# ¿Son las niñas tan poderosas? Consideraciones sobre animaciones infantiles dirigidas al público femenino*

## Are Girls that Powerful? Thoughts on Children's Animations Aimed at Female Audience

*Yasmin Winter*
*Yasmine Feital*
*Karina Gomes Barbosa*
Universidad Federal de Ouro Preto, Brasil

Recepción: 02/12/21
Aprobación: 11/05/22

## Resumen

Las subjetividades se construyen a partir de varios discursos, y uno de los aspectos que interfiere directamente en la subjetivación de las niñas es la producción audiovisual a la que tienen acceso y que actúa como dispositivo pedagógico (Fisher, 2002). Así, el objetivo del presente artículo es presentar las preguntas y resultados de la investigación "¿Son las niñas tan poderosas?

## Abstract

Subjectivities are constructed on the basis of various discourses, and one of the aspects that directly interferes in girls' thoughts is the audiovisual production to which they have access and which acts as pedagogical devices (Fisher, 2002). Thus, the aim of this article is to answer the questions and show the results of the research titled,"Are girls that powerful:

* Investigación guiada por Karina Gomes Barbosa con estudiantes de pregrado en periodismo en su equipo. Iniciada en febrero de 2019, la investigación fue financiada inicialmente por la Fundación de Apoyo a Investigaciones del Estado de Minas Gerais (Fapemig) y, más tarde, por el Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq, por sus siglas en portugués), hasta julio de 2020. El presente trabajo fue traducido con recursos económicos recibidos a través de un premio otorgado a la investigación.

representaciones y afectos de niñas heroínas a partir de animaciones infantiles". La discusión se realiza desde una perspectiva de estudios feministas y audiovisuales, mediante una articulación teórico-conceptual establecida principalmente en los estudios de Perea (2015) y su relación con los datos obtenidos. Para llegar a los resultados se eligen animaciones infantiles de gran circulación en Brasil como objeto de estudio. A través de la observación se hacen preguntas sobre heroínas, protagonismo y signos de género. Además, también se analiza la relación con otros personajes, como la sororidad y la rivalidad femenina y cómo son las representaciones de los cuerpos en la niñez. Los datos obtenidos confirman la hipótesis de que estas animaciones transmiten permanencias y rupturas de características de género.

### *Palabras clave*

Infancia, niñas, heroínas, representación, animaciones para niñas.

representations and affections of heroic girls from children's cartoons". The discussion is about a feminist and an audiovisual studies perspective, through a theoretical-conceptual articulation established mainly in Perea's (2015) studies and their relationship with the data obtained. In order to achieve the results and question them, children's animations widely circulated in Brazil are chosen as the object of study. Through observation, questions are asked about female heroes, protagonism, and gender signs. In addition, the relationship with other characters is also analyzed, such as sorority and female rivalry and how children's bodies are represented. The data gathered confirms the hypothesis that these animations present permanence and rupture of gender characteristics.

### *Keywords*

Childhood, girls, female heroes, representations, children's cartoons.

## Introducción

Establecido en 2012 por la Organización de Naciones Unidas (ONU), el Día Internacional de la Niña sirve para marcar los avances en la promoción de los derechos de las niñas y adolescentes, además de reconocer la urgente necesidad de ampliar las estrategias para erradicar las desigualdades de género en el mundo, según la ONU. Los *Objetivos de desarrollo sostenible*, también conocidos como *Objetivos globales* son, en este sentido, *un llamado universal* a acciones que busquen implementar las estrategias. Entre los 17 objetivos se encuentra la igualdad de género, un elemento central que entiende que acabar con todas las formas de discriminación contra mujeres y niñas es algo indispensable para el desarrollo sostenible.

Es relevante, por tanto, cuestionar el lugar donde están las niñas, sujetos subalternos de los feminismos; las niñas reciben menos atención de los estudios feministas que las mujeres —y algunas niñas reciben todavía menos—, lo que denota el marco de edad de los estudios feministas, así como una temporalidad centrada en etapas de la vida cuando las mujeres son socialmente productivas y que el cuerpo sea capaz de reproducir la fuerza de trabajo (Federici, 2017). Los primeros estudios dirigidos a este grupo se remontan a finales de la década de 1970, con el trabajo pionero de Angela McRobbie, quien en 1991 publicó *Feminism and Youth Culture: From Jackie to Just Seventeen*. Desde la década de los noventa, en el ámbito académico feminista anglosajón surgen los *girlhood studies* —lo que se puede traducir como *estudios sobre las niñas*—,[1] una de sus exponentes es Claudia Mitchell (Gomes Barbosa, 2020).

Recientemente se han ampliado los estudios sobre niñas, no sólo se ha investigado sobre este grupo y sus lugares en el mundo, sino también sobre todo el universo que se dirige a él, como análisis sobre la comercialización del ideal femenino para los niños y niñas, en *Consuming Girlhood: Young Women, Femininities y American Girl* de Elizabeth Marshall (2009); la reestructuración y construcción de subjetividad femenina, en *Girls Reconstructing Gender: Agency, Hybridity and Transformations of "Femininity"* de Jessica Laureltree Willis (2009); y estudios más recientes, sobre la primera y segunda olas de animaciones infantiles dirigidas a niñas en el trabajo como el *Girl Cartoons Second Wave: Transforming the Genre* de Katia Perea (2015).

