



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN
MEDIOS DIGITALES

“El cambio de los estereotipos utilizados en las clásicas películas de cuentos de hadas a partir de la narrativa audiovisual de los personajes principales de la saga Shrek en los jóvenes de 20 a 24 años de San Martín de Porres”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Comunicación Audiovisual en Medios Digitales

Autor:

Samuel Alonso Caballero Toro

Asesor:

Gabriel Prado Límaco

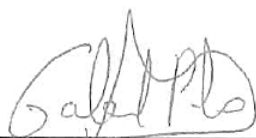
Lima – Perú

2019

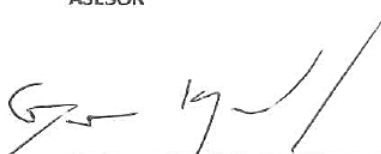
APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el Bachiller **Samuel Alonso Caballero Toro**, denominada:

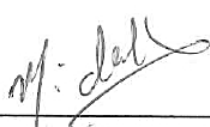
“El cambio de los estereotipos utilizados en las clásicas películas de cuentos de hadas a partir de la narrativa audiovisual de los personajes principales de la saga *Shrek* en los jóvenes de 20 a 24 años de San Martín de Porres”



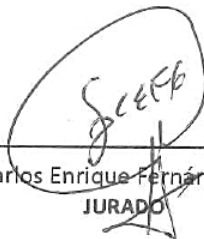
Lic. Gabriel Prado Limaco
ASESOR



Mg. Gerardo Karbaum Padilla
JURADO
PRESIDENTE



Mg. Michael Adolfo Helfer Mancilla
JURADO



Mg. Carlos Enrique Fernández García
JURADO

DEDICATORIA

Dedico esta tesis primeramente a Dios quien me ha dado la vida, a mi padre que en el tiempo que estuvo conmigo me enseñó la perseverancia en lograr mis objetivos, a mi madre y hermanas por haberme apoyado siempre en mis metas y a mis amigos de trabajo que me ayudaron a concluir mi tesis, dándome tiempo y guiándome en los temas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE por darme la oportunidad de crecer cada día profesionalmente.

A mis profesores de Proyecto de Tesis y Tesis, quienes, con su conocimiento, su experiencia y motivación me ayudaron a concluir mis estudios con éxito.

A los profesores de mi Facultad que me motivaron durante mi formación profesional y apoyaron en todo momento en la elaboración de esta tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

<u>APROBACIÓN DE LA TESIS</u>	ii
<u>DEDICATORIA</u>	iii
<u>AGRADECIMIENTO</u>	iv
<u>ÍNDICE DE CONTENIDOS</u>	v
<u>ÍNDICE DE TABLAS</u>	vi
<u>RESUMEN</u>	vii
<u>ABSTRACT</u>	viii
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	18
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA	32
CAPÍTULO 4. RESULTADOS	37
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN	61
CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES	65
CAPÍTULO 7. RECOMENDACIONES	66
CAPÍTULO 9. REFERENCIAS	67
CAPÍTULO 10. ANEXOS	73

ÍNDICE DE TABLAS

GRÁFICO 0: SEXO	30
GRÁFICO 1: ¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de las mujeres en la actualidad?.....	31
GRÁFICO 2: ¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de los hombres en la actualidad?.....	32
GRÁFICO 3: ¿Cómo crees que debería ser físicamente la mujer “ideal”?.....	33
GRÁFICO 4: ¿Cómo crees que debería ser físicamente el hombre “ideal”?.....	34
GRÁFICO 5: ¿Cómo crees que debería ser la personalidad de una mujer “ideal”?.....	35
GRÁFICO 6: ¿Cómo crees que debería ser la personalidad de un hombre “ideal”?.....	36
GRÁFICO 7: ¿Has visto alguna de las películas de la saga de Shrek y recuerdas cómo eran sus personajes principales?.....	37
GRÁFICO 8: ¿Crees que la forma en cómo los cuentos de hadas nos han mostrado al hombre y la mujer ideal fueron cambiados cuando apareció Shrek?.....	38
GRÁFICO 9: ¿Cuál crees que fue el cambio más importante en las películas de Shrek a diferencia de las películas anteriores de cuentos de hadas?.....	39
GRÁFICO 10: ¿Consideras que fue buena idea poner un ogro en vez del personaje que usualmente hace un príncipe?.....	40
GRÁFICO 11: ¿Crees que Fiona tenía el comportamiento de una princesa?.....	41
GRÁFICO 12: ¿Con qué personaje te sientes más identificado, según tu comportamiento habitual?.....	42
GRÁFICO 13 CRUZADO: ¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de las mujeres en la actualidad? POR SEXO.....	43
GRÁFICO 14 CRUZADO: ¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de los hombres en la actualidad? POR SEXO.....	44
GRÁFICO 15 CRUZADO: ¿Cómo crees que debería ser físicamente la mujer “ideal”? POR SEXO.....	45
GRÁFICO 16 CRUZADO: ¿Cómo crees que debería ser físicamente el hombre “ideal”? POR SEXO.....	46
GRÁFICO 17 CRUZADO: ¿Cómo crees que debería ser la personalidad de una mujer “ideal”? POR SEXO.....	47
GRÁFICO 18 CRUZADO: ¿Cómo crees que debería ser la personalidad de un hombre “ideal”? POR SEXO.....	48

GRÁFICO 19 CRUZADO: ¿Crees que la forma en cómo los cuentos de hadas nos han mostrado al hombre y la mujer ideal fueron cambiados cuando apareció Shrek? POR SEXO.....	49
GRÁFICO 20 CRUZADO: ¿Cuál crees que fue el cambio más importante en las películas de Shrek a diferencia de las películas anteriores de cuentos de hadas? POR SEXO.....	50
GRÁFICO 21 CRUZADO: ¿Consideras que fue buena idea poner un ogro en vez del personaje que usualmente hace un príncipe? POR SEXO.....	51
GRÁFICO 22 CRUZADO: ¿Crees que Fiona tenía el comportamiento de una princesa? POR SEXO.....	52
GRÁFICO 23 CRUZADO: ¿Con qué personaje te sientes más identificado, según tu comportamiento habitual? POR SEXO.....	53

RESUMEN

La presente tesis determina y analiza los cambios que ocurrieron en los estereotipos utilizados en las películas de cuentos de hadas a partir de la narrativa audiovisual de los personajes principales de la saga *Shrek* en los jóvenes de 20 a 24 años de San Martín de Porres.

En la narrativa audiovisual es muy común el uso de estereotipos, con el propósito de establecer vínculos emocionales con el espectador, establecer idea de cultura (valores y creencias) y limitarlas, y la caracterización de personajes. Nuestro objetivo es mostrar el cambio en los estereotipos de género dentro de dicha narrativa, tomando a la película *Shrek* como un parteaguas, al mostrar una construcción distinta del príncipe y la princesa, roles principales en los cuentos de hadas.

Se aplicó encuestas a jóvenes de 20 a 24 años en universidades, centros comerciales y similares, lugares en los que suelen encontrarse con mayor frecuencia. Gracias a la publicidad y la saga de películas de *Shrek*, los encuestados pudieron recordar con facilidad los rasgos de los personajes principales, a pesar de los años transcurridos entre el estreno de la película y el estudio realizado

Los resultados muestran que los cambios de estereotipos de género generaron un mayor impacto en el comportamiento y en la belleza física. La propuesta de *Shrek* fue aceptada y considerada una nueva forma de ver y contar las historias de hadas tradicionales.

ABSTRACT

This thesis determines and analyzes the changes that occurred in the stereotypes used in the fairy tale films as of the audiovisual narrative of the main characters of the saga of Shrek in youngsters from 20 to 24 years old, who live in the district of San Martín de Porres.

In the audiovisual narrative, the use of stereotypes is very common, with the purpose of establishing emotional links with the viewer, establishing an idea of culture (values and beliefs) and limiting them, and the characterization of characters. Our goal is to show the change in gender stereotypes within the narrative, taking the film *Shrek* as a watershed, by showing a different construction of the prince and the princess, main roles in fairy tales.

Surveys were conducted among young people from 20 to 24 years in universities, shopping centers and the like, places where they tend to meet more frequently. According to the publicity and the saga of *Shrek*, the survey respondents could remember easily the traits of the main characters in spite of the years between the release of the film and the study.

The results show that the changes in gender stereotypes became more evident in the behavior, as well as in the expression of physical beauty. *Shrek's* proposal was accepted and considered a new way of seeing and telling traditional fairy tales.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

I.1. Realidad problemática

La comunicación según la Real Academia Española (RAE) es la “transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”. Por otro lado, West. R y Turner. L (2005) comentan que “la comunicación es un proceso social en el que los individuos utilizan símbolos para establecer e interpretar el significado de su entorno”.

David K. Berlo (1960) afirma que “al comunicarse, la fuente tiene que elegir un canal”, en otras palabras, el emisor debe de tener un medio para hacer llegar su mensaje al receptor.

García (2017) menciona que, por ejemplo, en el ámbito periodístico, la noticia en los años sesenta podía demorar días, semanas, o hasta perderse en su trayectoria antes de llegar a sus receptores. Actualmente, gracias a los medios de comunicación audiovisual masivos, potenciados con las nuevas tecnologías, la información llega de manera inmediata, esto trae como consecuencia una mayor influencia de los medios masivos, pues se convierten en mediadores entre los deseos, las necesidades y la propia realidad. Al respecto, este autor comenta que “el arte de comunicar los hace poderosos, cuando aciertan con el mensaje, y pueden generar modas y nuevos valores en formatos realmente pequeños” (p. 30).

Más allá de los avances tecnológicos o la velocidad de la información, consideramos que el foco de atención de este trabajo está en la conformación de los valores a la que alude José Antonio García, que se relacionan con el cambio de los estereotipos. Dicha conformación de valores se sostiene a partir del adecuado manejo del relato. En el caso específico del relato audiovisual, estamos frente a lo que Auza (2017) define como una secuencia de hechos, entendida como las acciones de los personajes en un contexto determinado.

“Lo más importante, sin embargo, es el mundo narrativo en el que esos hechos ocurren, porque será ese mundo el que le otorgue implicancias positivas o negativas, dependiendo de la configuración de las fuerzas narrativas que dicho mundo intenta representar. [...] Así tendremos fuerzas que impulsan a los personajes a actuar de determinada forma, y que son establecidas de esa manera para configurar una relación de poder; y repercusiones positivas o negativas a dichas acciones, que establecen nuevas relaciones de poder” (p. 274).

Al respecto, para usar el canal o medio audiovisual debemos tener en cuenta el lenguaje audiovisual, que según Vega (2017) “tiene como principal característica la multiplicidad de

sus códigos. Algunos son específicos, como los que se derivan del montaje, pero otros provienen de formas de comunicación anteriores como el lenguaje verbal y escrito, la gestualidad corporal o la música”. Para este autor, dicha multiplicidad de códigos, en el caso específico del cine, es producto de convenciones basadas en los condicionamientos del sistema perceptivo y de la cultura, por lo que no debe confundirse con la realidad.

