

Las princesas de Disney: lo que aprenden las niñas mexicanas a través de las películas

Ma. Eugenia González Alafita
Mariana Villasuso
Tania Rivera
Tecnológico de Monterrey. Campus Monterrey
mega@itesm.mx

Resumen: *Este estudio cualitativo¹, apoyado con entrevistas a 25 niñas de entre 4 y 9 años de edad, del sector económico medio-alto, tuvo como objetivo conocer cómo estas perciben la realidad de las princesas de las películas; con qué aspectos se identifican, y qué aprendizajes obtienen. Se encontró que la fantasía y la realidad están separadas por un hilo casi invisible y que los medios también son aparadores que proponen patrones de conducta y de actitudes, transmitiendo representaciones sociales que refuerzan esquemas de comportamiento establecidos. En general, las princesas de las películas son percibidas como personajes humanos, porque realizan actividades “verdaderas”.*

Palabras clave : *medios, valores, estereotipos*

Abstract:

This qualitative study, supported by interviews with 25 girls between 4 and 9 years of age, from a medium-high economic sector, had the purpose to understand how they perceive the reality of the princesses of the films, with what issues are identified, and what learning they obtained. It was found that fantasy and reality are separated by an almost invisible thread, and media are also proposing patterns of conduct and attitudes, transmitting social representations that reinforce established behavioral schema. In general, the princesses of the films are perceived as human characters, because they perform "true" activities.

Keywords: *media, values, stereotypes*

Participaron en este proyecto:

Mariana Niño, Priscilla Nilo, Alejandra Pérez Chequer.

1. Introducción

Por qué las películas de princesas han tomado un rol tan relevante en la vida de las niñas? ¿Cuál es el impacto que tienen tanto en la socialización de las niñas como en el forjamiento de su identidad? No solamente es el vestido y los objetos físicos, sino el comportamiento, las conversaciones, los sueños y las fantasías en torno a la vida de las princesas en cuestión lo que comparten las niñas hoy día.

Zillmann (2002) descubrió el efecto que tenía el entretenimiento en el ser humano, y cómo el mismo podría influir en sus vidas, y concluyó que la sociedad vive en la era del entretenimiento y que de ahí es donde gran parte de la población de más temprana edad saca un modelo a seguir. Por otro lado, Gómez (2005) en su investigación, asevera que “los medios no se limitan a reflejar la realidad, sino que en buena medida contribuyen a crearla” (Gómez, 2005: 3er párrafo). Ya que los medios de comunicación son los espacios en donde los ciudadanos aprenden los hechos más elementales de la cultura, como por ejemplo los modos de vivir, de comportarse, de relacionarse entre sí y de consumir (Pérez Tornero, 1994).

Esta realidad creada por los medios, según Martínez y Merlino (2006), propone patrones de conducta y de actitudes que pueden irse incorporando desde muy temprana edad en los esquemas cognitivos y emocionales de los receptores, debido a que desde los primeros años están expuestos a una gran cantidad de material cultural y mediático, que trasmite representaciones sociales que pueden crear esquemas de pensamiento y comportamiento en los niños.

1.1. Problema de investigación

En la actualidad, Disney vende al público una idea de mundo de princesas donde todo es maravilloso; un mundo en el que muchas pequeñas llegan a creer que están viviendo; un mundo lleno de fantasía que puede tener un impacto en la visión de la realidad de las niñas mexicanas ya que se complementa con indumentaria, objetos, joyería, accesorios y otros productos relacionados con la princesa en cuestión.

1.2. Objetivo

El objetivo de este proyecto es conocer cómo perciben las niñas mexicanas la realidad a través de la fantasía de las princesas, con qué aspectos se identifican y qué aprendizajes obtienen de ellas (valores, antivalores, estereotipos, entre otros).

Se eligió el tema debido a que es interesante conocer el efecto que este tipo de películas tienen en las niñas mexicanas, consumidoras de un producto que las hace enamorar de un príncipe azul, usar vestidos de ensueño y creer en un “vivieron felices para siempre”.

2. Preguntas de investigación

Para conocer las percepciones de las niñas mexicanas en cuanto a los aspectos del contenido de las películas con los que se identifican y los aprendizajes que obtienen de ellas, se respondieron las siguientes preguntas de investigación:

P1: ¿Qué tipo de información transmiten las películas de princesas de Disney a las niñas mexicanas?

P2: ¿Cuál es la realidad que perciben las niñas mexicanas a través de las películas de princesas de Disney?

Rodríguez Rosell y Melgarejo Moreno (2010) en su investigación concluyeron que el cine infantil considera como sus receptores a los niños entre 3 y 6 años. Sin embargo, esta investigación se delimitó a una población infantil femenina de niñas de entre 4 y 9 años, por considerarla la audiencia que actualmente está más expuesta a este tipo de películas, tomando como base nueve películas hechas por la compañía Disney tituladas “Cenicienta”, “Pocahontas”, “La Bella y la Bestia”, “La Sirenita”, “Aladdin”, “La Princesa y el Sapo”, “Enredados”, “La Bella Durmiente” y “Blancanieves”, ya que fueron las princesas más mencionadas al hacer un sondeo piloto.

3. Marco teórico

Para conocer el impacto que tienen las películas de princesas de Disney en la realidad que perciben las niñas mexicanas, la revisión de la literatura estará dividida en tres apartados. El primero tocará el tema de los medios como forma de socialización. El segundo incluirá una revisión de los valores y antivalores que se muestran en las películas infantiles y el último apartado presentará los estereotipos que pueden llegar a crear las películas de Disney de princesas en las niñas.