Desde la perspectiva de las niñas, interpretamos los resultados de la investigación *¿Son las niñas tan poderosas? Representaciones y afectos de niñas heroínas protagonistas de las animaciones infantiles* a partir de un enfoque feminista y desde una articulación teórico-conceptual basada principalmente en los estudios de Perea (2015) y su relación con los datos que obtuvimos. Nuestra investigación está atenta a la presencia, o no, de las superheroínas, como protagonistas de las animaciones, y tuvo como objetivos principales analizar y problematizar las formas en que se representan estos personajes; cómo las animaciones infantiles atribuyen,

1 El término *girlhood* no tiene traducción inmediata.

producen y reiteran el concepto de feminidad; y lo que la producción de animaciones infantiles elige como relevante para las niñas que las asisten, proponiendo formas de educarlas, desde la investigación sobre las protagonistas heroínas que se presentarán adelante.

Para comprender las representaciones que transmiten las animaciones utilizamos el análisis fílmico como herramienta metodológica, pensando en el audiovisual como una práctica significativa, según Teresa de Lauretis (1984). Ese análisis, según Francesco Casetti y Federico Di Chio (1991), es un movimiento de descomposición y recomposición del objeto cinematográfico en estudio para reconocer sus elementos, comprender sus mecanismos e interpretar sus sentidos. Nuestro análisis está informado por la perspectiva feminista crítica, una crítica de la cultura tanto dentro como fuera (Lauretis, 1984), ya que "las mujeres están tanto en el cine como representación y *fuera* del cine como sujetos de sus actividades" (De Lauretis, 1984, p. 30, énfasis de la autora).

## Argumentación

Cuando pensamos en lo femenino o en la idea de feminidad, según Ana Paula Cruz Penkala Dias (2019, p. 130), es "un complejo sistémico de normas, rituales, artefactos, usos, actos y performatividades que son el género". Este sistema, sin embargo, es parte de una construcción social de *convertirse en mujer* (Beauvoir, 1967, nuestro énfasis). Así, la idea de performatividad se relaciona con la forma en que Jessica Laureltree Willis (2009, p. 97) caracteriza como género: "Una construcción en la que las nociones de 'mujer' y 'hombre', 'femenino' y 'masculino' son constantemente creadas en prácticas, guiones, performances y contextos sociohistóricos".

Michele Bueno (2012) ubica las representaciones femeninas en animaciones —con un enfoque en las princesas— bajo los pilares de la belleza, el consumo y el matrimonio. Al encuestar a niñas sobre las películas de princesas de Disney concluye que "más que estar en una marca de producto llamada *Princesas* o casarse con un príncipe, para la mayoría de ellas —las niñas— lo que constituía una princesa era, después de todo, un hermoso vestido, una corona y un comportamiento sobresaliente, ya sea por amabilidad o elegancia" (Bueno, 2012, p. 15, énfasis de la autora).

También destaca otro punto en común con nuestros resultados sobre las heroínas: el hecho de que la belleza está conectada al carácter; una nueva versión patriarcal de la conexión entre la belleza y la bondad: las heroínas necesitan ponerse bellas para ser las mejores versiones de sí mismas; es decir, los personajes usan vestidos, aretes, maquillaje y eso las caracteriza como princesas, ideales de bondad. De manera similar, en las animaciones aquí analizadas, las niñas se presentan a sí mismas como superheroínas y bellas, generalmente en el momento narrativo de la transformación del personaje.

Así, percibimos una similitud entre las transformaciones de las heroínas con la realidad de la mujer, de demandas exigidas al cumplimiento de ciertos estándares estéticos, "a través de imágenes que nos dicen que la ropa, la configuración del cuerpo, las expresiones faciales, los movimientos y el comportamiento [todavía] son necesarios" (Jaggar y Bordo, 1997, p. 24). Asimismo, los obstáculos que encuentran las niñas y las mujeres al intentar acercarse a una equidad social, económica y política, una vez que la dedicación a la estética femenina —que a su vez demanda actuaciones de ciertas acciones femeninas— es obligatoria para el éxito, el poder, el matrimonio y la aceptación.

Otro aspecto relacionado con esta actuación de la feminidad ligada a la belleza y la producción personal es la perspectiva de dónde vienen. Los aspectos que diferencian a la niña *común* de la niña *heroína* en las animaciones incluyen la adultización y, muy claramente, la sexualización, la mayor parte del tiempo. Esta es otra cuestión importante que se plantea sobre las imágenes y los conceptos fabricados y reproducidos por niños y niñas a partir de los dibujos de las heroínas. Laureltree Willis (2009, p. 101), basada en los estudios de Judith Butler (1988), afirma: "La relevancia del cuerpo es observable en las prácticas corporales diarias de performatividad identitaria de las niñas". Laureltree Willis (2009), por su parte, se basa en la idea de Fausto-Sterling (2000) y sostiene que:

> El alojamiento de una niña en un cuerpo inicialmente designado por el estado y la sociedad como "sexuado" y "femenino" impacta los roles que las niñas desempeñan más adelante en su vida como mujeres. Los procesos de identidad de género (feminización o masculinización) comienzan con una marcación del cuerpo como

> sexual a partir de nociones provenientes de las ciencias biológicas (Laureltree Willis 2009, p. 101).