De hecho, la narrativa audiovisual es una construcción elaborada a través de elementos gráficos y sonoros, que según Borrego (2015), quien toma como base los trabajos de Martín (2015) y Bermejo (2015) “posee algunas características propias inherentes al soporte visual y auditivo, y se diferencia así de otras narrativas. Además, a diferencia de lo que ocurre en el campo de la literatura, en los relatos audiovisuales hay fenómenos específicos a la narrativa de la imagen”.

Con referencia a lo anterior, la narrativa audiovisual está conformada por “forma, contenido, estructura, temas, símbolos, personajes (roles y caracterizaciones), contexto (histórico y económico social y de la película) son puntos esenciales que debe contener un análisis ideológico de la narrativa audiovisual”. (Rodríguez de Austria, 2015, p. 185).

Entonces, la narrativa audiovisual ha permitido que se creen nuevas formas de contar historia en la publicidad, periodismo, literatura, etc., pues como dijimos anteriormente, se considera producto audiovisual a todo trabajo que contenga audio y video que tienen como objetivo dar a conocer una idea o mensaje por medio de su lenguaje. Estos productos son creados según la base social que se tenga en cada país.

Uno de los mayores distribuidores de productos audiovisuales es la industria estadounidense, que, con sus comedias y series melodramáticas o policiales, desde hace décadas, domina la programación televisiva. Es en los años 80 cuando se desarrollaron más las industrias de comunicación en Latinoamérica y donde la telenovela mexicana, brasileña y venezolana, desplazaron por completo a la producción norteamericana. Precisamente, esos países se volvieron los principales exportadores de telenovelas. A partir de los años 90, la telenovela llegó a convertirse en un enclave estratégico de la producción audiovisual latinoamericana, tanto por su gran consumo en la televisión como por el reconocimiento de cultura que dará de sus países. (Herlinghaus, 2002).

Las telenovelas mexicanas, según Ana Uribe (2015), constituyen el género de ficción televisiva más visto en Estados Unidos, especialmente por los inmigrantes, y en Latinoamérica. Además, el autor comenta que, para los mexicanos, especialmente para los

hombres, “ver telenovela significativamente conecta a los sujetos con su comunidad imaginada, despierta orgullo y satisfacción, pero también esa conexión, aunque siga siendo imaginada y aluda al país de origen, puede generar sentimientos de rechazo y vergüenza”.

Martín-Barbero (2018) nos dice que “La producción de telenovelas ha significado a su vez una cierta apropiación del género por cada país: su nacionalización; pues si bien el género de la telenovela implica rígidos estereotipos en su esquema dramático, y fuertes condicionantes en su gramática visual –reforzados por la lógica estandarizadora del mercado televisivo mundial–, también lo es que cada país ha hecho de la telenovela un particular lugar de cruces entre la televisión y otros campos culturales como la literatura, el cine, el teatro.”

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, hay mensajes que los receptores tienen de un producto audiovisual que se relacionan con su cultura y adquieren una forma de comportarse o pensar. Para poder conocer esta adquisición de mensaje debemos de saber que la psicología social “analiza cómo los medios de comunicación de masas juegan un papel importantísimo en la formación y transmisión de modelos y cómo su influencia es ciertamente poderosa ya que está en estrecha relación con la creación de la conciencia social además de legitimar ideas, estereotipos, crear estados de opinión e incluso inventar acontecimientos a su medida” (Guil, 1999).

Cabe agregar que los estereotipos constituyen herramientas socioculturales que norman el comportamiento social y sirven como base para la construcción de identidad en los individuos. La interiorización de esta toma un papel básico en la forma de pensar, interpretar y actuar de los sujetos, así como la valorización de su propia persona dentro de la sociedad (Colas, 2007).

Los estereotipos, por tanto, son creaciones sociales, que permiten la edificación de distintas identidades. Esto quiere decir que la vida en sociedad condiciona el pensamiento y la interacción con el resto, bajo los estereotipos anteriormente construidos.

“El estereotipo se define como un conjunto de ideas acerca de los géneros que favorecen el establecimiento de roles fuertemente arraigados en la sociedad. Estas ideas simplifican la realidad dando lugar a una diferenciación de los géneros que se basa en marcar las características de cada uno, otorgándoles una identidad en función del papel social que se supone deben cumplir. De esta manera, se suele adjudicar a las mujeres el trabajo doméstico y el cuidado de las personas, atribuyéndose todos los rasgos característicos que favorezcan esta manera de ser y estar en el mundo: ternura, dulzura, debilidad, emotividad, sentimentalismo, instinto maternal, etc. En cambio, se considera lo

«masculino» más relacionado con el ámbito de lo público, marcando las diferencias con el género femenino y potenciando una serie de rasgos que, según la cultura patriarcal, definen este ámbito: agresividad, competitividad, acción, riesgo, iniciativa... De esta manera se configura la especialización estereotípica de los géneros a través de un discurso que legitima la desigualdad y polariza los géneros” (Belmonte y Guillamón, 2008).

Además, los estereotipos sexuales legitiman la diferencia entre los géneros, permitiendo bajo juicios pragmáticos delimitar entre hombre y mujer. En las series de ficción, las características de los personajes masculinos son la rudeza, la competitividad, la gravedad, la racionalidad, etc. En cambio, en los personajes femeninos es lo contrario: la dulzura, la comprensión, la emotividad, la sensualidad, etc. (Belmonte y Guillamón, 2008).

Quinn (1997) nos comenta que los medios de comunicación mantienen los estereotipos en la sociedad por medio de la presentación y repetición. Además, que es el público que decide por medio de opiniones que defiende el contenido estereotipado.

Ana (2004) menciona que los medios de comunicación, especialmente la televisión tiene una importancia decisiva en las tareas de socialización. “El papel decisivo de la televisión en las tareas de reproducción social dota de gran repercusión sobre la opinión pública al conjunto de estereotipos elaborados y difundidos por ésta” (Ana, 2004, p. 59).

Esto quiere decir que los medios de comunicación presentan los estereotipos en base a lo que nosotros, como público, anhelamos ser. O por lo menos, lo que interpretan como nuestros anhelos en base a la investigación de mercado que realizan. Según Prieto (2013), el propósito de la investigación de mercado (IM) “es recopilar, organizar y procesar la información obtenida en la IM teniendo como actores principales a los consumidores, productores, productos y servicios que una compañía ofrece en el mercado para conocer lo que los clientes piensan y sienten en relación con sus expectativas o necesidades”.

Mayormente el consumidor de estos productos audiovisuales desea ser como algún referente de belleza que da alguna empresa para adquirir sus productos, ellos muestran personas con ciertas características como: delgados, altos, tez clara, ojos claros, cabello castaño, etc y que tienen una vida “felizmente perfecta” y como esta publicidad es constante en diferentes medios de comunicación los estereotipos se mantienen.

Los medios de comunicación masivos como el cine y televisión transmiten mensajes influenciados, en donde se define y se planea expandir estereotipos (Espinar, 2007). En el

cine, para adultos, la mujer es representada como seductora y perversa, en cambio en las películas para niños como bella y bondadosa (Gila y Guil, 1999).

Pero estos mensajes estereotipados que dan las empresas se adquieren desde la infancia de los consumidores, ya que hemos crecido consumiendo literatura, televisión, cine, donde se contaban historias basadas en la cultura que se quería tener o que había en esos momentos. Los clásicos cuentos de hadas son la mayor influencia de estereotipos para los niños y en los siguientes párrafos analizaremos como sus personajes están influenciados con estereotipos de género.

Salmerón (2004) nos dice que “Los cuentos infantiles son un elemento socializador muy importante, mediante los cuales se transmiten los valores y creencias de una sociedad determinada. En éstos, el lenguaje que se utiliza supone un elemento clave de difusión de los roles femeninos y masculinos, es decir, de las pautas de comportamiento establecidas y determinadas para cada uno de los sexos”.

En Perú, aunque aún hay muy pocas producciones animadas, las películas según Pagán-Teitelbaum (2008) como Gregorio (1984) del Grupo Chaski y Madeinusa (2006) de Claudia Llosa han cambiado de a pocos que el estereotipo de género discriminatorio que se tenía de la mujer indígena en los productos audiovisuales, “mediante narrativas fílmicas mostrando una imagen positiva y poco común de la mujer indígena peruana como sujeto migrante con *agencia*, es decir, con capacidad de actuar y de tomar decisiones en el mundo” y no como en otros productos audiovisuales, como la *Paisana Jacinta* de Jorge Benavides, que mostraban a la mujer indígena como pobre, sucia, torpe y que aspiraba al éxito que tenían las personas de tez blanca en la capital, estereotipos que se muestran en la publicidad de las empresas en la capital Limeña.

I.2. Formulación del problema

General:

- ¿Cuál fue el cambio de los estereotipos utilizados en las clásicas películas de cuentos de hadas a partir de la narrativa audiovisual de los personajes principales de la saga *Shrek* en los jóvenes de 20 a 24 años de San Martín de Porres?

Específicos:

- ¿Las acciones de los personajes principales de la saga de *Shrek* generaron un cambio en el espectador sobre la imagen que se tenía de los personajes de los clásicos cuentos de hadas?
- ¿El cambio realizado en el físico de los personajes de la saga de *Shrek*, en comparación con los cuentos de hadas, influyó en la aceptación del público hacia la película?
- ¿Fue modificada la idea de estereotipos en los Jóvenes de 20 a 24 años a partir de los personajes principales de la saga de *Shrek*?

I.3. Justificación

La finalidad que tuvo la presente investigación fue poder identificar cómo fue el cambio de estereotipos de género, rasgos físico y comportamiento, en los jóvenes de 20 a 24 años de San Martín de Porres cuando DreamWorks, estudio de cine que produce películas y juegos, decidió cambiar la narrativa de los clásicos personajes de cuentos de hadas (príncipe y princesa) a ogros (*Shrek* y *Fiona*) en la saga de *Shrek*.

“Se puede decir entonces que *Shrek* trae la estética anti-ilusionista al cine infantil, aunque apresurándose en añadir que no existe anti-ilusionismo puro: dado que no se puede prescindir de la mediación del lenguaje, nadie puede adjudicarse el acceso inmediato a lo real. Si se habla de anti-ilusionismo con relación a un relato audiovisual, se dice simplemente que una nueva ilusión, una nueva mediación estética, pretende reemplazar a una vieja ilusión, a un viaje mediación estética” (Ubilluz, 2008).

En la actualidad, hay muchos estudios sobre los estereotipos en los medios de comunicación, especialmente en la publicidad. Estos estudios nos ayudan a poder conocer como crean personajes y crean roles con estereotipos para que se puedan sentir identificados o puedan anhelar ser como ellos. En los niños los estereotipos están más impuestos en personajes de televisión. Aunque los tiempos han cambiado y algunas empresas están optando por romper estereotipos, con esta tesis se buscó determinar qué estereotipos de género cambiaron desde

que se proyectó la película *Sherk*, como lo hemos mencionado, queriendo romper con los roles que se tenía de hombres y mujeres.