3.1. Los medios como forma de socialización

Es un hecho que la televisión ha influido en la mente, el comportamiento, los valores, actitudes y demás ámbitos de la vida de las personas. Según Rodríguez Pérez (2006), los medios audiovisuales, desde sus inicios, han sido muy importantes en la educación de los más pequeños ya que éstos han logrado marcar su infancia, y a condicionar, en gran parte, el desarrollo del proceso de socialización de los infantes. Barzabal y Hernández (2005) coinciden en que, de hecho, la construcción de la identidad individual de las personas se va dando en gran parte, debido a los millones de estímulos recibidos diariamente por medio de los medios audiovisuales como por ejemplo, las películas.

Por socialización hemos de entender la internalización de normas, valores y pautas de conductas sociales por parte de la persona, y le sirven para relacionarse con el mundo que le rodea, aprender a vivir en sociedad, y entender el mundo en el que está inmerso (Gómez, 2005). Según Rodríguez Pérez (2006), el proceso de socialización empieza con la observación del bebé o del infante. Éste, al observar todo lo que pasa a su alrededor, trata de imitar lo que ve para reducir la inseguridad que le causa el mundo exterior. Es así que los niños adquieren los valores y las formas de comportamiento del entorno en el que se mueven, hasta llegar a ser un “ser social” dentro de un determinado grupo con normas y pensamientos determinados. Durante este proceso, los medios tienen un papel muy importante, porque todo el tiempo que los niños conviven con los medios hace que ellos vayan adquiriendo, ya sean valores, comportamientos, actitudes, pensamientos, ideas del mundo, sonidos o imágenes que, a su vez, alteran su forma de percibir su entorno actual. Aunque este papel de

los medios de comunicación es relativamente reciente (Gómez, 2005), el tema del cine es abordado siempre como herramienta didáctica que tiene funciones sociales de los medios de comunicación. Dichas funciones sociales, concuerda Pedrosa (2010) en que pueden tener efectos sobre el público (infantil, en este caso) a corto, medio y largo plazo. Hoy en día, los medios de comunicación “no se limitan a reflejar la realidad, sino que en buena medida contribuyen a crearla” (Gómez, 2005: 3er párrafo). Los medios muestran una realidad que propone modelos, patrones de conducta y de actitud que, operando por repetición, pueden irse incorporando en los esquemas cognitivos del niño ya que desde los primeros años los infantes están expuestos a una gran cantidad de material mediático que transmite representaciones sociales que refuerzan esquemas de comportamiento. Ante esto, Igartua y Muñiz (2008) concluyen que algunas de las principales formas a través de las cuales el público reacciona ante los personajes del cine son: la identificación que hacen los niños con los personajes principales de las películas, a través de la empatía. Así como también la capacidad para generar modelos y la imitación. Asimismo, este mismo autor afirma que la identificación con un personaje es exactamente lo que crea en el espectador un sentimiento de comprensión y de empatía; es por esto que se presenta un agrado por parte del infante a querer ser igual a los personajes presentados en las películas y es así como los niños, por medio del cine infantil, obtienen “vivencias” que rápidamente optan como propias o como un modelo a seguir. En concordancia con esto, Poniewozik (2007) añade que estos modelos a seguir adoptados se reflejan más específicamente en el género femenino cuando las niñas, al estar en contacto con las películas de princesas, adoptan los roles de las princesas imitándolas de tal forma que comienza a vestirse como ellas, incluso hasta hablar como ellas, creando un deseo por parte de la población infantil femenina de querer ser como ese personaje que tanto les gusta, y poder volverse así parte de algún grupo social. Por lo tanto, las formas en las que las princesas de Disney se desarrollan en las tramas de cada película, de una u otra manera pueden llegar a influir en el proceso de socialización o de construcción de identidad de las niñas pequeñas ya que se muestran “cualidades deseables” que tienen en común todas las protagonistas y que pueden hacer que las niñas y niños quieran reproducir (Pérez & Rey, n.d.).

Sin embargo, si se proponen modelos opuestos a los que ofrecen los otros agentes de socialización en la vida del niño como por ejemplo, la familia o la escuela, estos impedirán que la socialización se lleve a cabo de manera favorable (Ortega Gutiérrez (2006), en Pedrosa, 2010).

3.2. Valores y antivalores presentes en las películas de princesas de Disney

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

La temática que suelen abordar las películas de Disney es similar en casi todas: convivencia, esperanza, libertad, solidaridad y superación personal. Además de que el

contenido de estas películas demuestra una presencia grande de 16 valores : amistad, amor, belleza interior, bondad, comprensión, compromiso, fidelidad, humildad, igualdad, respeto, responsabilidad, tolerancia, valentía, verdad, solidaridad y superación personal . Sin embargo, no se pueden emitir los antivalores que las películas tienen como la arrogancia, el egoísmo, la envidia, la hipocresía, la rudeza o la sumisión. Estos rasgos normalmente se encuentran en los antagonistas de las películas (Pedrosa, 2010).

Las películas con las cuales los niños están en contacto generalmente reproducen la idea de transmitir los valores tradicionales que se deben de seguir como patrones de vivencia. En ellas se muestran la familia perfecta en donde el rol del hombre es proveer al hogar, mientras la mujer desempeña el papel de encargada de los labores del hogar. Esto invita a los niños a crear una visión acerca de las diferencias de género, por ejemplo (Jiménez, 2011).

Como ya se ha mencionado con anterioridad las películas de Disney han tratado de fomentar en la niñez los valores fundamentales y más conservadores. Un ejemplo de esto serían los valores de amistad, ternura, amor, respeto, comprensión entre muchos otros. Desgraciadamente junto con todo esto también se vende una imagen irrealista en donde se muestra el lado fácil de la vida, esto hace que se tenga una percepción errónea de la realidad (Sánchez, 2009). La imagen que se vende es de inocencia y moral con un toque de valores conservadores. Se busca que con esto el mundo se vuelva un lugar mejor, seguro para las futuras generaciones (Regueiro, 2006).