Katia Perea (2015) pasa por la primera y segunda ola de estos dibujos en Estados Unidos al historizar una trayectoria de animaciones de superheroínas para niñas, y afirma que el género comenzó en la década de 1980 con la migración de la industria de los juguetes binarios a la industria de los dibujos animados binarios; también comenta que la transposición dictó los parámetros de las animaciones para niñas: "Unicornios y estrellas brillan en comunidades de amistad con niñas líderes motivacionales que demostraron confianza, determinación y habilidad mientras procesan emociones y resuelven conflictos a través de la comunicación" (p. 1).

Además, al hablar de dibujos para niñas, Perea (2015, p. 1) entiende que las superheroínas se crean a partir de tres pilares: "la belleza, el cerebro y la fuerza". Es decir, para ser heroínas, para estar en el papel de protagonistas y para *salvar el día*, las niñas necesitan performar aspectos de feminidad, es decir, deben ser hermosas dentro de un cierto estándar social, además de tener un cuerpo también apegado a ciertos estándares y ser inteligente. Así, la autora afirma la importancia de articular estas características: "El trío femenino [la belleza, el cerebro y la fuerza] influyó en el género para permitir una representación ampliada de la identidad femenina y lo que significa ser niña" (Perea, 2015, p. 6).

Al hablar de la primera ola de animaciones para niñas, Perea (2015, p. 2) afirma que tocan directamente el imaginario. Así, los personajes femeninos podrían ser humanos, elefantes o una tostadora, pero las características de la feminidad parecerían diferenciarlas de los personajes masculinos: "la personificación es diferente, pero su género está marcado como una niña en una hembra estampada con pestañas, voces más agudas y peinados y ropas generizados".

Respecto a la segunda ola, Perea (2015, p. 5) afirma que no hubo dibujos animados para niñas en la década de los noventa hasta *Las Chicas Superpoderosas*, de 1998, cuando se abren los ojos a este nuevo tipo —y nicho comercial— de animaciones infantiles: las niñas heroínas. En ese momento surgen algunas características significativas de la representación

de las niñas: la mayoría de ellas eran astutas, ingeniosas, lógicas y valientes, y algunas veces usaban habilidades de lucha para resolver conflictos.

En general, las animaciones para niñas presentan un discurso de feminidad y poder hegemónico que integra las discusiones sobre construcciones culturales de género; además de *Las Chicas Superpoderosas*, *Pepper Ann* y *Kim Possible*, algunas animaciones rompen con ciertos estigmas sobre las heroínas, incluyendo aspectos como la fuerza física y la inteligencia, y reafirman otros estereotipos como la sexualización y adultización de los cuerpos, así como de amor romántico. Sin embargo, al pensar en estos espacios híbridos, Laureltree Willis (2009, p. 102) dice que "[algunas] niñas [...] pueden señalar cómo vivir en espacios híbridos entre identificaciones de género y eso es característico de las nuevas experiencias infantiles". Sobre este tema, Laureltree Willis (2009) afirma que:

> Mientras que ciertos aspectos de la 'feminidad' son cuestionados en esta representación de la 'mujer fuerte', otros aspectos permanecen relativamente estables [...] Su ilustración: una imagen de heterosexualidad que se compensa con una erotización o embellecimiento del cuerpo 'femenino'. [...] La noción tradicional de personajes femeninos deseables como objetos estéticamente agradables no se pierde en esta versión textualmente revisada de la 'feminidad' (Laureltree Willis, 2009, p. 106).

Según Perea (2015, p. 14), los nuevos espacios de las chicas heroínas "están allanando el camino para una nueva representación de personajes femeninos poderosos"; además, aunque dependen de personajes masculinos, en la mayoría de los casos las niñas son las heroínas y protagonistas, lo que supone un avance importante. La autora afirma que:

> Los niños son un recordatorio para las niñas del sexismo y de las desigualdades de género que enfrentan en la vida diaria. Sin embargo, dado que ella es la protagonista que triunfa persistentemente en los dibujos animados femeninos, también es un recordatorio de cómo puede ser más inteligente que la incansable discriminación social y triunfar (Perea, 2015, p. 4).

## Los medios como dispositivo pedagógico

Este trabajo, al igual que el estudio de Perea (2015), es una de las muchas producciones que analizan el universo audiovisual infantil. Esto se debe a que, según Rosa María Bueno Fisher (2002, p. 154): "Se vuelve imposible cerrar los ojos y negarse a ver que los espacios mediáticos también se constituyen como lugares de formación junto a la escuela, la familia, instituciones religiosas". Fisher, en su trabajo sobre la pedagogía de los medios, estudia la forma en que los medios, en particular la televisión, transmiten mensajes, operan y constituyen sujetos y subjetividades a partir de la producción de significados y conocimientos

> Si prestamos mucha atención a la forma en que se preparan innumerables productos mediáticos, existen innumerables técnicas mediante las cuales nos proponemos a todos realizar operaciones detalladas sobre nuestros cuerpos, sobre nuestras formas de ser, sobre qué actitudes asumir (Bueno Fisher, 2002, p. 154).

Bueno Fisher (2002, p. 154-155) también afirma que las formas de producción de cualquier producto mediático deben ser pensadas desde subjetividades históricas: "Según el tiempo y tipo de formación social que se esté considerando". Según ella, abordar el carácter pedagógico de los medios de comunicación es, además de un análisis "del lenguaje, de estrategias para la construcción de productos culturales [...] sustentadas en teorías más directamente orientadas a comprender los procesos de comunicación e información", un medio para entenderlo como una incorporación de las relaciones sociales de poder, que presenta una ideología considerada socialmente dominante.