“No solo la animación audiovisual es uno de los géneros culturales más atractivos para las personas de corta edad, sino que, además, esta compañía (Disney) en concreto tiene gran poder en lo que se refiere a la transmisión de valores mediante ejemplos de vida que se proponen o que se desautorizan mediante las historias” (López R., Saneleuterio E., 2018).

Disney es una de las empresas que, según mencionan López y Saneleuterio, transmite valores para los niños con diferentes animaciones audiovisuales que ha realizado. Entonces la comparación entre los personajes principales de *Shrek* y los personajes de los cuentos de hadas permitió estudiar y comparar, en relación con otros productos audiovisuales. Si se siguen manteniendo o cambiaron los estereotipos de género. Algunas productoras, después que apareció *Shrek*, en el transcurso de estos años ya están usando esta ruptura de estereotipos como, *Ralph* (2012), *Blanca Nieves y el cazador* (2012), *Frozen* (2013), *Valiente* (2012), etc.

I.4. Limitaciones

Como la primera película se estrenó en 2001 y la última en el 2010, se escogió un público objetivo que pudo presenciar esta saga de películas y las otras películas de cuentos de hadas. Pero como es una saga y aún existen productos audiovisuales y mensajes publicitarios que mantienen a los personajes de los cuentos de hadas, esto nos ayudó a que fácil e indirectamente podamos reconocer qué personajes son los de *Shrek* y qué personajes son utilizados para los cuentos de hadas tradicionales. A pesar de que hay personajes de los cuentos de hadas que aparecen en la saga de *Shrek*, su comportamiento y hasta sus mismas expresiones en el dibujo los diferencian.

Fue complicado encontrar un grupo demográfico de jóvenes, pero se eligió a San Martín de Porres porque es el segundo distrito que abarca a la mayor cantidad de jóvenes de todo Lima. Además, según un estudio realizado por MapCity en el 2014, Lima concentra el 60% de las ofertas de cines en el Perú y San Martín de Porres tiene a gran parte del público que buscan las empresas de cine, personas de 20 a 40 años. En relación con esto último se eligió a jóvenes a partir de 20 años porque ya tienen un mayor acercamiento al cine y son lo que tuvieron mayor acercamiento cuando fueron niños a la película *Sherk*, y se limitó hasta los 24 años porque la última película de *Shrek* fue en el 2010 y ya habría 7 años de antigüedad, por

ende, consideramos que podría haber mayor dificultad en recordar la película *Shrek* si los jóvenes tuvieran una edad mayor de 24 años.

I.5. Objetivos

I.5.1. Objetivo general

Determinar el cambio de los estereotipos utilizados en las clásicas películas de cuentos de hadas a partir de la narrativa audiovisual de los personajes principales de la saga *Shrek* en los jóvenes de 20 a 24 años de San Martín de Porres

I.5.2. Objetivos específicos

- Comprobar si las acciones de los personajes principales de la saga de *Shrek* generaron un cambio en el espectador sobre la imagen que se tenía de los personajes de los clásicos cuentos de hadas.

- Analizar el cambio realizado en el físico de los personajes de la saga de *Shrek*, en comparación con los clásicos cuentos de hadas, influencia en la aceptación del público hacia la película.

- Determinar si fue modificada la idea de estereotipos en los Jóvenes de 20 a 24 años a partir de los personajes principales de la saga de *Shrek*.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

a) Antecedentes

Janeth David Cruz, estudiante de la Universidad de Manizales, quien hizo su tesis sobre *Análisis de la estructura narrativa de los filmes de animación digital producidos por la alianza Disney y Pixar* para obtener su título de comunicador social y periodista concluyó que “Los actantes y los Sintagmas Contractuales y Preformativos: los actantes Sujeto-Héroe, Ayudante, Destinador, Destinatario y el Objeto de valor siempre guardan una carga positiva. Y uno de ellos, por lo general, el Sujeto-Héroe, es el encargado de restablecer el contrato roto, por eso es el comisionado para asumir las Pruebas Calificativas, Principales y Glorificantes. En el corte escogido el pacto que con más frecuencia se rompe y se establece es el que tiene que ver con el Contrato Político, en el sentido que se fractura una norma social” (Cruz, 2008).

Janeth Cruz nos comentó en su tesis que Disney y Pixar, que son estudios cinematográficos de animación, tienen para sus personajes ya comportamientos o acciones definidas según el estereotipo que se quiera mostrar. Por ejemplo: El héroe en las películas es el que tiene mejor físico, es carismático, noble, etc. y por ende debe recibir la victoria y los halagos. En cambio, el villano debe no ser de un aspecto físico agradable, carácter molesto, desea el mal para los demás, etc. Entonces el villano debe de recibir un castigo y el rechazo de la audiencia.

Carla Maeda refiere en su tesis, *Entre princesas y brujas: análisis de la representación de los personajes protagónicos y antagonistas femeninos presentes en las películas de Walt Disney*, para el Master en Ciencias de la comunicación especialidad en comunicación internacional y nuevas tecnologías, que “Walt Disney, dentro de un discurso de entretenimiento, orgullo cívico e inocencia (Giroux, 2001), promueve también valores como el sexismo que está presente, en mayor o menor medida, en todas las producciones analizadas en este estudio. A través de sus historias le dice a su audiencia cuáles son las características que tiene una mujer buena y qué rasgos distinguen a una mala. A pesar de esto, es importante reconocer que este conglomerado mediático ha realizado esfuerzos para mostrar en sus películas a una mujer acorde a la realidad que se vive en el momento histórico en que se produjo la cinta. Sin embargo, aunque se han visto cambios y es posible decir que entre Blancanieves (1937) y Tiana (2009) se ven múltiples diferencias, esta evolución ha sido lenta, y aún en los filmes más nuevos se muestra a la protagonista como dependiente de un hombre, ya sea su padre o bien su pareja sentimental (Maeda, 2011).

Así mismo, Cristina Alonso Villa de la Universidad de Oviedo, España, concluyó en su tesis, *Estereotipos de género en el cine de acción contemporáneo y su recepción por parte del público*, para el Máster universitario de género y diversidad que “El medio cinematográfico sigue confiando en los estereotipos y sólo los moderniza ligeramente, sin que aparezcan verdaderamente nuevas significaciones. De este modo, el cine de acción se concibe como un espectáculo para el público masculino, ya que se considera que la acción y la violencia son dos elementos que atraen a los varones. No obstante, la diferencia entre el gusto de chicas y chicos acerca de este tipo de cine no aparece tan marcada, llegando a ser más efusiva ellas que ellos en el ensalzamiento de algunas escenas con un alto contenido de violencia. Podemos ver una fisura en las interpretaciones esencialistas respecto a la mirada del cine de acción, que permite incorporar a las mujeres como espectadora del *action genre*, siempre y cuando logren ese distanciamiento, pero a pesar de eso puedan encontrar mecanismos de identificación. La existencia de heroínas no cabe duda, puede ser uno de los mecanismos que faciliten esa identificación a través del empoderamiento y la ruptura de estereotipos” (Villa, 2013).

Entonces, de acuerdo con la autora el cine se dejará influenciar por medio de los estereotipos que se tienen previamente. Es por eso por lo que en las películas se puede ver al latino, el europeo serio, el mexicano comiendo tacos y con su sombrero. Cristina Villa nos menciona que los estereotipos pueden ser rotos cuando la persona se siente identificada con el personaje, aun cuando el personaje esté haciendo algo contrario a lo que ya está definido pero que no esté dañando la imagen de la persona (hombre o mujer).

Pedro David Chacón de la Universidad de Granada, España, concluyó en su tesis, *¿Cómo interpretan los niños y niñas de Educación Infantil las Serie y Películas de Animación y los Videojuegos?*, para el Doctorado que “La gran diferencia que encontramos en este punto entre las representaciones realizadas por los niños y las realizadas por las niñas es que ellas, en su mayoría, evitaban la escena de violencia e incluso eliminaban los rasgos violentos de los personajes. Asimismo, las niñas asocian a los personajes “buenos” y “malos” con figuras características de los cuentos clásicos como príncipes, princesas, magos y brujas; un hecho que puede deberse a la influencia del imaginario presente en las películas de Disney” (Gordillo, 2011)

Como ya mencionamos tantos los hombres y las mujeres buscan la identificación con los personajes y la mayoría de las películas clásicas de los cuentos de hadas como: Cenicienta, la bella durmiente, Blancanieves y los siete enanitos, etc. Han mostrado un estereotipo de lo que es bueno y malo, por ejemplo, las princesas siempre deben ser buenas, sumisas,

delgadas, los príncipes caballerosos, fuertes, valientes, en cambio que las brujas y monstruos sean los malos de la historia.

Ahora, Daniella Meneses Tovío que realizó la investigación, *Estereotipos femeninos en las películas animadas de Disney*, como proyecto de grado para obtener el título de comunicadora social y periodista en la Universidad del Norte, concluyó que “El físico de las mujeres ha sido una pieza bastante importante en los dibujos animados de Disney. La protagonista ha sido siempre representada como una joven bella, delgada, y con facciones delicadas. Mientras que la antagonista no se personifica como una mujer atractiva. Cada uno de los personajes tiene una serie de cualidades que hace que la audiencia se identifique con ellos, esto crea un lazo emocional que hace que las personas sientan un vínculo con aquellos que observan en la pantalla. Por esto es tan importante destacar que desde pequeñas a las mujeres se les está vinculando con ciertos tipos de personajes que les muestra cómo se deben comportar y que son hombres los que les están proponiendo como deben hacerlo” (Meneses, 2013).

Disney, que es la compañía de medios de comunicación y entretenimiento más grande del mundo, ha creado películas como *Blancanieves y los siete enanitos* (1937), *La cenicienta* (1950), etc. Siempre ha optado por estereotipar a las mujeres como buenas las bellas y las que no son atractivas como malas. Es por eso por lo que las niñas, en este caso, se identifican más con las princesas y las toman como ejemplo, queriendo ser como ellas físicamente como en su comportamiento.

Daniella Meneses (2013) en su tesis titulada *Estereotipos femeninos en las películas animadas de Disney* para optar por el título de comunicadora social y periodista en la Universidad del Norte menciona que “a partir de los años 90 los cuentos de hadas cambian un poco su visión, ya que comienza a aparecer películas como *La bella y la bestia* (1991) o *Mulan* (1998) que muestran a una mujer más decidida en sus objetivos y cambia su comportamiento más arriesgada y valiente, que ya no tan solo lucha por un verdadero amor, sino que tiene otras prioridades. Además, como en *la bella y la bestia*, los personajes ya van cambiando y mostrando de a pocos otros tipos de belleza”.