Es importante mencionar que tanto los roles y valores que se presentan en las películas van cambiando conforme a la evolución de las nuevas sociedades. Esto se puede observar de forma clara desde la película de Blancanieves en donde la mujer representaba el papel típico de ama de casa. Por otro lado con las nuevas producciones se puede observar una evolución dentro de las películas en donde las protagonistas como La bella, Mulán, Ariel, Jazmín, entre otras, desempeñan un rol distinto desafiando a la sociedad tradicional. Este cambio se logra a consecuencia de que el rol que desempeñan las mujeres dentro de la sociedad va cambiando. La nueva generación de princesas, como es considerada por muchos, busca promover un ambiente de justicia, igualdad, reconocimiento y sobre todo dar a entender que son completamente capaces de defenderse ellas mismas. Estos son valores que muchos de los padres occidentales desean inculcar en sus pequeñas hijas, para lograr que ellas tengan una mente más abierta al mundo de hoy (Averbach, 2003).

Los antivalores que se podrían destacar de la filmografía de Disney, tienen que ver mucho con la presencia de estereotipos de género que contribuyen al reforzamiento de la desigualdad. Aunque últimamente las mujeres han tomado posesión de personajes con actitudes más decididas, todavía son incapaces de despegarse de los roles que tradicionalmente les fueron asignados por lo que los hombres siguen teniendo un claro protagonismo (Pérez & Rey, n/d).

El hecho de que las pequeñas quieran imitar a su princesa favorita hace que se genere una manía dentro de ellas; lo que provoca que hagan hasta lo imposible por parecer una princesa. Nuestra realidad es que existen muchas niñas que están deseosas de ser princesas “La realidad es que hoy, como nunca, hay más niñas obsesionadas con ser princesas...esta moda aporta ingentes recursos a las empresas que la promueven a tal extremo que encontramos la cara de Blanca Nieves o Ariel en los productos más

insospechados” (Gordillo & Ramírez, 2009: 668). Con esto nos adentramos al consumismo que se produce en la población, sobre todo en las infantas.

3.3. Las películas de princesas como generadoras de estereotipos en el pensamiento infantil

Un estereotipo es “un conjunto de rasgos típicos que se suponen inherentes a los miembros de un grupo, que se transmiten a través de la repetición de normas de comportamientos y formas de entender las situaciones que nos rodean.” (Barzabal & Hernández, 2005: 2). Es como una imagen convencional o una idea preconcebida; refuerzan prejuicios y convicciones que tiene el individuo sobre objetos, clases sociales y/o instituciones que le rodean.

Es común que mediante los medios de comunicación se crean estereotipos y se convierten en generadores de modelos a seguir, en donde se busca inculcar ciertos valores a las sociedades actuales (Bonilla, 2005), ya que los medios pueden influir también en la idea que el individuo tiene distintos roles sociales. El “modelo de realidad” que proponen los medios está lleno de papeles estereotipados, que son asumidos de manera inconsciente por quien los ve; no se presenta la realidad tal cual es, más bien se presenta una realidad ideal, empobrecida para facilitar la rápida asimilación del receptor, y ofrecen un gran número de estereotipos para atraer audiencias masivas. Por ende, los estereotipos son de notable utilidad porque pueden ser comprendidos sin esfuerzo alguno. Incluso por los niños pequeños (Gómez, 2005).

Para Merlino y Martínez (2006), los mensajes transmitidos en las historias cinematográficas para menores, expone situaciones donde se manifiestan diferencias de género, económicas, raciales, entre muchas más. Esto genera que los menores quieran o tengan el deseo de sentirse adaptados socialmente y quieran pertenecer o sentirse parte de alguna de estas ramas. Es de esta manera que el cine forma un medio de representación y movilización social.

Giroux (1999) critica las producciones cinematográficas de Walt Disney diciendo que se trata de productos generadores de identidades y potentes socializadores. En estas películas es posible hallar, en buena parte de los mensajes transmitidos, elementos que contribuyen a la reproducción de esquemas de pensamiento y comportamiento que se definen como legítimos y que diferencian al hombre y la mujer. De acuerdo con Regueiro (2006), en la filmografía de Disney podemos encontrar dentro de sus historias, numerosos estereotipos que refuerzan valores racistas, sexistas y clasistas. Mediante estos estereotipos que muestran las películas a los espectadores, nos enseñan a clasificar, ver y entender el mundo que nos rodea, en el que la mujer muchas veces es subestimada y obediente, cumpliendo con los deberes del hogar.

Por otro lado, Disney trata de hacer evidente el cambio en los roles que efectúan. Las historias van cambiando con el tiempo, y a las niñas no se les puede presentar el mismo rol de la princesa de hace 10 años, ya que en la vida real este ha ido cambiando. (Collier-Meek, 2011). Las formas en las que las princesas de Disney se desarrollan en las tramas de cada película, de una u otra manera pueden llegar a influir en el proceso de socialización o de construcción de identidad de las niñas pequeñas ya que se muestran “cualidades deseables” que tienen en común todas las

protagonistas y que pueden hacer que las niñas y niños quieran reproducir. Sin embargo, para lograr una mayor equidad de género se deben romper con estos esquemas y llegar a tener una visión más equitativa de la personalidad tanto masculina como femenina (Pérez & Rey, n.d.).