Según Fisher (2002, p. 159), tales productos y producciones tienen "modos de abordar [que] conciernen a ciertas posiciones de sujeto esperadas", es decir, se crea un anhelo por la construcción de las y los personajes —más específicamente sobre las heroínas de las animaciones infantiles— por parte de quienes las producen, mientras que quienes las ven esperan una construcción de personajes basada en características establecidas socialmente. Para Mônica Vitória Mendes (2018, p. 61), algunos de estos discursos y códigos, cuando fueron ampliamente difundidos y

enseñados desde la infancia, "parecen no haber sido construidos, como estaban tan naturalizados".

Esta forma de producir animaciones y construir personajes se refiere a lo que se espera de las niñas en el mundo real. Para Mendes (2018), este es un proceso circular:

> La industria cultural se basa en discursos y códigos ya presentes en el sentido común y trabaja para devolverlos, reforzando un mensaje o adaptándolo. En la recepción, los códigos y mensajes en repetición se incorporan y naturalizan gradualmente. Es necesario que el público comprenda el discurso para que luego estos códigos sean absorbidos, internalizados y luego reproducidos (Mendes, 2018, p. 60).

Las prácticas de una cultura patriarcal son evidentes en las narrativas de las animaciones analizadas en esta investigación. El carácter pedagógico de los dispositivos mediáticos, estudiado por Fisher (2002), Mendes (2018) y más, nos muestra, en este sentido, que los discursos — que se originan en esta cultura hegemónica — producidos y transmitidos por las animaciones proponen acciones y pensamientos a quienes asisten y, por tanto, los dibujos animados participan efectivamente en la construcción de la subjetividad infantil. Según Fisher (2002, p. 159), el desarrollo de la investigación que concierne a esta pedagogización de los medios debe tomar en cuenta que describir este dispositivo "tiene sentido para dar cuenta, de alguna manera, de estas relaciones entre cultura, sujeto y sociedad".

Al reorientar esta afirmación al universo del audiovisual femenino infantil, en concreto, nos toca cuestionarnos, por tanto, cómo se espera que las niñas, sujetos colocados como subordinados de los niños, actúen, se comporten y se visualicen. Y más, por lo que incluyen y lo que excluyen, ¿quién puede reconocerse en este grupo de representación? ¿Quién se materializa en estos regímenes de visibilidad (y, por lo tanto, quién se aparta de él)?

Algunas de estas cuestiones fueron planteadas por el informe *Watching Gender: How Stereotypes in Movies and on TV Impact Kids' Development*, realizado por Common Sense en 2017, cuyo informe afirma que, al estar expuestas a producciones que se basan en definiciones tradicionales de género, las niñas comienzan a preocuparse cada vez más por

su apariencia, además de creer en su "valor como objetos sexuales" (Ward y Aubrey, 2017, p. 1). El informe también establece que tales efectos incluyen "puntos de vista más tolerantes del acoso sexual; el establecimiento de comportamientos de género en las relaciones románticas y sexuales; comportamiento de riesgo en los niños; y opciones profesionales limitadas por las normas de género" (Ward y Aubrey, 2017, p. 1).

El estudio presenta diez resultados obtenidos. El primero es la valorización de los rasgos y comportamientos masculinos sobre los femeninos, lo que resulta en "agresión, poder, dominio, búsqueda de estatus, restricción emocional, heterosexualidad y toma de riesgos" (Ward y Aubrey, 2017, p. 7) por parte de los niños. El informe también muestra, como un segundo resultado, que las niñas de entre cinco y ocho años (que tienen contacto con tales producciones) tienen un alto nivel de insatisfacción con su cuerpo y, en consecuencia, se objetivan a sí mismas. Esto se debe a que, según el informe, "los mensajes de los medios les enseñan a las chicas que las apariencias sexys son preferidas o esperadas y que equivalen a popularidad y éxito romántico" (Ward y Aubrey, 2017, p. 8).

Otros resultados confirman los efectos de estas producciones mediáticas, especialmente animaciones, como una forma de pedagogía para los niños, por ejemplo, "debido a la creencia de que las mujeres son al menos parcialmente responsables de sus propios ataques sexuales" (Ward y Aubrey, 2017, p. 8); mayor o menor interés por "carreras tipificadas por género" según las producciones asistidas; mayor vulnerabilidad de los jóvenes de color "a los efectos del uso de los medios de comunicación en el desarrollo de roles de género" (Ward y Aubrey, 2017, p. 9); aceptación de estereotipos arraigados culturalmente, ya que:

> Se espera que los hombres busquen activamente las relaciones sexuales, que traten a las mujeres como objetos sexuales y que eviten el compromiso y el apego emocional. [Al mismo tiempo que] se espera que las mujeres establezcan e impongan límites sexuales, utilicen su apariencia para atraer a los hombres, prioricen el compromiso relacional y actúen de forma pasiva sexualmente (Ward y Aubrey, 2017, p.12).

Mendes (2018) también explica que la aceptación social y la producción continua de contenido sexista están relacionadas con la satisfacción que provocan:

> Existen, sin embargo, efectos casi anestésicos que facilitan la aceptación de discursos predominantes que se repiten en el tiempo o se adaptan a otros discursos que ya están circulando en la sociedad. [...] Los procesos de identificación y el placer que genera el entretenimiento, originado en las imágenes, la industria mediática es capaz de integrar a los individuos en prácticas consumistas que generan lucro (p. 58).