Carmen Cantillo Valero estudiante de Universidad Nacional de Educación a Distancia concluyó en su tesis, *Imágenes infantiles que construyen identidades adultas. Los estereotipos sexistas de las princesas Disney desde una perspectiva de género. Efectos a través de las generaciones y en diferentes entornos: digital y analógico*, para el Doctorado en comunicación y educación en entornos digitales que “estas películas representan a los

personajes con un gran desequilibrio en todos los ámbitos, donde poder económico, carácter, capacidad de decisión y elección, reconocimiento social, etc. están reservados a las figuras masculinas; mientras que los atributos femeninos se representan a través de la exhibición de los cuerpos fragmentados de las princesas, sus aspectos dulces, su futuro diseñado por los hombres y un ocultamiento social con el que construyen un paisaje misterioso que provoca el deseo en las miradas masculinas” (Valero, 2015)

Además, Carmen Cantillo nos dice que “Hemos cuestionado si los encasillados roles asignados a mujeres y hombres, princesas y príncipes se han mantenido inalterables a lo largo de la historia y hasta qué punto *la evolución de las princesas* ha impedido que se construya un arquetipo histórico que haga posible una ruptura con esa imagen de la sumisión femenina. Sin embargo, siempre han existido discursos disonantes, aunque también hemos comprobado que los recientes modelos maquillados de princesas muestran personajes hipersexualizados que parece que "cambian, pero en el fondo, más o menos, todo sigue igual". Por tanto, aunque en la transgresión de las nuevas princesas se muestre un poder aparente, esta cualidad también les supone estar solas o quedarse *fuera del modo protagonista*. Es por ello por lo que se ven reforzados unos roles de género que alimentan los deseos de la sociedad y condicionan la construcción del ideal femenino de una forma sutil, pero autoritaria, además de domesticar y hacer cómplice al público como consumidores de estos estereotipos” (Valero, 2015).

En el tema de estereotipos, Susana de Andrés del Campo de la Universidad Complutense de Madrid concluyó en su tesis, *Estereotipos de género en la publicidad de la Segunda República Española: crónica y blanco y negro* para obtener el grado de Doctor, que “El mensaje publicitario, como se ha expuesto y comprobado, es transportador de creencias sobre lo propio de cada género y es un mensaje abiertamente estereotipador. El anuncio se construye como un discurso eminentemente valorativo, opinante. Puede decirse que la publicidad es una emisión y exposición continuada de creencias, valoraciones, estereotipos y juicios sobre lo masculino y lo femenino” (Campo, 2002).

Los medios de comunicación siempre han mostrado mensajes estereotipados, especialmente la publicidad que muestra como debe ser la mujer para ser bonita (delgada, blanca, etc.). Campo nos comenta que estos estereotipos son el reflejo de la cultura de una sociedad y que la publicidad solo es el reflejo de los anhelos que tenemos y mostramos.

Carlos Milton Manrique Rabelo, egresado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en su tesis, *Construcción de identidad del narrador y de los personajes principales en el*

proceso creativo de la huella, para optar el Grado de Magíster en Escrituras Creativa Mención en Narrativa, concluyó que “La caracterización de los personajes principales en La huella se realiza mediante las acciones, diálogos, pensamientos, perspectivas, contrastes entre los personajes; todos estos recursos son compatibles para fraguar la identidad de los personajes en dicha novela” (Rabelo C. M., 2015)

Para conocer la identidad de los personajes, Milton nos comenta que debemos de ver sus acciones, diálogos, pensamientos, etc. En la Saga de Shrek podemos observar como Fiona y Shrek (Los protagonistas) son totalmente distintos a los Protagonistas de los cuentos de hadas, príncipe y princesa, tanto en dialogo como en comportamientos.

Finalmente. Dahlia Anaïs Uceda Belounis, egresada de la Pontifica Universidad Católica del Perú concluyó en su tesis, “*Al fondo hay sitio*”: *Una manifestación de la identidad cultural peruano para el Título de Licenciada en Comunicaciones*, que “la telenovela también plantea estereotipos de género, pero siempre en código de humor para no ahondar en temas sensibles y, en algunos casos, tabúes de nuestra sociedad como la masculinidad (o la carencia de la misma) y la homosexualidad” (Belounis, 2013).

Uceda nos da una forma de como poder cambiar los estereotipos que tenemos, y es por medio del humor. Shrek es una saga que contiene contenidos de humor y estos no tan solo son de los protagonistas sino de los personajes secundarios que complementan la acción del personaje, que en este caso sería el burro y el gato con botas.

b) Bases teóricas

A continuación, desglosaremos las diferentes definiciones que nos ayudarán a entender los conceptos que hemos usado en la tesis.

1. Comunicación audiovisual

Según Demetrio E. (2011) la comunicación audiovisual no solo es el estudio la relación de imagen y sonido por medio de la teoría de la imagen y la comunicación, sino que como esta ciencia une afecta a la cultura por medio de las representaciones simbólicas, semiótica, la iconología, el psicoanálisis, la psicología social, la antropología, la narratología, y otras ramas de conocimiento.

Además, Vicente Peña (2001) añade que la comunicación audiovisual “constituye un ámbito mucho más preciso y localizado [...] supone, y sobre todo en lo que a Narrativa

audiovisual se refiere, una representación de la supuesta realidad que el *emisor* observa e imagina”.

1.1 Lenguaje Audiovisual

Según Amilburu, García, Blanco & Ruiz (2001) el lenguaje audiovisual ha sido durante siglos el lenguaje de iconos y símbolos ha sido el principal medio de difusión y fijación de la cultura en muchas civilizaciones.

Para Bartolomé (1987) los medios audiovisuales, como su nombre lo indica, comunican a través de imagen y sonido; y pueden presentarse de forma verbal o no verbal en los actantes de lo transmitido. La clave de este tipo de lenguaje es que el significado del mensaje se encuentra en la interacción entre ambos campos a través de una estructura secuencial.

Entendamos entonces al sonido, el ruido, los silencios mezclados con el color, las formas y las sombras no como un fondo que “acompaña”, si no como aquello que comunica.

Una segunda concepción del lenguaje audiovisual es aquella que lo identifica con los modos en se ejecuta y expresa en el terreno técnico. En este sentido, conocer lo audiovisual sería básicamente conocer:

- Los programas se componen de secuencias y éstas de planos
- Los planos se clasifican en Primeros Planos, Planos Medios, etc.
- Los movimientos de cámara son panorámicas y travellings.

1.2 Narrativa audiovisual

Según Vicente Peña, “Una narración audiovisual es una construcción que presenta una historia donde se integra una sucesión de acontecimientos de interés humano en la unidad de una misma acción. La narración audiovisual responde al *interés humano* y es un conjunto de hechos y acontecimientos que se relacionan entre sí, se organizan en una serie temporal estructurada, se les confiere sentido y adquieren significación” (Vicente, 2001).

Según Jordi Sánchez Navarro (2016), “La narrativa audiovisual sería la facultad o la capacidad de la que disponen las imágenes visuales y acústicas para explicar historias, es decir, para articularse con otras imágenes y elementos portadores de significación hasta configurar discursos constructivos de textos. La narrativa

audiovisual es también la acción misma que se propone esta tarea y, en consecuencia, equivale a la narración en sí misma o a cualquiera de sus recursos y procedimientos”.

Agost, R & Chaume, F (2001), mencionan que “La narrativa audiovisual es una disciplina de carácter teórico-práctico que tiene por objeto, descubrir, describir, explicar la capacidad de la imagen visual y acústica para contar historias”.

Respecto a la narrativa audiovisual, existen múltiples puntos de vista en función de las escuelas de pensamiento en teoría de la comunicación. Vicente Peña describe la narrativa audiovisual como un conjunto de hechos y acontecimientos que se relacionan para brindar una historia que satisfaga el interés humano, para ello debe contar con el acontecimiento, la acción, el personaje y el espacio donde se desarrolla. Sánchez, Agost y Chaume se enfocan más en lo visual y sonoro, elementos que también se usarán, pero en el enfoque de estereotipos de género orientados a la belleza física.

1.2.1 La acción narrativa

Una acción presupone un agente, responde a un recorrido o programa narrativo y se da en un tiempo y en un espacio. Por ello, la acción narrativa es el significado de las imágenes en la narración audiovisual (Vicente, 2001).

En otras palabras, la acción es como los personajes se comportan en distintos momentos de la historia, dependiendo del tiempo y espacio en que este.

Greimas y Courtés consideran la acción narrativa como una organización sintagmática de actos sin necesidad de pronunciarse por adelantado sobre la naturaleza de dicha organización: serie ordenada, estereotipada o programa por un sujeto competente (Vicente, 2001).

1.1.2 El personaje

El personaje es el sujeto que garantiza la historia narrativa, pues toda historia está narrada en clave de sujeto que busca un objeto, esto es, su acción principal: el programa los recorridos narrativos del personaje, esto

es, su acción principal. El personaje es una propuesta de una representación de actividad humana, pero sin expresión, la cual se la da al actor (Vicente, 2001).

Dentro de la estructura narrativa, Vicente Peña nos comenta que existen tipos de personajes que representan diferentes signos. Para nuestro análisis hemos elegido estos dos tipos de personajes:

1.2.1.1 Personajes referenciales

Remiten a algo externo, la cultura. La interpretación depende de la cantidad de conocimiento y conocimiento cultural que posea el receptor. Existen dentro de los personajes referenciales la siguiente clasificación (Vicente, 2001).

- Históricos
- Mitológicos
- Alegóricos
- Sociales

1.2.1.2 Personajes anafóricos

Remiten a otro signo. Personajes que contribuyen a la historia, pueden ser personajes secundarios o personajes principales que ayuden a entender el mensaje principal que se quiere mostrar al receptor.

- Propagadores
- Intérpretes
- Informadores

2. Estereotipos

Según Rebecca J, Cook & Simone Cusack (2009) “los estereotipos presumen que todas las personas miembros de un cierto grupo social poseen atributos o características particulares (v.g. los adolescentes son irresponsables) o tienen roles específicos (v.g. las mujeres son cuidadoras por naturaleza). Los estereotipos nos ayudan a entender, simplificar y procesar los infinitamente variables atributos, características y roles individuales del mundo en que vivimos. Así, las personas pueden ser categorizadas o estereotipadas con base en varios

criterios tales como su género, pigmentación de la piel, edad, idioma, religión, orientación sexual y origen racial o étnico”.

2.1 Estereotipos de género

Según Rebecca J, Cook & Simone Cusack (2009) “Los estereotipos de género se refieren a la construcción social y cultural de hombres y mujeres, en razón de sus diferentes funciones físicas, biológicas, sexuales y sociales”. Más ampliamente, pueden pensarse como las *convenciones que sostienen la práctica social del género*. *Estereotipo de género* es un término general que se refiere a *un grupo estructurado de creencias sobre los atributos personales de mujeres y hombres*. Dichas creencias pueden implicar una variedad de componentes incluyendo: Características de la personalidad, comportamientos y roles, y características físicas y apariencia u ocupaciones y presunciones sobre la orientación sexual.