4. Metodología

Para esta investigación se utilizó una metodología cualitativa que como Creswell (1994) afirma, está definida como un proceso para entender un problema ya sea social o humano. Este paradigma de investigación hace énfasis en los individuos, fenómenos o situaciones a analizar en la investigación, en este caso en el fenómeno de las películas de princesas y su repercusión en la vida de las niñas. El método cualitativo, al contrario del cuantitativo, está caracterizado por la recolección de datos descriptivos, es decir, las palabras y conductas de personas que están sometidas a una investigación. Su campo de investigación es el estudio fenomenológico de la vida social.

4.1. Participantes

El objetivo de esta investigación, fue identificar las consecuencias que tienen las películas de las princesas de Disney en la socialización de las niñas mexicanas se realizó analizando la percepción de 25 niñas mexicanas en un rango de edad de entre cuatro a nueve años.

4.2. Instrumento

El instrumento utilizado para esta investigación fue la entrevista a profundidad. Se incluyeron preguntas que ayudaran a contestar las preguntas de investigación de este trabajo.

4.3. Procedimiento

Para hacer las entrevistas se hizo una muestra por conveniencia escogiendo a las veinticinco niñas de un sector económico medio-alto. Algunas de estas niñas son alumnas de ballet en la academia “Ana María Dueñez” que se encuentra en San Pedro Garza García, Nuevo León, México. Para poder entrevistar a las niñas se pidió un permiso a la directora de dicha academia de baile y cuando se autorizó dicho permiso las niñas fueron entrevistadas en las instalaciones de la academia, saliendo de sus clases de ballet. Se entrevistaron además a cuatro niñas fuera de la academia de baile.

5. Resultados

5.1. Procedimiento para el análisis de datos

Para recabar la información y analizarla, primero se grabaron las entrevistas y después se transcribieron. Las preguntas hechas en las entrevistas tuvieron como

objetivo responder a las preguntas de investigación previamente planteadas. De este modo, los datos arrojados en las respuestas se clasificaron para contestarlas.

5.2. Descripción de resultados

Para conocer la influencia que las películas de princesas tienen sobre las niñas mexicanas, se les preguntó que si jugaban a las princesas con sus amigas y que si influía el hecho de que a sus amigas les gustara la princesa que a ellas no. Las niñas en su totalidad contestaron que sí jugaban o juegan con sus amiguitas a las princesas. En cuanto a la diferencia de gustos, más de la mitad de las niñas contestó que, en efecto, sí jugaban con sus amigas aunque ellas tuvieran preferencias diferentes. Sin embargo, hubo niñas (2), que no jugaban con las niñas con gustos diferentes a los de ellas: *“Sí, pues sí cuando iba en el kínder jugaba con mis compañeritas aunque les gustara la Sirenita”* (Karina, 9 años); *“No, no me junto con niñas a las que les guste Cenicienta”* (María, 5 años); *“No, no importa que a las demás no les guste Pocahontas.”* (Alice, 6 años); *“Sí jugaría con ella... porque aunque no me guste una cosa, como quiera me debe de gustar porque es mi amiga”* (Miranda, 9 años); *“Si (juego con mi amiguita aunque a ella no le guste Blanca Nieves) no me importa”* (Mayra, 6 años).

La primera pregunta de investigación *¿Qué tipo de información transmiten a las niñas las películas de princesas de Disney?* fue contestada por medio de las preguntas: *¿Cuál es tu princesa favorita y porqué?*, *¿Cuál es la princesa que menos te gusta y porqué?* y *¿Cómo son las princesas?* Hubo variedad en las respuestas de las niñas ante dichas preguntas. Sin embargo, las princesas que tuvieron predilección en el gusto de las niñas fueron Bella, de la película *“La Bella y la Bestia”* (8 niñas); Cenicienta quien es la protagonista de la película que lleva el mismo nombre (6 niñas); Ariel, la princesa de *“La Sirenita”* (5 niñas); Aurora de la película de *“La Bella Durmiente”* (4 niñas) y todas estas princesas fueron las que predominaron en las respuestas de las pequeñas. Al preguntarles el porqué del gusto de la princesa la mayoría contestó que por cosas estéticas, ya sea por su pelo o por su vestido. Muy pocas contestaron que por la trama de la película u otra cosa. De hecho, las ocho niñas que contestaron que les gustaba Bella dijeron que por su vestido o por su pelo, y las que contestaron que les gustaba Aurora, fue por motivos estéticos, una por su pelo y las demás por su vestido, ninguna por alguna cualidad o por la película en sí.

“Me gustaba como tenía el pelo y mi color favorito era el rosa entonces, como su vestido era rosa...” (Alejandra, 9 años); *“Aurora, porque tenía el vestido rosa”* (Ana Emilia, 7 años).

En cambio, las que contestaron que les gustaba Cenicienta fundamentaron que era por motivos no estéticos, por ejemplo una contestó por su bondad y tres contestaron por su película. Las dos restantes contestaron que por su vestido.

“Porque es buena” (Isabel, 5 años); *“Pues por sus películas”* (Karina, 9 años); *“Porque cuando se le olvida la zapatilla”* (Sofía, 4 años); *“Porque veía mucho la película”* (Rebeca, 7 años).

Por otra parte, la mayoría de las niñas que contestaron que Ariel era su princesa favorita, contestaron que porque era diferente a todas las demás. Por ejemplo, por su pelo o porque no es humana.

“Porque tiene el pelo rojo” (María Fernanda, 5 años); *“Porque es una sirena”* (Alice, 6 años y Ana Karen, 9 años); *“Porque tiene el pelo largo y rojo”* (Érica, 5 años); *“Vive en el mar y tiene una cola de color verde de pescado”* (Miranda, 9 años).