Cabe señalar que las producciones infantiles aquí analizadas buscan, aunque eventualmente, alejarse de las definiciones convencionales de feminidad y de lugares socialmente preestablecidos para las niñas, como el resultado que obtuvimos de que 100% de las protagonistas resuelven problemas y 66.7% viven aventuras, además de presentar características de agilidad y liderazgo (22.2%). Mendes (2018, p. 61), sin embargo, dice que romper estos paradigmas, "especialmente relacionados con el género", no siempre se refiere a una mayor y más igualitaria representatividad en los dibujos, sino a estrategias de las empresas que operan desde el sistema capitalista, en la línea de Andi Zeisler (2008), para quien las relaciones entre feminismos y cultura pop son, al mismo tiempo, ineludibles (dada la prevalencia de la cultura pop en las sociedades contemporáneas) y problemáticas porque tienen objetivos diferentes y, muchas veces, paradójicos: los productos de la cultura pop envían mensajes contradictorios y problemáticos a las mujeres, como hemos visto. Según Mendes (2018, p. 61), las transformaciones no significan que los medios hayan adoptado nuevas miradas "por el bien común":

> Incluso el indicio de vientos de cambio, el apoyo a los temas y la lucha por más espacio, voz y derechos para mujeres y personas con diferentes identidades sexuales y de género, así como la segmentación y variedad de producciones culturales que valoran la diversidad en sus narrativas y los personajes encajan dentro de las tácticas de marketing capitalistas, aunque la ideología dominante está impregnada de valores antagónicos.

## ¿Quiénes son las heroínas?

Podemos afirmar, por tanto, que nuestra investigación es el resultado de preguntas que surgen de las características de la pedagogización mediática, su propósito y efecto en la sociedad, en superposición con la perspectiva feminista que interroga y escudriña las representaciones mediáticas de

la cultura *pop* patriarcal. La investigación se dividió en dos momentos: el primero se basó en la elección y aproximación de los dibujos animados. Seleccionamos 10 animaciones contemporáneas en exhibición en Brasil, a saber: *Miraculous: Las aventuras de Ladybug* (2016), *$H_2O$: Sirenas del mar* (2015), *Nella, una princesa valiente* (2017), *She-Ra y las princesas del poder* (2018), *Elena de Ávalor* (2016), *PJ Masks: Héroes en pijamas* (2015), *Star vs. Las fuerzas del mal* (2015), *The Amazing Spiez!* (2009), *Las chicas superpoderosas* (2016) y *Smile PreCure!* (2012). De este universo, había 18 heroínas para analizar.[2]

A partir de ahí, la familiarización con las animaciones se llevó a cabo mediante búsquedas de textos e información sobre las mismas y, sobre todo, mediante la visualización disciplinada de los productos en plataformas de *streaming* o en Internet. Para medir lo que observamos en los dibujos, produjimos un instrumento de investigación cuantitativo y cualitativo que permitió comprender y construir un panorama de los personajes, conteniendo diferentes interrogantes, tales como el protagonismo del personaje femenino; la raza de la protagonista y su clase social; la ropa de niña y heroína; marcas de género; características y elementos asociados; color, tipo y tamaño del cabello; si existe rivalidad femenina y cuáles son las razones; cómo se representan sus cuerpos y si están sexualizados de alguna manera.

La segunda etapa de la investigación fue el análisis fílmico, para ello seleccionamos seis entre los 10 dibujos animados que nos plantean más cuestiones: *She-Ra y las princesas del poder* (imagen 1), *Smile PreCure!* (imagen 2), *Miraculous: Las aventuras de Ladybug* (imagen 3), *PJ Masks: Héroes en pijamas* (imagen 4), *$H_2O$: Sirenas del mar* (imagen 5) y *Elena de Ávalor* (imagen 6). La investigación más profunda de las narrativas se basó en descubrir las respuestas para las siguientes preguntas, utilizando para ello el análisis fílmico de secuencias de determinados episodios: ¿cómo se encuadran, iluminan y planifican los personajes cuando apa-

2 Las animaciones *Miraculous: las aventuras de Ladybug*, *Elena de Ávalor*, *PJ Masks: Héroes en pijamas*, *Star vs. Las fuerzas del mal* y *The Amazing Spiez!* están disponibles en YouTube. *$H_2O$: Sirenas del mar*, *Nella, Una princesa valiente*, *She-Ra y las princesas del poder*, *PJ Masks: Héroes en pijamas*, *Las chicas superpoderosas* y *Smile PreCure!* se pueden ver en plataformas de transmisión como Netflix o canales de televisión cerrados en Brasil, como Discovery Kids, Nickelodeon y Gloob.

recen en escena?, ¿quién inicia la acción y cómo se desarrolla la acción heroica? (teniendo en cuenta si existe una subordinación de la heroína a los personajes masculinos), y ¿cómo son los aspectos sobre roles sociales, sexualización de cuerpos, rivalidad femenina, sororidad y amor romántico cuando se presentan en la narrativa?

Imagen 1
La protagonista She-ra



Fuente: Netflix/divulgación.

Imagen 2
Las heroínas de *Smile PreCure!*



Fuente: Netflix/divulgación.