Según Cook & Cusack (2009) estos estereotipos pueden ser personales o culturales. Los estereotipos personales se refieren al reflejo de las creencias de una persona sobre un grupo, objeto o sujeto al cual estereotipa. Mientras que los estereotipos culturales están relacionados con creencias compartidas sobre un objeto, grupo o sujeto al cual estereotipan. Estos estereotipos cambian o evolucionan según el cambio de creencias o diferencia de contexto.

Para Gavaldón (1999) “Los estereotipos de género son un subtipo de los estereotipos sociales en general. Podemos definirlos «*como creencias consensuadas sobre las diferentes características de los hombres y mujeres en nuestra sociedad*». Este conjunto de creencias que atañen a las categorías hombre y mujer, que llamamos género, tiene una gran influencia en el individuo, en su percepción del mundo y de sí mismo y en su conducta”.

Además, nos comenta que “Respecto al contenido de los estereotipos de género parece que la dicotomía de rasgos de personalidad que se asocian tradicionalmente a hombres y mujeres se sigue manteniendo actualmente. A pesar de los cambios sociales que acercan a la mujer a todas las actividades sociales, estas creencias no se han modificado con la amplitud deseable. Se han utilizado varios términos para designar el concepto: «estereotipos sexuales», «estereotipos de rol sexual», «estereotipo de género» y «estereotipo de rol de género». Aunque a veces se utilicen

indistintamente los términos sexo y género, se tiende a manejar el término sexo para referirse a las características biológicas asociadas a cada clase sexual y el término género para referirse a las características psicosociales (rasgos, roles, motivaciones y conducta) que se asignan diferencialmente a mujeres y hombres” (Gavaldón 1999).

3. Estereotipos en los medios de comunicación

Rodríguez, Pando-Canteli & Berasategi (2017) nos comentaron que los medios de comunicación tienen una gran relevancia en la construcción del entorno social que se elabora a nivel de imaginario colectivo. El valor jerárquico que se otorga a las noticias, la publicidad y otras formas de comunicación masiva, dentro de la rutina diaria es tal, que termina siendo participe en constitución conductual de los individuos. El desarrollo de dichas conductas implica también el refuerzo de modelos de desigualdad y discriminación o contrariamente de equidad y convivencia.

Además, Rodríguez, Pando-Canteli, Berasategi; (2017) no dice que los mensajes de tipo visual-sonoro tengan una influencia en el normativo social, repercute en la concepción de los roles de género, usualmente representados por estereotipos. La mayoría de la oferta en el mercado (ya sea de tipo comercial o de entretenimiento/informativo) son resistentes a los cambios de roles y optan por instalarse en modelos fácilmente consumibles.

Ramírez, Piedra de la Cuadra, Ries, Rodríguez. (2011) nos comentan que en el cine a la mujer se le ha constituido como recompensa al protagonista masculino, acompañante necesaria en momentos importantes de la historia, pero siempre orientada a estar con la figura masculina (un rol que nace desde las producciones principescas infantiles).

4. Cuentos de hadas

Según Tolkien (1994) las primeras definiciones de cuentos de hadas aparecen en 1750, las cuales mencionan que es un cuento sobre hadas o una leyenda fantástica, un relato irreal e increíble y una falsedad. Tolkien considera que el cuento de hadas “es aquel que alude o hace uso de Fantasía, cualquiera que sea su finalidad primera: la sátira, la aventura, la enseñanza moral, la ilusión”.

5. Walt Disney y sus cuentos de hadas

Para Salazar (2010) “Walt Disney es considerado el padre de los dibujos animados. No se puede negar que en el ámbito cinematográfico infantil es el realizador más renombrado y venerado. Sus películas son reconocidas en la actualidad no sólo por los niños que disfrutaban, sino también por los adultos que se encuentran con sus fantasías y cuentos favoritos”.

Disney es una de las empresas que crea y distribuye a nivel mundial sus películas animadas de cuentos de hadas y no solo acumula éxitos en el terreno cinematográfico, también posee parques temáticos, canales de televisión, libros, juguetes, productos de belleza, etcétera (Corporate Disney, 2010). La empresa identificada por el ratón “Mickey Mouse” está valorada en más de 65 900 millones de dólares. (Digón, 2006).

Además, su alianza con Motion Picture Association of America (MPAA), organismo que tiene como fin velar por los intereses de sus miembros en el mercado, lo vincula a Paramount Pictures Corporation, Sony Pictures Entertainment Inc, Twentieth Century Fox Film Corporation, Universal City Studios y Warner Bros Entertainment Inc, acción que permite que sus películas y productos se distribuyan por todo el mundo (MPAA, 2010).

En 1937, Disney lanzó su primer largometraje dirigido al público infantil llamado *Blancanieves y los siete enanos*, este tuvo un gran éxito a nivel mundial (Gubern, 1969). *Blancanieves* es una joven que vive en un castillo, pero su madrastra, villana, la obliga a huir al bosque y es ahí donde conoce la cabaña de los siete enanos. Su vida transcurre tranquila hasta que la chica es envenenada por una bruja con una manzana, cayendo sobre ella una maldición que la mantendrá en sueño profundo hasta recibir un beso de amor verdadero.

A pesar de saberse que la historia no es un guion original de la franquicia, es el inicio de un considerable periodo de tramas producidas por la empresa (*La cenicienta* (1950), *La bella durmiente* (1959), *La sirenita* (1989), por mencionar algunas) en las que una protagonista femenina posee actitud pasiva, dependiente del hombre.

En buena medida, Disney ha logrado insertarse y posicionarse en el gusto e imaginario de muchas familias en el mundo, gracias a su forma de contar historias de una forma tranquila e inocente en sus producciones (Giroux, 2001). Esto quiere decir, que ha funcionado como

un referente social para muchos infantes, a través de un mensaje de marcados estereotipos de género, que transfieren liderazgo o poder a un género determinado.

6. Shrek

En el 2001 fue estrenada *Shrek*, película dirigida por Andrew Adamson y Vicky Jensen y producida por Jeffrey Katzenberg, administrador y fundador de la empresa Dreamworks.

La trama se centra en Shrek (Mike Myers) un ogro que vive en un pantano; su vida hogareña encuentra su máximo divertimento en asustar a los campesinos. Pero un día, se encuentra con la sorpresa de que su pantano ha sido invadido por diversos personajes de cuentos de hadas desterrados por Lord Farquaad (John Lithgow), un villano que anhela ser rey, y sólo puede conseguirlo si contrae matrimonio con una de tres princesas: Cenicienta, Blancanieves y Fiona. Lord Farquaad elige a Fiona (Cameron Díaz), sin prestar atención a la maldición que yace sobre ella: por las mañanas es princesa, por las noches se vuelve una ogra. La misma sólo puede poder ser cortada con el beso del verdadero amor.

Entretanto, Shrek aparece con su compañero de viaje Burro (Eddie Murphy) en su castillo queriendo recuperar su pantano y demuestra sus habilidades para la batalla. Es así como Lord Farquaad le propone que vaya a recuperar a Fiona y le regresaba su propiedad de pantano. Shrek acepta y decide irse a buscarla, en el transcurso de la película Shrek se enamora de Fiona y ella igual, pero Fiona cree que no puede estar con él porque no es su destino. Al final de la película Shrek decide ir a interrumpir la boda de Lord Farquaad con su amigo el burro, ya que este le contó lo que sentía Fiona y quien era realmente. Shrek besa a Fiona y esta se convierte en Ogra, dando a entender que se rompió el hechizo por el beso del verdadero amor. Esto nos da entender que Fiona siempre fue ogra y que su maldición fue ser princesa, rompiendo ese mensaje de que las princesas, con estereotipos que ponían los cuentos de hadas como Blancanieves, fueron eliminados. Fue aclamada por la crítica como una película animada merecedora del interés de los adultos por los muchos chistes orientados a los mismos, pero a la vez, poseedora de una trama y humor lo suficientemente simple como para atraer a los niños.

Tal como se ha visto, Disney ha mantenido durante muchos años personajes con ciertos estereotipos de género y Dreamworks con la película *Sherk* ha querido romper estos estereotipos. Es por eso que Garcia-Raffi, Hernández y Marín (2010) nos comentan que

“estos filmes presentan personajes que, tanto en su caracterización como en los modos en los que resuelven los problemas concretos de su peripecia particular, representan poderosos modelos de identificación y de comportamiento para niñas y niños. Desde este punto de vista individual y subjetivo, los héroes y heroínas, los villanos y las villanas, los personajes secundarios en su enorme diversidad, representan rasgos de carácter claramente definidos que funcionan como modelos ejemplares a imitar o a contra-imitar, con los cuales identificarse o de los cuales distanciarse, que ayudan, en definitiva, a construir una idea de cuál es el comportamiento, no sólo esperable, sino sobre todo, «deseable» en lo femenino y lo masculino, entre otras formas de categorización social”.

La película *Shrek* construye su argumento a través de la reconfiguración de personajes clásicos de los cuentos de hadas, creando así la figura del ogro – héroe y la princesa- ogra. Así mismo, incluye elementos de diversidad sexual en personajes secundarios, dejando de lado, las limitaciones en la ficción, marcadas por Belmonte y Guillamón anteriormente.

Dias (2017) nos comenta que la animación digital se ha convertido en un gran nicho para la construcción de la cultura y la propagación de esta, combinando la música, la imagen y los diálogos. Además, comenta que *Shrek 2* (2004) transmite muchos significantes generados por la parodia. Finalmente nos dice que la comunicación no verbal (lenguaje gestual y corporal), además de mostrar emociones y sensaciones, es un gran material para destruir valores de una sociedad estereotipada.

c) Hipótesis

General:

- Hubo un cambio de los estereotipos utilizados en las clásicas películas de cuentos de hadas a partir de la narrativa audiovisual de los personajes principales de la saga *Shrek* en los jóvenes de 20 a 24 años de San Martín de Porres.

Específicas:

- Las acciones de los personajes principales de la saga de *Shrek* sí generaron un cambio en el espectador sobre la imagen que se tenía de los personajes de los clásicos cuentos de hadas.

- El cambio realizado en el físico de los personajes de la saga de Shrek, en comparación con los cuentos de hadas, no influyó en la aceptación del público hacia la película.
- Sí fue modificada la idea de estereotipos en los Jóvenes de 20 a 24 años a partir de los personajes principales de la saga de Shrek.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

1.1 Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Narrativa Audiovisual	Según Vicente Peña (2001), “Es una construcción que presenta una historia donde se integra una sucesión de acontecimientos de interés humano en la unidad de una misma acción, responde al “interés humano” y es un conjunto de hechos y acontecimientos que se relacionan entre sí, se organizan en una serie temporal estructurada, se les confiere sentido y adquieren significación.	La acción	Ordenada Estereotipada Programada por un sujeto	
		El personaje	Referenciales.	Históricos Mitológicos. Alegóricos Sociales
Anafóricos.	Propagadores. Intérpretes Informadores			
Estereotipo	Según Rebecca J. Cook & Simone Cusack, (2009), “Los estereotipos presumen que todas las personas miembros de un cierto grupo social poseen atributos o características particulares (v.g. los adolescentes son irresponsables) o tienen roles específicos (v.g. las mujeres son cuidadoras por naturaleza)”.	Género	Apariencia Física	Contextura Tez Étnicos Demográficos
			Personalidad	Sensorial. Autónoma. Analítica. Impulsiva. Manipulador. Aventurero. Independiente. Oportunista.
			Aspecto Social	Clase Social Residencia Rol

1.2 Diseño de investigación

La presente investigación tiene un diseño no experimental transversal ya que no manipularemos las variables, sino que observaremos como se manifiestan en su contexto natural, y recolectaremos datos en un solo momento, ya que su propósito es analizar las interrelaciones e incidencias de las variables en un momento dado. Además, será un estudio con alcance correlacional ya que conoceremos como es la relación entre dos o más variables en un contexto particular (Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M., p. 81, 2014). El enfoque de esta investigación fue cuantitativo puesto que la recolección de datos se fundamenta en la medición y el análisis en procedimientos estadísticos (Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M., p. 20, 2014).