La pregunta de *¿Cuál es la princesa que menos te gusta?* también tuvo muchas respuestas diferentes. Entre las más destacadas estuvieron Blanca Nieves, de la cual 9 de 25 niñas contestaron que no les gustaba, y Pocahontas quien es una princesa india que 5 niñas contestaron que no les gustaba. Esto por motivos físicos también, ya que solamente dos de las nueve niñas que contestaron que no les gustaba Blanca Nieves fue por cosas de la película: *“Porque tiene una bruja”* (María Andrea, 4 años); *“Porque nada más se trata de que se pierde y eso ya me aburrí”* (Ana Emilia, 7 años). El resto contestaron que por *“su pelo cortito”*: *“Por el pelo, no me gustaba como estaba el pelo”* (Alejandra, 9 años); *“Porque no me gusta su pelo”* (Ana Karen, 9 años); *“Porque no me gustaba su ropa”* (Isabela, 6 años); *“Porque no me gustaba su cabello chiquito”* (Mayra, 6 años).

En cuanto a Pocahontas, la mayoría contestó que por aspectos raciales. Solamente dos “no supieron” porqué no les gustaba: *“Porque tiene vestido café”* (Alice, 6 años); *“No sé...”* (Regina, 7 años); *“Porque es india”* (María, 4 años); *“No me gusta Pocahontas... es la que me gusta menos”* (Miranda, 9 años).

Además, a las niñas que contestaron que no les gustaban otras princesas, se les preguntó su opinión por Pocahontas. Al contrario de lo que se esperaba, a muchas, de hecho, si les gustaba. Ante todo esto, se les preguntó el por qué y contestaron que porque era diferente a ellas.

La pregunta de *¿Cómo son las princesas?*, se refería tanto físicamente como en su manera de ser: *“Porque son muy lindas”* (Mariel, 5 años); *“Las princesas son bonitas. Se peinan bonito y se visten bonito”* (Isabel, 5 años); *“...Bonitas”* (Alejandra, 8 años); *“Educadas”* (Ana Karen, 9 años); *“Mmh.. hermosas”* (María Andrea, 4 años); *“Buenas y bonitas”* (María, 7 años); *“Se peinan bien y se visten bien”* (Isabela, 6 años); *“Se porta bien, trabaja muy lindo y se ve linda”* (Mariel, 5 años). *“Son bonitas todas, y se portan bien, hacen caso”* (Mayra, 6 años). *“Bonita y noble”* (Marcela, 5 años).

También se les pregunto que si ellas fueran unas princesas *¿cómo tendrían que ser?* La respuesta predominante para ambas preguntas, fue que las princesas eran “buenas y bonitas”. Sin embargo también contestaron que educadas, peinarse bien, vestirse bien, respetuosas, entre otros valores tanto estéticos como intrínsecos de las personas: *“Ser bonita, honesta, generosa y decir siempre la verdad”* (Paloma, 9 años); *“Sentarme derechita, hacer caso a todo y respetar a todas las personas, no pegar y no pelear”* (Ana Emilia, 7 años); *“Tener buenos modales, obedecer a su familia, no sé.. Se debe de comportar de buenos modales, sentarse derecha, también tiene que caminar derecha, decir gracias o no gracias cuando algo no se le antoja... Y tiene que estar bien vestida si va a casa de alguien o va a ir a una fiesta o va a una iglesia de boda o de comunión. Se tiene que comportar también... y tiene que hacer la tarea...”* (Miranda, 9 años).

Entre los artículos que tenían de princesas, la mayoría de las niñas contestaron que tenían entre tres y cinco vestidos de princesa, películas, muñecas, ropa, accesorios para la escuela (lápices, cuadernos, mochila, colores).

La segunda pregunta de investigación: *¿Cuál es la realidad que perciben las niñas a través de las películas de Disney?* se contestó con las preguntas de las entrevistas: *¿En dónde viven las princesas?, ¿Qué ropa usan? ¿Cómo actúan las princesas? y ¿Qué relación tienen con los príncipes?* (también se les preguntó si les gustaría tener un príncipe azul, tal como aparece en las películas). A la primera pregunta, todas las niñas contestaron que las princesas viven en castillos o mansiones, menos una que contestó que *“viven en Monterrey”* (María Andrea, 4 años). A la segunda pregunta la mayoría de las entrevistadas contestaron que usan vestidos, coronas, tacones y maquillaje: *“Tienen torres y un trono”* (Alice, 6 años); *“Vestidos, coronas, anillos, collares...”* (Mariel, 5 años); *“Vestidos, coronas, tacones y maquillaje”* (Paloma, 9 años); *“(Tendría que usar) vestidos, solo vestidos y cuando es frío un vestido de mangas... collares corona, poder, zapatillas, tacones, tacones muy altos...”* (Jimena, 5 años).

En la última pregunta se les preguntó específicamente si las princesas hacían labores del hogar. No todas las niñas supieron contestar la pregunta, fueron solamente 15 las que pudieron contestarla. De estas quince, hubo una diferencia de respuestas. Siete contestaron que si tendían sus camas y que sí ayudaban en los quehaceres de la casa. Las otras cinco contestaron que no hacían ninguna labor doméstica, sino que solamente se divertían ya sea leyendo o bailando. Sin embargo, hubo una que contestó que firmaba papeles.

