeres porque les gusten o hagan cosas relacionadas con lo masculino y tampoco que deben

ser juzgadas por abrazar lo considerado femenino. Y es que las princesas Disney son una muestra de estas mujeres que luchan y aman, que cuidan, pero también destruyen; porque el ser humano es más que solo un montón de roles impuestos, es más que solo un arquetipo y es más que solo una etiqueta, es un ser sumamente complejo que está en constante cambio y que cada día muestra que se puede reinventar y ser alguien totalmente nuevo, y que incluso puede llegar a ser una princesa Disney.

5. Referencias bibliográficas

- Aguado Peláez, D., & Martínez García, P. (2015). ¿Se ha vuelto Disney feminista? Un nuevo modelo de princesas empoderadas. *Área Abierta*, 61–49,(2)15. https://doi.org/10.5209/rev_arab.2015.v15.n2.46544
- Ahenke, A. (2023). Entrevista sobre consumo de la películas de Disney Princesas.
- Alvarez, V. (1989). Los grupos de discusión. *Cuestiones Pedagógicas: Revista de Ciencias de La Educación*, 6.
- Bancroft, T., & Cook, B. (1998). *Mulán*. Walt Disney Studios.
- Barrantes Echavarría, R. (2002). Investigación: un camino al conocimiento. Un enfoque cualitativo y cuantitativo. In *Euned* (p. 60).
- Buck, C., & Lee, J. (2013). *Frozen*. Walt Disney Studios.
- Camacho, M. R. (2023). Entrevista sobre consumo de la películas de Disney Princesas.
- Canales, M., & Peinado, A. (1994). GRUPOS DE DISCUSIÓN. In *Métodos y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales* (pp. 316–287).
- Cantero, P.C., & Wolf, N. (1994). El mito de la belleza. *Reis*, 254, 68. <https://doi.org/40183772/10.2307>
- De Beauvoir, S. (1953). *The Second Sex*. In *Yale French Studies* (Issue 27). <https://doi.org/2929315/10.2307>
- Díaz Cedillo, P. (2022). *Cinderella (La Cenicienta)*. Walt Disney (1950). Un análisis cinematográfico. (Issue 1950). Universidad de Valladolid.
- Geromini, C., Jackson, W., & Luske, H. (1950). *Cenicienta*. Walt Disney Studios.
- Grupo Focal. (2023). Grupo Focal Frozen.
- Grupo Focal Cenicienta. (2023). Grupo Focal Cenicienta.
- Grupo Focal Cenicienta virtual. (2023). Grupo Focal Cenicienta.
- Grupo Focal Frozen. (2023). Grupo Focal Frozen.
- Grupo Focal Mulán. (2023a). Grupo Focal Mulán.
- Grupo Focal Mulán. (2023b). Grupo Focal Mulán.
- Guardia, M. (2021). *Mundos de referencialidad: el entorno comunicacional contemporáneo* (1st ed.). Universidad Católica Boliviana "San Pablo."
- Hooks, B. (2000). *Feminism is for everybody* (Vol. 79, Issue 5). <https://doi.org/3-9781315743189/10.4324>