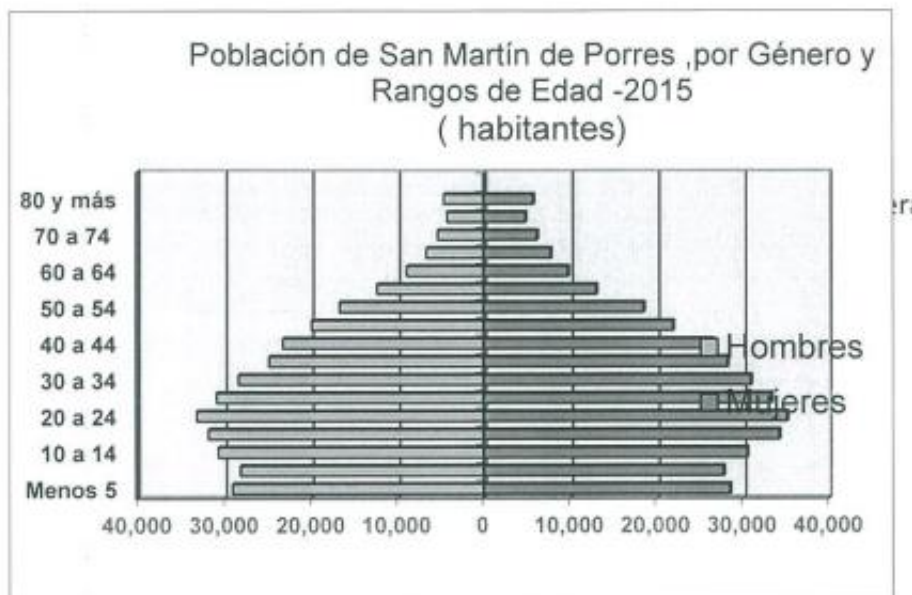
1.3 Unidad de estudio

Jóvenes de San Martín de Porres

1.4 Población

MapCity en el 2014, nos revela que Lima concentra el 60% de las ofertas de cines en el Perú y el distrito de San Martín de Porres tiene a gran parte del público que buscan las empresas de cine, personas de 20 a 40 años.

La población que se usó fueron jóvenes de 20 a 24 años del distrito San Martín de Porres ya que son el rango de edad más amplio que tiene el distrito, los cuales son 67000 aprox. según la información dada por la Municipalidad de San Martín de Porres (OFICIO N° 160-2016-A/MDSMP). Además, son el grupo de personas que ha tenido más cercanía con la saga de *Shrek* y, en parte, consumió en su infancia los estereotipos de cuentos de hadas.



1.5 Muestra (muestreo o selección)

$$n = \frac{Z^2 * S^2 * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * S^2}$$

$$n = 378$$

El resultado de nuestra muestra nos da 378. Entonces se debe de realizar 378 encuestas a los jóvenes de 20 a 24 años de San Martín de Porres.

1.6 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

Para la recolección de información se planeó el uso de encuestas presenciales a los Jóvenes de San Martín de Porres para a través de preguntas directas poder determinar si hubo un cambio de estereotipos a partir de la saga de Shrek.

Esta encuesta fue realizada en diferentes urbanizaciones de San Martín de Porres, como Zarumilla y Habich. Además, se recorrió la Av. Perú y la Av. Tupac Amaru. Finalmente se fue a lugares donde van más jóvenes, centros comerciales, plaza norte y mega plaza y las universidades que están en San Martín De Porres, como la Cayetano Heredia y Universidad Nacional de Ingeniería.

Distribución de encuestas:

LUGARES DONDE SE REALIZARON LAS ENCUESTAS	CANTIDAD DE ENCUESTADOS
Universidad Nacional Ingeniería	50
Universidad Cayetano Heredia	50
Universidad Privada del Norte	40
Av. Perú	50
Av. Tupac Amaru	30
Habich	40
Plaza Norte	30
Mega Plaza	50
Call Center (Centro de Lima)	50

Se hizo esta distribución en estos lugares porque es donde hay mayor movimiento peatonal, además son lugares donde transita o está todo tipo de personas con diferente forma de pensar, si elegíamos solo un lugar en específico como una universidad podría ocasionar que nos estemos enfocando solo en un público que comparten una misma característica, estudiantes. En cambio, el tener mayor variedad donde transita la gente podemos recoger información de diferentes personas que tienen diferentes cargos, gusto, objetivos, características, etc. En las universidades es donde hemos podido encontrar con mayor frecuencia a encuestados con nuestro rango de edad, ya que la mayoría de los estudiantes a esa edad ya están a mitad de su carrera o a fines. En los centros comerciales había mayor cantidad de personas con diferente edad, pero es en Mega Plaza donde se pudo encontrar a más jóvenes del rango de edad que se necesita para esta investigación porque es un centro comercial que esta rodeado de universidades e institutos, en cambio Plaza Norte esta rodeado de fábricas y comercio. En el Call Center también se llegó a encontrar gran parte de nuestro público porque son lugares que trabajan con jóvenes que desean empezar a trabajar. Finalmente, las avenidas son los lugares más transcurridos y con más variedad de encontrar a diferentes rangos de edad, en Habich está cerca a universidad e institutos así pudimos encontrarlos con facilidad en la avenida.

1.7 Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos

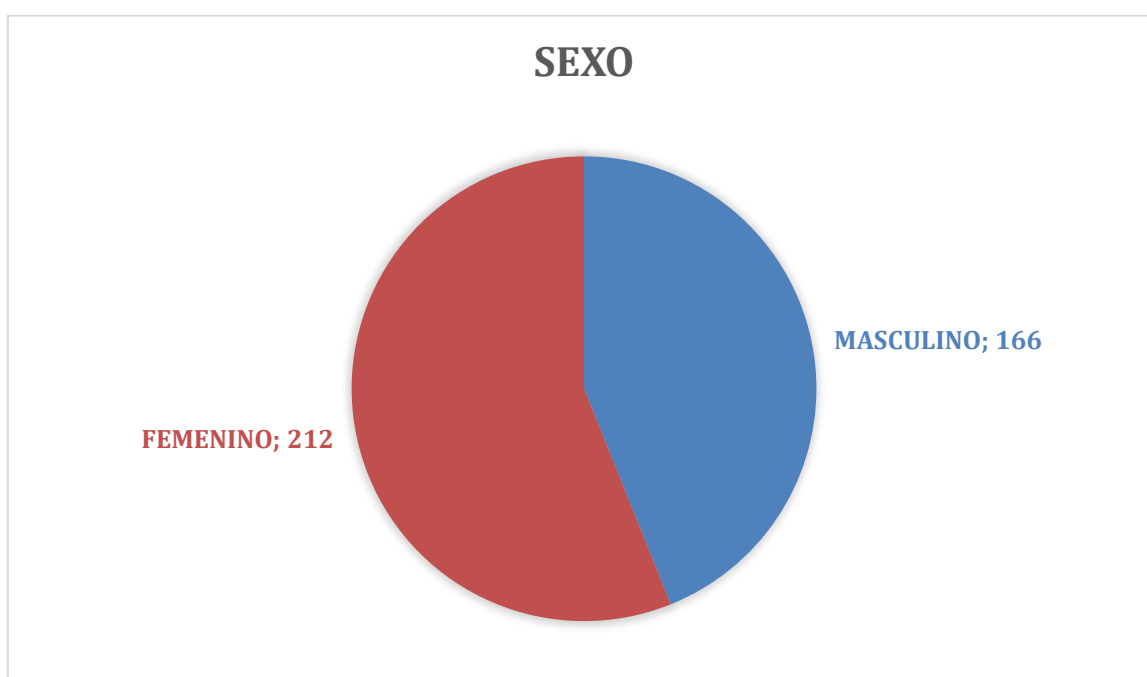
Esta investigación utilizo como técnica de recolección de información las encuestas, que es un procedimiento para recopilar datos por medio de un cuestionario previamente sin haber alterado el lugar donde se recogerá la información. Que constan de 12 preguntas en base a la relación de nuestros ítems de las variables.

El programa de Microsoft Excel nos ha ayudado a no tan solo poder ser ordenados pasando en digital nuestras encuestas, sino en poder filtrar cada pregunta con su respuesta para tener cantidades que luego lo convertiremos en gráficos y analizaremos la comparativa de respuestas.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

GRÁFICO 0: Sexo

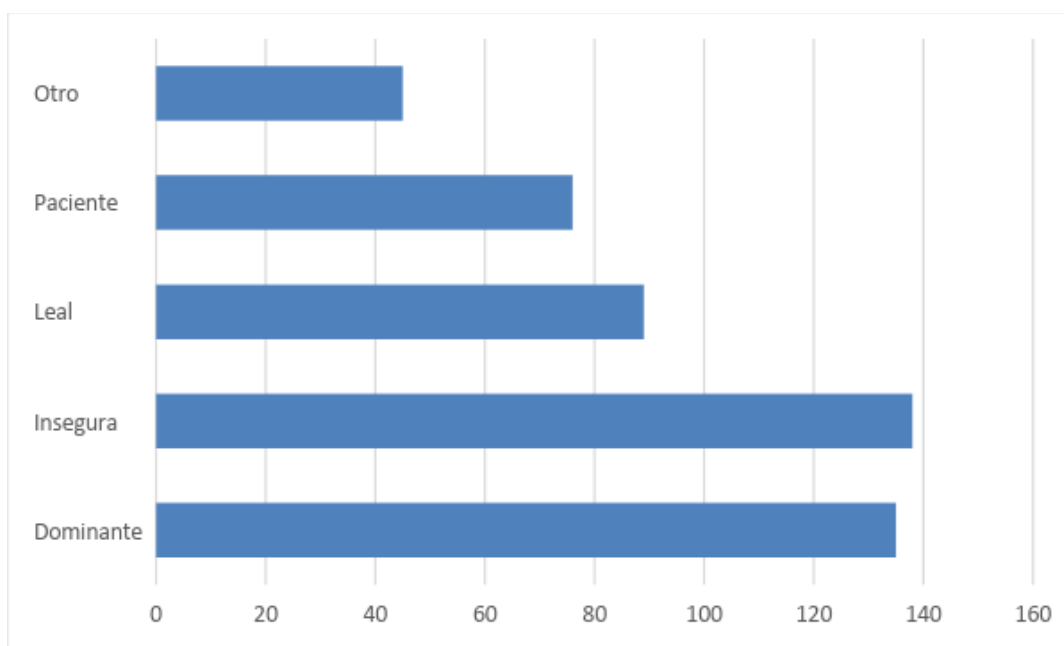
Sexo	
Masculino	166
Femenino	212



Lectura del gráfico: En el gráfico número 1 se muestra el porcentaje de sexo de los encuestados. Se puede observar que entre la población encuestada la mayoría son mujeres con un 56% y los hombres con un 44%.