“Bailan bien bonito” (Sofía, 4 años); *“Bailan, bailan un rato, mmm.. se divierten en el palacio, pero no (tienden su cama, ni lavan su ropa, ni cocinan)”* (Alejandra, 8 años); *“(Las princesas) limpian la casa”* (María Andrea, 4 años); *“Mmm las princesas... limpian su casa todo el día”* (Andrea, 4 años); *“Si fuera una princesa tendría que ser bonita y noble y tender mi cama”* (Marcela, 5 años); *“Las Princesas leen y Bailan”* (Andrea, 9 años); *“No tendría que lavar la ropa ni tender la cama, tendría que leer todas las cosas esas que te traen, como papeles esos que te trae un señor y que dice lee eso y debes revisar muchas cosas”* (Ana Emilia, 7 años); *“ahmmm unas princesas leen, otras dibujan con arte, como la princesa Rapunzel que es artista, también como Bella que siempre lee libros todo el día, o como Aurora que va a pasear. Ariel para encontrar sus tesoros marinos, a Blanca Nieves que juega con sus amigos animales y Jazmin que está con su tigre Rajá, su mascota”* (Miranda, 9 años); *“Tendría que hacer de comer, lavar ropa, recoger mi cama..”* (Jimena, 5 años); *“(Tendría que) tender mi cama”* (Marcela, 5 años).

Se les pregunto también si las princesas tenían príncipe, ante lo cual 21 niñas contestaron que sí, en efecto, las princesas se casaban con los príncipes. Se les preguntó también cómo debería de ser un príncipe ante lo cual resaltaron diferentes respuestas como guapo y valiente. Por último se les preguntó que si les gustaría tener un príncipe y entre la variedad de respuestas incluyeron al príncipe de la película como el novio en la vida real que ellas podían tener: *“[No quiero un príncipe] porque... (sonríe apenada) ... porque hay... no sé... es que no quiero tener un príncipe azul, porque si me caso siento como que así...siento escalofríos...porque así siento que estoy nerviosa... solamente de tener un novio! porque tener un novio es tener un príncipe azul”* (Miranda, 9 años)."

6. Interpretación de resultados

6.1. Impacto de las películas de princesas de Disney en la socialización de la audiencia infantil femenina

De acuerdo con los resultados obtenidos de las entrevistas en esta investigación, se llegó a la conclusión de que la socialización de las niñas si se ve afectada por las películas de princesas o más bien, por los personajes en sí, ya las princesas están presentes en la convivencia diaria de las niñas mexicanas. Esto concuerda con la postura de Gómez (2005) de que los medios, en este caso las películas de princesas, atesoran un potencial socializador en la vida de los infantes. La “realidad creada por los medios” llega a tal punto que las niñas quieren imitar todo lo que hacen las princesas, jugando a ser como ellas. Ante lo cual se concuerda con Igartua y Muñiz (2008) quienes aseveran que una de las principales formas a través de las cuales los niños reaccionan ante los personajes del cine es la identificación con el personaje, a través de la empatía que los lleva a la imitación de éstos mismos.

Por otro lado, contrario a lo que se pensaba, se llegó a la conclusión de que no importan los gustos que tengan las niñas en cuanto a las princesas para que éstas puedan jugar entre sí ya que la mayoría contestó que no les importaba si a su amiga le gustaba una princesa que a ellas no y que, en efecto, si jugarían con ella. Se piensa que esto es por la edad en la que se encuentran las niñas ya que es una edad en donde se refuerza el valor de la amistad, por eso la diferencia de gustos no importa tanto en la convivencia.

6.2. Valores y antivalores mostrados en las películas de princesas

De acuerdo con los resultados arrojados se ha llegado a la conclusión de que los valores y antivalores que se muestran en las películas para pequeñas se convierten en un parámetro de ideal acerca de la vida. Esto las induce a tener una perspectiva de cuáles deben de ser sus comportamientos y cuáles no, esto para lograr tener una “vida con sentido” que muestra la realidad creada por las películas.

Esta investigación coincide con la autora Sánchez (2009) en que Disney busca vender al público una imagen de valores que preparan a los espectadores para lograr tener una vida exitosa. En las entrevistas se pudo observar que a la mayoría de las niñas les gustaría ser princesas y comportarse como ellas. Esto quiere decir que Disney logra posicionar a estos personajes como modelos a seguir de millones de niñas alrededor del mundo.

Se pudo observar que el valor más identificado por las niñas fue el de la bondad ya que la mayoría contestaron que las princesas tenían que ser “buenas”. En el caso de los antivalores se puede observar cómo es que el valor estético de la princesa toma gran fuerza en la percepción de las niñas, ya que la mayoría de las niñas tienen la imagen de las princesas como mujeres bonitas, con bonitos vestidos y bonito pelo, lo que conlleva a una sociedad consumista en donde lo estético es lo más importante. Este se considera un antivalor ya que tal como lo define Rodríguez “Disney es el McDonalds del cine” porque con estas películas se fomenta un consumismo en

grandes dimensiones. La mayoría de las niñas dicen tener por lo menos dos trajes de sus princesas favoritas, así como el cuarto decorado de princesas, las películas favoritas de estos cuentos animados, lámparas, zapatos, entre muchas otras cosas. De acuerdo con los resultados de las entrevistas y como lo comentan Gordillo y Ramírez (2007) vemos que tanta insistencia por parte de las pequeñas ha llevado a que las grandes empresas fabriquen productos en masa con los rostros de las princesas, de manera que ahora los vemos por todas partes, desde accesorios, muñecas, tazas, hasta ropa, útiles escolares, y cubrecamas.

6.3. Las películas de Disney como generadores de estereotipos en el pensamiento infantil

Como se observó en las entrevistas, los estereotipos que marcan las películas que produce la compañía de Disney son de importancia y tiene un gran impacto en las vidas, el pensamiento y la identificación de las niñas pequeñas. Como mencionan los autores Merlino y Martínez (2006) los mensajes que transmiten estas películas tienen que ver con contenidos sociales, económicos, de género, raciales, entre otros, los cuales generan que los menores se quieran identificar con un personaje que represente alguna característica valorada en su sociedad o su cultura. En el caso de las entrevistas, las niñas se ven identificadas con las princesas ya que estos personajes tienen que ver con los papeles femeninos de la cultura occidental en la que están inmersas, representando valores y características “deseables” como lo son la limpieza, la organización, la obediencia, la belleza o la inteligencia. Un estereotipo que se ve muy marcado en las niñas es el de género, ya que la mayoría piensa que una princesa buena es sinónimo de una “buena ama de casa” ya que todas tienen que ser obedientes, tender su cama y ayudar con los deberes del hogar. Por lo que se concuerda con Jiménez (2011) quien afirma que Disney busca vender la imagen de la familia tradicional, en donde existe una mujer sumisa que hace los quehaceres de la casa y el hombre es el que va a trabajar.