Imagen 3
Ladybug como heroína



Fuente: Globo/divulgación.

Imagen 4
Corujita (a la derecha), de *PJ Masks*



Fuente: PJMasks/divulgación.

Imagen 5
Las sirenas de *H2O*



Fuente: Netflix/divulgación.

Imagen 6
La princesa Elena



Fuente: Disney/divulgación.

La primera etapa de la investigación ha destacado, según los resultados obtenidos, estereotipos visuales, de género y raza producidos a partir de la construcción de las heroínas, ya que:

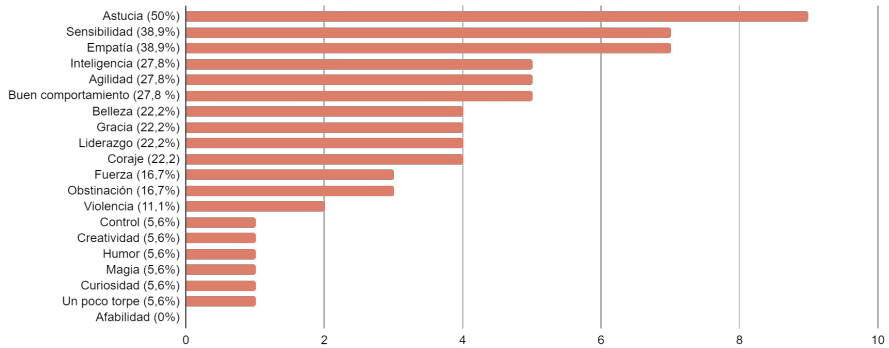
- De las protagonistas 83.3% son blancas y 11.1% son negras. Sólo una protagonista (Nella, de *Nella, una princesa valiente*) es negra, y sólo una heroína es latina (Elena, de *Elena de Ávalor*).
- De las heroínas, 72.2% tienen coprotagonistas; de éstos, 73.3% son más de una niña y 13.3% más de un niño o sólo un niño.
- De las protagonistas, 100% son delgadas, además de que 55.6% de ellas son altas y tienen cuerpos curvilíneos.
- De los personajes, 44.4% muestran comportamientos socialmente negativos —principalmente para las niñas— durante la narrativa, como la terquedad, la desobediencia o el autoritarismo.
- De las protagonistas, 77.8% llevan maquillaje y, de ellas, 44.4% tienen pestañas largas.
- De sus ropas como heroínas, 55.6% usan moños y vestidos, un gran porcentaje (44.4%) de color rosa, además de que 27.8% llevan collares, pulseras y bolsos.

También nos dimos cuenta de que, además de la composición estética de los cuerpos, vestimentas y utensilios —maquillaje, aretes, pulseras, bolsos y cintas para la cabeza— que llevan las heroínas, ciertos comportamientos sociales pueden estar directamente vinculados a ellas, como se muestra en el gráfico 1. Los resultados son consistentes con los de Perea (2015) y tal vez muestren una actuación emergente de la feminidad exigida a las niñas, que simultáneamente incluye rasgos relacionados con la inteligencia, sin desprenderse de los tropos de feminidad hegemónica, como la belleza y la sensibilidad.

Entendemos, por tanto, que las animaciones muestran la blanquitud, la preocupación por la belleza, cuerpos idealizados de delgadez y feminidad hegemónica, a través de signos considerados femeninos, además de incitar a la clasificación de las niñas como dóciles y vulnerables. También cabe señalar que, a pesar de ser heroínas, pocas de las protagonistas analizadas tienen uno de los rasgos más llamativos de un héroe en la cultura pop: la fuerza, sólo tres personajes (16.7%) son súper fuertes, a diferencia de 12 heroínas (66.7%) que tienen poderes mágicos, lo que hace que el personaje necesite un artefacto mágico para convertirse en heroína y salvar la ciudad, amigos o familiares; además de una relación

esencializada con saberes femeninos, como la magia y lo sobrenatural. Esto resalta las posiciones socialmente preestablecidas para niñas y cuerpos de niñas, evocando performances binarias de género (Butler, 2003).

Gráfico 1
Características (hasta cinco por heroína)




Elaboración propia.

Además de estos resultados, notamos que en *$H_2O$*, *Smile PreCure* y *Miraculous*, los cuerpos de los personajes están marcados en movimientos de *travelling* y *dolly*, que se muestran durante las transformaciones —para el deleite de los chicos o para disciplinar a las chicas sobre sus deberes— en ángulo *contra plongée* y con la cintura enfocada. La cámara, por tanto, puede ser percibida como la mirada pro-cinematográfica masculina descrita por Ann Kaplan (1995), una mirada *voyeur* que objetiva y sexualiza el cuerpo femenino, según las notas pioneras de Laura Mulvey (1983). Sin embargo, si Mulvey cuestionó los cuerpos de Marlene Dietrich o Grace Kelly —cuerpos de mujeres—, aquí nos enfrentamos a imágenes de niñas, producidas para el consumo de niñas y niños —y *niñes*—, en su mayoría, cuerpos mostrados como una exhibición para el ojo masculino —el *male gaze*— y también para el femenino. Son imágenes que construyen una sexualidad femenina adulta y, al mismo tiempo, proponen tal sexualidad a la niñez.