GRÁFICO 1: ¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de las mujeres en la actualidad?

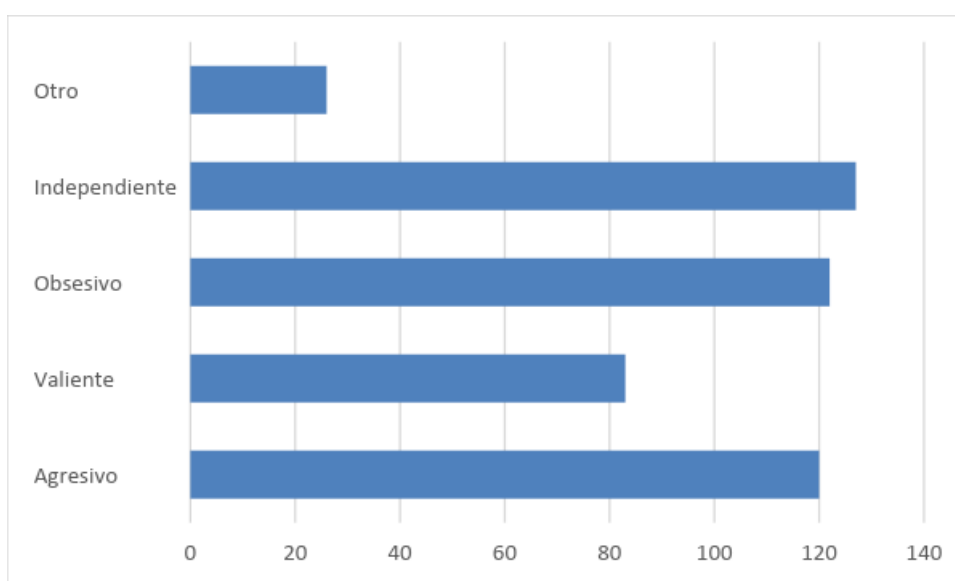
1. ¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de las mujeres en la actualidad?	
Dominante	135
Insegura	138
Leal	89
Paciente	76
Otro	45



Lectura del gráfico: En el gráfico número 1 se puede observar que 138 personas creen que el mejor término que define el comportamiento habitual de las mujeres en la actualidad es insegura, seguidamente de dominante con un total de 135 respuestas.

GRÁFICO 2: ¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de los hombres en la actualidad?

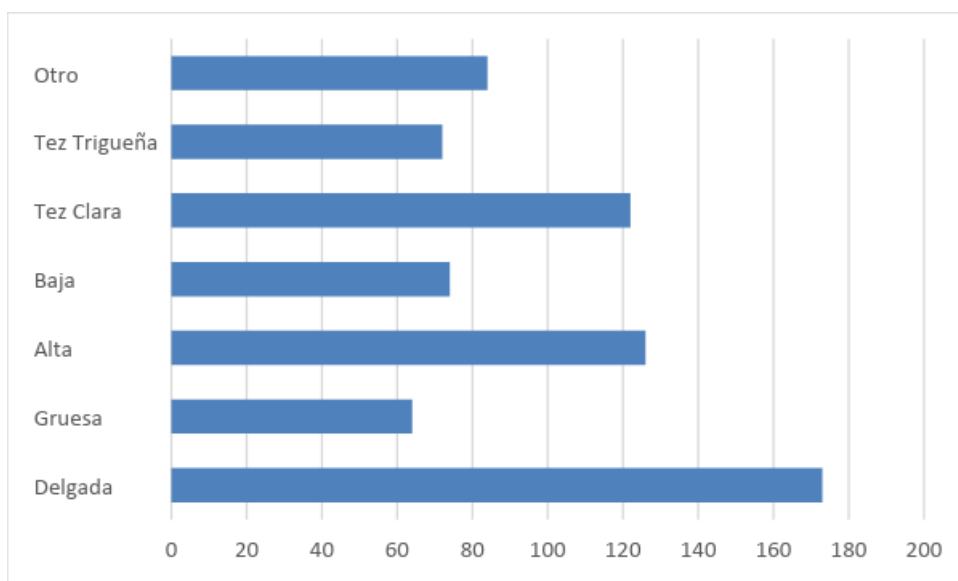
2. ¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de los hombres en la actualidad?	
Agresivo	120
Valiente	83
Obsesivo	122
Independiente	127
Otro	26



Lectura del gráfico: En el gráfico número 2 observamos que el término que define mejor el comportamiento habitual de los hombres en la actualidad es de independiente con 127 respuestas y seguidamente de obsesivo con 122 respuestas.

GRÁFICO 3: ¿Cómo crees que debería ser físicamente la mujer “ideal”?

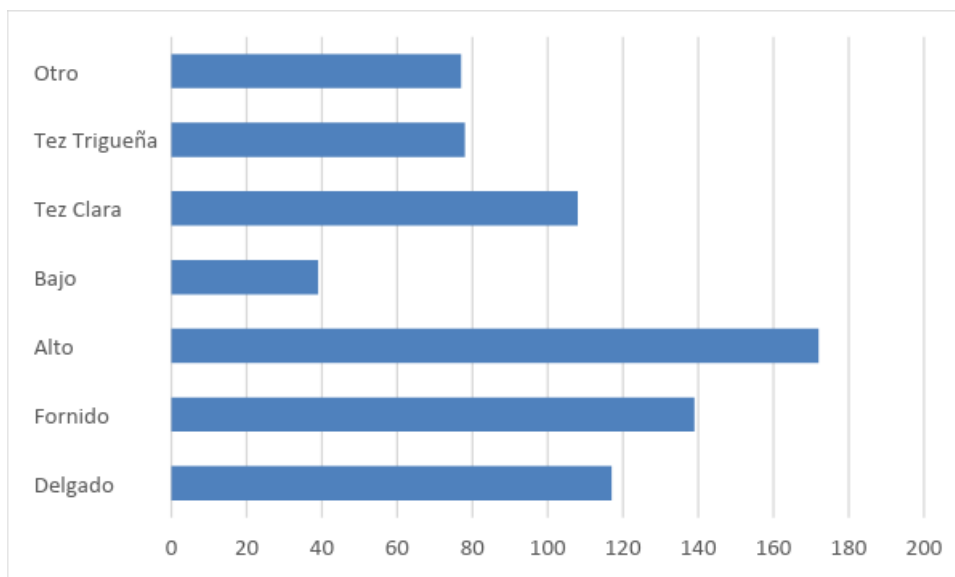
3. ¿Cómo crees que debería ser físicamente la mujer “ideal”?	
Delgada	173
Gruesa	64
Alta	126
Baja	74
Tez Clara	122
Tez Trigueña	72
Otro	84



Lectura del gráfico: En el gráfico número 3 podemos observar que la mayoría de encuestados creen que físicamente la mujer “ideal” debe ser delgada (173), alta (126) y de tez clara (122).

GRÁFICO 4: ¿Cómo crees que debería ser físicamente el hombre “ideal”?

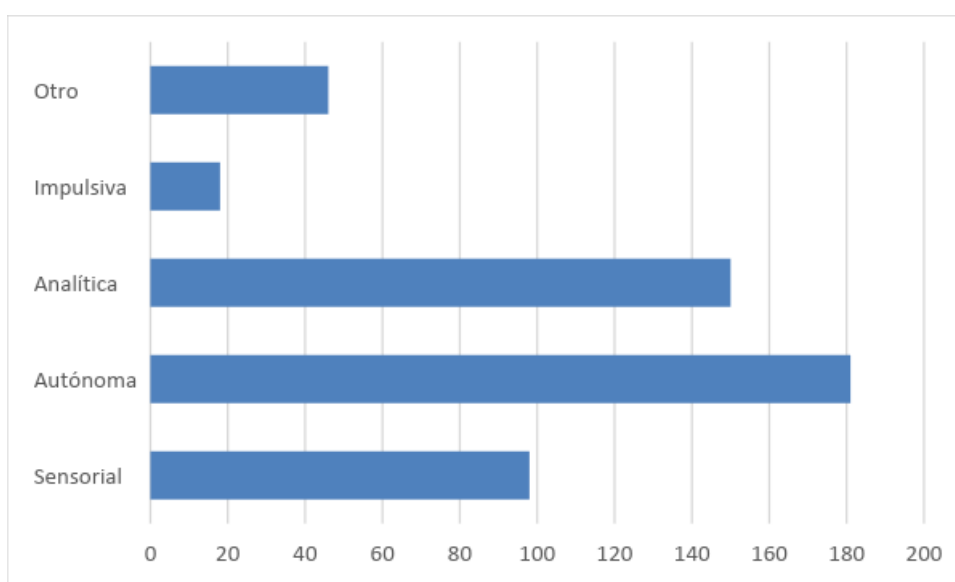
4. ¿Cómo crees que debería ser físicamente el hombre “ideal”?	
Delgado	117
Fornido	139
Alto	172
Bajo	39
Tez Clara	108
Tez Trigueña	78
Otro	77



Lectura del gráfico: En el gráfico número 4 observamos que los encuestados creen que físicamente el hombre “ideal” debería ser alto (172 respuestas), de tez calara (108 respuestas) y fornido (139 respuestas).

GRÁFICO 5: ¿Cómo crees que debería ser la personalidad de una mujer “ideal”?