En el texto de Collier-Meek (2011), se menciona que las niñas tienden a seguir a las princesas que van más de acuerdo a su tiempo, es decir, no se les puede presentar la misma princesa que se presentaba hace diez años. Analizando las entrevistas, nos damos cuenta que las princesas relativamente más “antiguas” son con las que las niñas menos se identifican.

Aunque los estereotipos que se van marcando con las películas influyen en la forma de socialización que tienen las pequeñas, según Pérez & Rey (n.d.), en este proceso de construcción de identidad, las películas y princesas de Disney tienen cualidades que se consideran “buenas” en la sociedad y además, no se encontró en las entrevistas que las niñas presenten discriminación causada por los estereotipos que se podrían desarrollar con estas películas.

7. Conclusiones

Las películas de princesas de Disney tienen un impacto en la vida de las niñas mexicanas. Esto principalmente en tres grandes aspectos. El primero es en su socialización. Las princesas están presentes en la convivencia diaria de las niñas mexicanas. Segundo, el tipo de mensaje que transmiten las películas de princesas de

Disney es la promoción tanto de valores como de antivalores, que se convierten en un parámetro de ideal acerca de la vida para las niñas. Por último los estereotipos se presentan a través de los mensajes que transmiten estas películas tienen que ver con contenidos sociales, económicos, de género, y raciales, que genera que los menores solo se identifican con la princesa que represente alguna característica valorada en su sociedad o su cultura. Es importante recalcar que estos personajes tienen que ver con los papeles femeninos de la cultura occidental en la que están inmersas, representando valores y características “deseables” como lo son la limpieza, la organización, la obediencia, la belleza o la inteligencia.

8. Limitaciones del estudio

Las limitaciones que se encontraron en el estudio fue principalmente la diferentes personalidades de las niñas, ya que había niñas extrovertidas muy dispuestas a contestar con respuestas largas y estructuradas pero, por otro lado, había niñas más tímidas que contestaban respuestas cortas y mal estructuradas, ante lo cual las entrevistadoras tuvieron que prolongar las preguntas o bien hacer nuevas preguntas relacionadas con la anterior para hacer que la niña respondiera un poco más.

Otra limitación fue el hecho de que la mayoría de las niñas fueran alumnas de ballet ya que en sus clases se les enseñan cosas relacionadas con princesas. Por ejemplo a pararse como princesa, esto quiere decir “derechita” y de “puntitas” (o con tacones imaginarios). O también se les dice que las “princesas bailarinas se portan bien y obedecen a la maestra”. Esto afectó en las respuestas de las niñas ya que muchas contestaron que las princesas obedecían a las maestras y tenían tacones.

Por último, otra limitación también fue el tiempo y el espacio en donde se desarrollaron las entrevistas ya que fueron hechas en el lobby de la academia de baile, es decir un lugar con mucho ruido y en donde había mucha gente pasando; por lo que, las niñas se distraían con todo esto.

9. Futuros estudios

Futuros estudios nos pueden brindar una visión de cómo las películas, dependiendo del género de esas, afectan a los niños en general, en su proceso de identidad y socialización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARZABAL, Luisa María; HERNANDEZ, Antonio. (2005). “Enseñemos a discriminar estereotipos sexistas en la televisión.” en *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, Huelva, España n°25 en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929133> (consultado el 27/01/2012)
- BONILLA, José. (2005). “El cine y los valores educativos. A la búsqueda de una herramienta eficaz de formación” en *Pixel-Bit Revista de Medios y Educación*, Sevilla, España, n°26, (julio 2005), pp.39-54. En

<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/368/36802604.pdf> (consultado el 27/01/2012)

DUEK, Carolina. (2010) "Infancia, desarrollo y conocimiento: los niños y niñas y su socialización.", en *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, niñez y juventud*, Manizales, Colombia, vol.8, n° 2 (Diciembre 2011), pp. 709 – 808.

DO ROZARIO, Rebecca Anne. (2004). "The Princess and the Magic Kingdom: Beyond Nostalgia, the Function of the Disney Princess", en *Women's Studies in Communication*, Vol. 27, n°1, (Primavera 2004), pp. 34-59.

ENGLAND, Dawn; DESCARTES (n.d.). "Gender Role Portrayal and the Disney Princesses", Connecticut, Estados Unidos de América, en <http://www.familystudies.uconn.edu/undergraduate/honors/posters/Dawn%20England%20poster.pdf> (consultado el 27/01/2012)

ESPINOSA, Cristina. (2003). "Relaciones entre heroínas y brujas. Relatos infantiles y juveniles en la literatura y el cine.", Madrid, España, pp. 1-11 en <http://www.baiona.org/pdf/igualdade/materiais.didacticos/secundaria.e.bac/harelato/libros.e.cine/relaciones.entre.heroinas.y.brujas.pdf> (consultado el 27/01/2012)

FÉRNANDEZ, Eva Antón. (2001) "La Socialización de género a través de la programación infantil de televisión", Valladolid, España en, <http://www.fyl.uva.es/~wceg/articulos/TelevisionPatriarcal.pdf> (consultado el 27/01/2012)