Asimismo, nos dimos cuenta de que los personajes femeninos resuelven misiones y salvan la ciudad y amigos, pero la mayoría de las

veces piden ayuda a personajes masculinos —representados como genios— para que las guíen a realizar acciones heroicas. Entonces, aunque muchas heroínas se consideran inteligentes, también tienen características de sensibilidad, empatía y sobreprotección hacia los personajes masculinos, y necesitan la tutela masculina para actuar en el mundo. Como resultado de esta percepción es el hecho de que, incluso las heroínas, no pueden prescindir de la presencia masculina, lo que pone en tela de juicio la autonomía de las niñas.

Cuando miramos los indicios de sexualización de los cuerpos femeninos, nos damos cuenta de que sólo unos pocos personajes, como She-ra[3] y Elena de Ávalor, no se muestran desde movimientos o ángulos que enfocan sus cuerpos en posiciones sensuales, pero, al mismo tiempo, tienen cuerpos con curvas y ropas que marcan sus cinturas y senos. Finalmente, cuando consideramos los aspectos de la rivalidad femenina, nos damos cuenta de que Elena de Ávalor y Ladybug son las que más portan estas características —además de Ladybug viviendo momentos románticos con un personaje masculino—, en contraste con She-ra y $H_2O$,[4] quienes presentan varios momentos de sororidad. En este sentido, tanto la sororidad como la rivalidad demuestran que estamos en mundos de niñas, centrados en las experiencias femeninas, pero también en los estereotipos acerca de ellas. Es importante señalar que cuando se convierten en heroínas, las protagonistas, en su mayoría, demuestran aspectos fuertes de lo que se considera femenino, como el uso de maquillaje y joyas.

## Conclusiones

Las relaciones entre feminismos y cultura audiovisual infantil, al amparo del capitalismo, son bastante conflictivas. Al mismo tiempo que la cultura audiovisual es uno de los espacios con mayor reverberación de las agendas

3 Vale la pena señalar que tal característica se puede ver antes de la transformación de Adora en She-ra. Además, es importante recordar que la construcción de la nueva She-ra presenta diferencias sustanciales con respecto a las características estéticas de ese personaje de la década de 1980. El *reboot* de la serie animada presenta a una She-ra más joven, con rasgos físicos atléticos, a diferencia de la figura con curvas de antes.

4 Aunque en $H_2O$ un personaje femenino secundario aparece como rival del trío de amigas/heroínas y compite con uno de ellos por la atención masculina.

feministas, este mismo espacio presenta una pasteurización y despolitización de las luchas feministas, muchas veces transformadas en lemas, productos vendibles y nichos de consumo individualizados. Las corporaciones, en particular, han demostrado una fuerte capacidad de fagocitosis en las luchas feministas a través de discursos como *girl power* (literalmente, el poder de las niñas), pero en realidad, presentan una reiteración constante de características que tales luchas buscan denunciar.

Los hallazgos obtenidos por medio de la investigación nos ayudan, en este sentido, a sustentar afirmaciones de que las producciones del universo audiovisual infantil desafían algunos estándares sociales, al presentar, por ejemplo, el 50% de los personajes femeninos como extremadamente inteligentes y 44.4% como deportistas, además de atribuir pocas características consideradas femeninas, como la dulzura y la fragilidad, al tiempo que refuerza otras como la empatía y la sensibilidad. Al mismo tiempo, esta forma de producción de animaciones y construcción de personajes se refiere a lo que se espera de las niñas contemporáneas en el mundo real: como el momento en que se convierten en heroínas y demuestran más rasgos de una feminidad hegemónica, además de enfatizar la sexualización de cuerpos de niñas.

Son representaciones de heroínas fundadas, también, en la blanquitud que impregna lo que se considera bello —el cuerpo blanco, largo, delgado, y el pelo lacio— y el poder femenino. En las animaciones infantiles, las niñas necesitan ser blancas para ser poderosas y, a la inversa, las niñas negras o no blancas se ven despojadas de estas animaciones, que excluyen casi por completo los cortes de raza y etnia en los regímenes de visibilidad. Otro aspecto importante es la heteronormatividad afectiva que imponen estas representaciones, proponiendo a las niñas formas correctas de amar;[5] también la cisgeneridad es un aspecto muy fuerte en el conjunto representacional.

5 En este sentido, la última temporada de *She-ra y las princesas del poder* supone una inmensa ruptura al presentar a la protagonista en una relación amorosa con otra mujer, que además es su antagonista en la historia. La animación ya había mostrado relaciones homosexuales en otras temporadas, pero con personajes secundarios. La última temporada lleva la lesbiandad al centro de la narrativa.

Además, nos damos cuenta de que las niñas frecuentemente inician acciones heroicas; sin embargo, muchas veces cuentan con la ayuda de los niños, lo que demuestra que la autonomía femenina se pone en jaque desde muy temprana edad. La sororidad y la rivalidad femenina siguen presentes en proporciones similares, mientras que el amor romántico se muestra con más fuerza en algunos dibujos que en otros. En general, incluso rompiendo con algunas composiciones socialmente establecidas, las animaciones son consistentes con la construcción de la *niña del futuro*, como sugiere Anita Harris (2004), a partir de procesos pedagógicos que se sustentan en pilares tradicionales de género, reiterando modelos, movimientos corporales y establecimiento de lugares y características asociadas a las niñas.

## Referencias


Astruc, T. (director) (2016). *Miraculous: Las aventuras de Ladybug* [Serie de televisión]. Jeremy Zag Productions.