GÓMEZ, Bernardo (2005). "Disfunciones de la Socialización a través de los Medios de Comunicación" en *Razón y Palabra*, n°44 (Abril-Mayo 2005) en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n44/bgomez.html> (consultado el 27/01/2012)

GORDILLO, Inmaculada; RAMÍREZ, Ma. Del Mar. (2009) "TV y estrategias para el fomento del consumo de las niñas" en *Revista Científica de Educomunicación*, vol. XVI, n°31, pp.665-671 <http://fcom.us.es/fcomblogs/inmaculadagordillo/files/2009/11/television-y-estrategias-para-el-fomento-del-consumo-en-las-ninas.pdf> (consultado el 27/01/2012)

HERAS, Samara (n.d.). "Una Aproximación a las Teorías Feministas." Pp. 45-82 en <http://universitas.idhbc.es/n09/09-05.pdf> (consultado el 27/01/2012)

IGARTUA, Juan José y MUÑIZ, Carlos, (2008) "Identificación con los personajes y disfrute ante largometrajes de ficción. Una investigación empírica", en *Comunicación y Sociedad*, Salamanca, vol. XXI, n. 1, pp.25-52

JÍMENEZ, Ileana. (2011). "Reflexiones en torno a la vinculación de la educación y el género." en *Revista Electronica Educare*, Heredia, Costa Rica, vol. XV, n°1, (Enero-junio 2011), pp. 137-147 en http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=oCCoQFjAB&url=http%3A%2F%2Fdia.net.unirioja.es%2Fservlet%2Ffichero_articulo%3Fcodigo%3D3683597&ei=nFkjT47pJIKg8QPr7I3BBw&usg=A

FQjCNF5vmH1DsZg5JW13EHCQ9nin_QrnQ&sig2=b-16bWAFciYutb2h5hv9mA (consultado el 27/01/2012)

- MARTÍNEZ, Alejandra y MERLINO, Aldo. (2006) “Discurso y socialización en producciones cinematográficas infantiles” en *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, n°26, pp. 125-130 en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1985799> (consultado el 27/01/2012)
- MONTIEL, Aimée (2010). “La responsabilidad de la televisión mexicana en la erradicación de la violencia de género contra las mujeres y las niñas: apuntes de una investigación diagnóstica.” en *Comunicación y sociedad*, pp. 43-68 en <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=34612253003> (consultado 27/01/2012)
- OCHOA, Desiré; PARRA, Maryri y GARCÍA, Carmen Teresa (2006) “Los cuentos infantiles: niñas sumisas que esperan un príncipe y niños aventureros, malvados y violentos”, en *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, Mérida, Venezuela, vol.11, no.27, p.119-154.
- PORTMAN, Tarrel; HERRIG, Roger (2001). “Debunking the Pocahontas Paradox: The Need for a Humanistic Perspective.” en *Journal of Humanistic Counseling, Education & Development*, vol. 40, n°2, pp.185-199.
- PORTO PEDROSA, Leticia (2010) . "Socialización de la infancia en películas de Disney/Pixar y Dreamworks /PDI. Análisis de modelos sociales en la animación.", en *Prismasocial*, Madrid, n°4 (junio 2010) pp.1-20
- PÉREZ, Ma. Esther ; BERMUDEZ, Ma. Teresa. (n.d.). “La migración de las mujeres desde la narración literaria a las películas de animación de Disney.” Oviedo, España, pp. 1-10 en http://www.unidaddeigualdad.es/documentos_contenidos/447_78371982_narraciones.pdf (consultado el 27/01/2012)
- REGUEIRO, Patricia. (2006) “El caduco mundo de Disney: Propuesta de análisis crítico en la escuela” en *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, Coruña, España, pp. 163-169 en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/158/15802625.pdf> (consultado el 27/01/2012)
- RODRÍGUEZ, Beatriz. (2006). “Una televisión que manipula, una televisión que educa. Algunas notas sobre televisión e infancia” en *La televisión no filma*, octava edición, España, pp.108-120, en http://www.zemos98.org/festivales/zemos988/pack/unatvquemaniplauatvqueeduca_latelevisionnolofilma.pdf (consultado el 27/01/2012)
- RODRÍGUEZ, María del Mar; MELGAREJO, Irene. (2009). “Cine infantil: aproximación a una definición”, en *Doxa.comunicación*, n°10, pp. 167- 181, en <http://www.humanidades.uspceu.es/pages/investigacion/DoxaXarticulo8.pdf> (consultado el 27/01/2012).

- SÁNCHEZ, Ana Belén. (2009) “El cine/ cuento animado o la ruptura del modelo clásico”, Ávila, España, Área Abierta n°24, pp. 1 – 10 en <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/15788393/articulos/ARAB0909330001C.PDF> (consultado el 27/01/2012).
- WOHLWEND, Karen. (2009). “Damsels in Discourse: Girls Consuming and Producing Identity Texts through Disney Princess Play” en *Reading Research Quarterly*, Indiana, Estados Unidos, vol. 44, n°1, pp. 57-83.
- WURFEL, Marlen. (1999). “El verdadero \$amor\$ de Walt Disney” en *Z Magazine*, (4 de Octubre de 2011) en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/disney.pdf> (consultado el 27/01/2012)
- AVERBACH, Mágara. (2003) “Huellas imperiales” de *Imago Mundi*, Buenos Aires, pp.163-175, en <http://es.scribd.com/doc/55569918/averbach-maccarthismo> (consultado el 27/01/2012)
- FÉRNANDEZ, Eva Antón. (2001) “La Socialización de género a través de la programación infantil de televisión”, Valladolid, España en, <http://www.fyl.uva.es/~wceg/articulos/TelevisionPatriarcal.pdf> (consultado el 27/01/2012) .