Beauvoir, S. (1967). *O segundo sexo: A experiência vivida*. São Paulo, Difusão Européia do Livro.

Xiao Tian, Z. (director) (2015). *$H_2O$: Sirenas del mar* [Serie de televisión]. Network Ten Productions.

Bueno, M. (2012). *Girando entre Princesas: Performances e contornos de gênero em uma etnografia com crianças*. Tesis de maestría. Universidade de São Paulo.

Butler, J. (1988). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. *Theatre Journal* 40 (4), pp. 519-531. Doi: 10.2307/3207893.

Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade*. Civilização Brasileira.

Casetti, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Paidós.

De Lauretis, T. (1984). *Alice Doesn't: Feminism, Semiotics, Cinema*. Londres: Macmillan.

Fausto-Sterling, A. (2000). *Sexing the Body: Gender Politics and the Construction of Sexuality*. Basic Books.

Federici, S. (2017). *Calibã e a Bruxa: Mulheres, corpo e acumulação primitiva*. Editora Elefante.

Fisher, R.M.B. (2002). O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. *Educação e Pesquisa,* 28 (1), pp. 151-162. DOI: 10.1590/S1517-97022002000100011.

Gerber, C. (productor) (2016). *Elena de Ávalor*. [Serie de televisión]. Disney Television Animation Productions.

Gomes Barbosa, K. (2020). Leslie e Ofelia, meninas que ousam sair do quarto: Espaço, feminilidade e corpo em Ponte para Terabítia e O labirinto do fauno. *Mídia e Cotidiano,* 14 (1), pp. 133-156. Doi: 10.22409.

Harris, A. (2004). *Future Gil: Young women in the twenty-first century*. Nova Iorque: Routledge.

Hellouin, G. (productor) (2015). *PJ Masks: Héroes en pijamas*. [Serie de televisión]. Entertainment One Productions.

Jaggar, A. y Bordo, S. (1997). *Gênero, Corpo e Conhecimento*. Rosa dos Tempos.

Kaplan, A. (1995). O olhar é masculino? In: *A mulher e o cinema: Os dois lados da câmera*. Rocca.

Laureltree, J. (2009). Girls Reconstructing Gender: Agency, Hybridity and Transformations of 'Femininity'. *Girlhood Studies,* 2 (2), pp. 96-118. Doi: 2009.020207.

Marshall, E. (2009). Consuming Girlhood Young Women, Femininities, and American Girl. *Girlhood Studies,* 2 (1), pp. 94-111. Doi: https://doi.org/10.3167/ghs.2009.020107.

McCracken, C. (creador) (2016). *Las chicas superpoderosas*. [Serie de televisión]. Hanna-Barbera Productions.

Mendes, M. (2018). *Não se nasce menina ou super-heroína, torna-se: gênero e representações em animações televisivas.* Dissertación. Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Michel, D. (creador) (2009). *The Amazing Spiez!* [Serie de televisión]. Marathon Productions.

Mulvey, L. (1983). Prazer Visual e Cinema Narrativo. In: *A Experiência do Cinema*. Graal Ldta.

Nefcy, D. (creadora) (2015). *Star vs. las Fuerzas del Mal*. [Serie de televisión]. Disney Television Animation Productions.

Penkala, A. (2019). Personagens femininas na animação contemporânea: Um olhar a partir da teoria e da crítica feminista. *Diálogo com a Economia Criativa,* 4 (11), pp. 128-142. Doi: 10.22398/2525-2828.411128-142.

Perea, K. (2015). Girl Cartoons Second Wave: Transforming the Genre. *Animation: An Interdisciplinary Journal,* 10 (3), pp. 189-204. DOI: 10.1177/1746847715608561.

Ricci, C. (creadora) (2017). *Nella, una princesa valiente*. [Serie de televisión]. Nick Jr. Productions.

Stevenson, N. (creadora) (2018). *She-Ra y las princesas del poder*. [Serie de televisión]. DreamWorks Animation Productions.

Todo, I. (creador) (2012). *Smile PreCure!* [Serie de televisión]. Toei Animation Productions.

Ward, L.M y Aubrey, J.S. (2017). *Watching Gender: How Stereotypes in Movies and on TV Impact Kids' Development.* Common Sense.
Zeisler, A. (2008). *Feminism and Pop Culture*. Seal Press.

### Yasmin Winter

Brasileña. Maestra en periodismo por la Universidad Federal de Ouro Preto. Tutora de producción de textos para estudiantes. Líneas de investigación: estudios feministas, la radio expandida, periodismo internacional.
Correo electrónico: yasminlwinter@gmail.com

### Yasmine Feital

Brasileña. Maestra en periodismo por la Universidad Federal de Ouro Preto. Estudiante de maestría en la Universidad Federal de Minas Gerais. Líneas de investigación: estudios feministas, las representaciones, las temporalidades y los discursos.
Correo electrónico: yasminefeital@gmail.com

### Karina Gomes Barbosa

Brasileña. Doctora en comunicación social por la Universidad de Brasilia. Profesora de Estudios de género y periodismo en la Universidad Federal de Ouro Preto (UFOP) e investigadora del Programa de Postgrado en Comunicación (PPGCOM-UFOP). Líneas de investigación: estudios feministas, narrativas, afectos, representaciones.
Correo electrónico: karina.barbosa@gmail.com




***Bruja*** | de Francisco Palacios Olmos