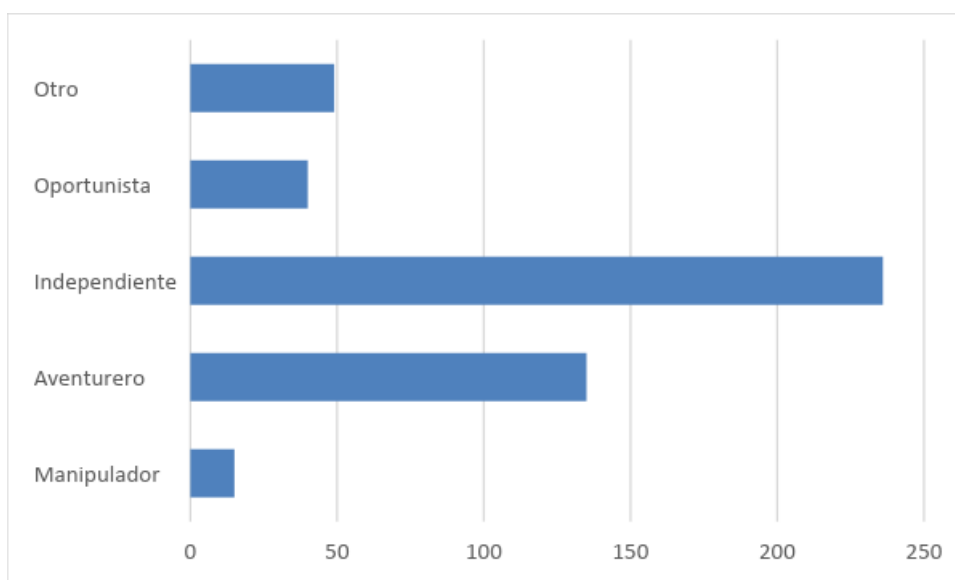
5. ¿Cómo crees que debería ser la personalidad de una mujer “ideal”?	
Sensorial	98
Autónoma	181
Analítica	150
Impulsiva	18
Otro	46



Lectura del gráfico: En el gráfico número 5 observamos que los encuestados creen que en cuestión de personalidad la mujer “ideal” debe ser en su mayoría autónoma, quiere decir independiente, con 181 respuestas y analítica con 150 respuestas.

GRÁFICO 6: ¿Cómo crees que debería ser la personalidad de un hombre “ideal”?

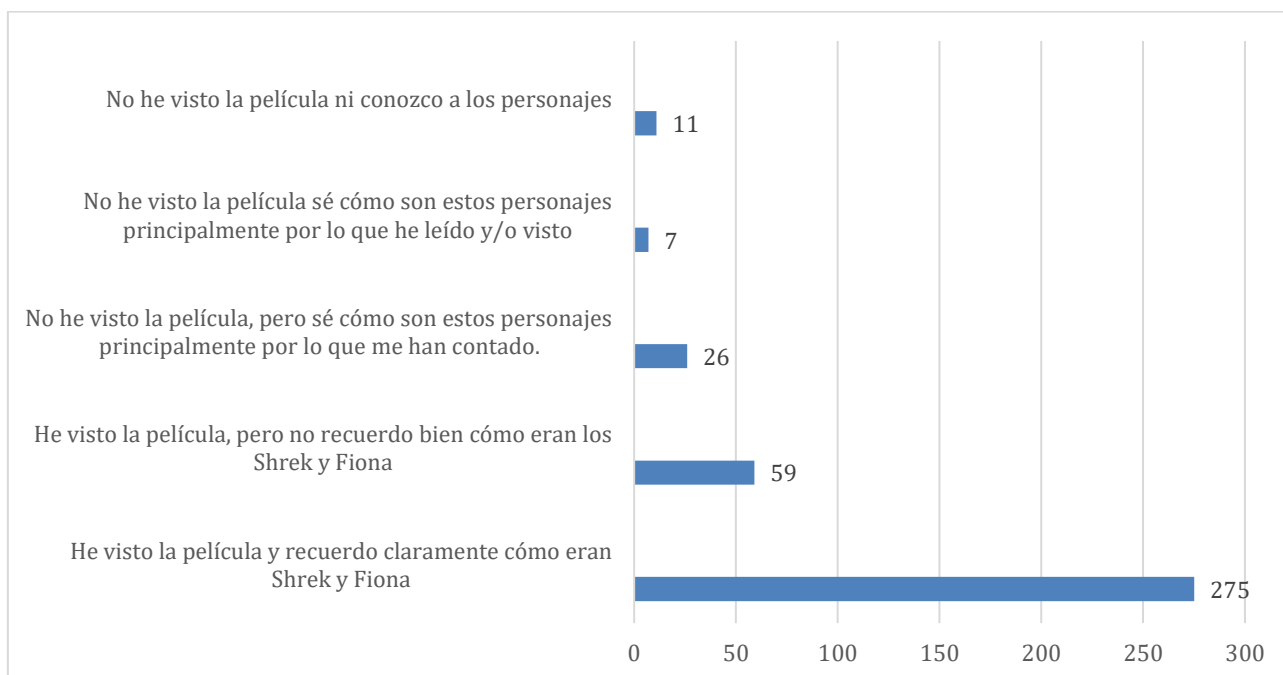
6. ¿Cómo crees que debería ser la personalidad de un hombre “ideal”?	
Manipulador	15
Aventurero	135
Independiente	236
Oportunista	40
Otro	49



Lectura del gráfico: En el gráfico número 6 observamos que los encuestados creen que en cuestión de personalidad el hombre “ideal” debe ser en su mayoría independiente con un total de 236 respuestas y en su minoría oportunistas.

GRÁFICO 7: ¿Has visto alguna de las películas de la saga de Shrek y recuerdas cómo eran sus personajes principales?

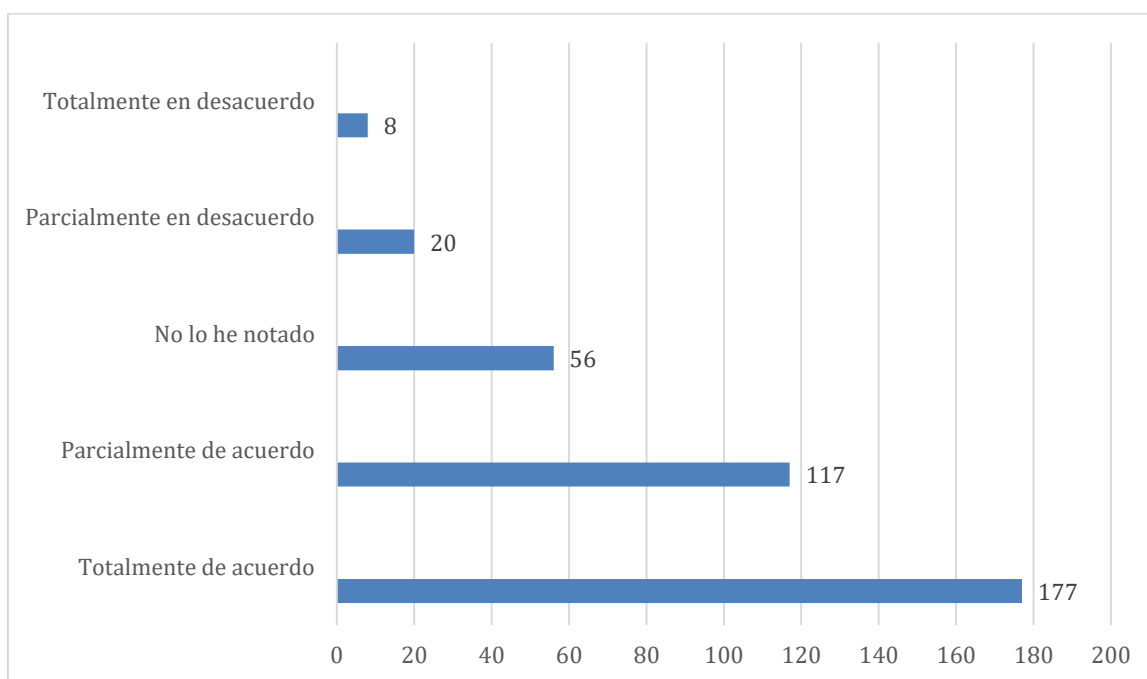
7. ¿Has visto alguna de las películas de la saga de Shrek y recuerdas cómo eran sus personajes principales?	
He visto la película y recuerdo claramente cómo eran Shrek y Fiona	275
He visto la película, pero no recuerdo bien cómo eran los Shrek y Fiona	59
No he visto la película, pero sé cómo son estos personajes principalmente por lo que me han contado.	26
No he visto la película sé cómo son estos personajes principalmente por lo que he leído y/o visto	7
No he visto la película ni conozco a los personajes	11



Lectura del gráfico: En el gráfico número 7 observamos que en su mayoría con 275 respuestas los encuestados han visto las películas y claramente recuerdan como eran Shrek y Fiona y en su minoría solo 7 respuestas no han visto las películas, pero si recuerdas los personajes por lo que han leído y/o visto.

GRÁFICO 8: ¿Crees que la forma en cómo los cuentos de hadas nos han mostrado al hombre y la mujer ideal fueron cambiados cuando apareció Shrek?

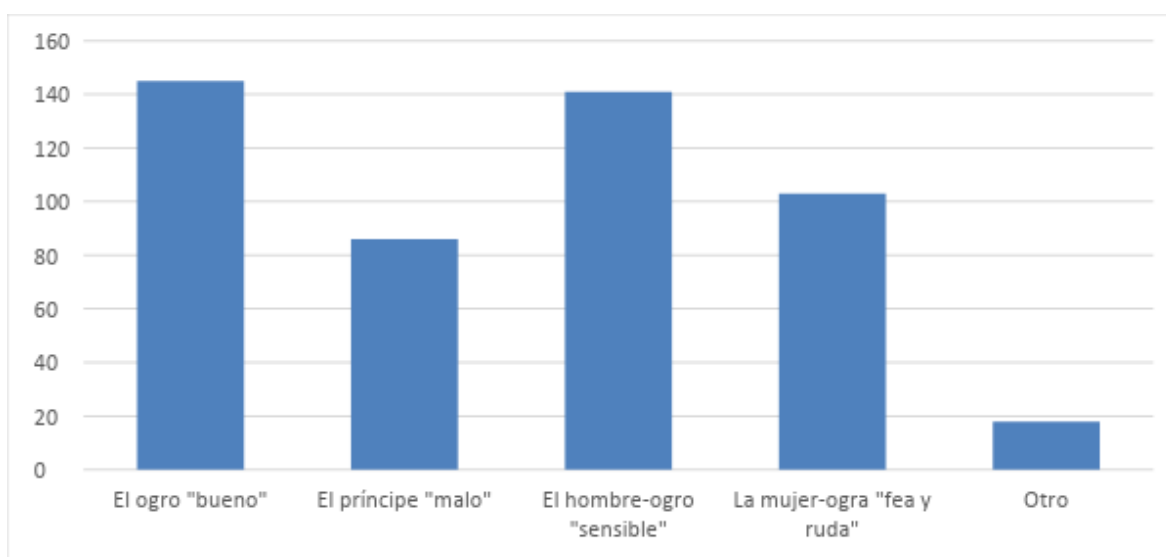
8. ¿Crees que la forma en cómo los cuentos de hadas nos han mostrado al hombre y la mujer ideal fueron cambiados cuando apareció Shrek?	
Totalmente de acuerdo	177
Parcialmente de acuerdo	117
No lo he notado	56
Parcialmente en desacuerdo	20
Totalmente en desacuerdo	8



Lectura del gráfico: En el gráfico número 8 observamos que en su mayoría con 177 respuestas están totalmente de acuerdo que la forma en como los cuentos de hadas nos han mostrado al hombre y la mujer ideal fueron cambiado cuando apareció Shrek y en su minoría 8 respuestas están en desacuerdo.

GRÁFICO 9: ¿Cuál crees que fue el cambio más importante en las películas de Shrek a diferencia de las películas anteriores de cuentos de hadas?

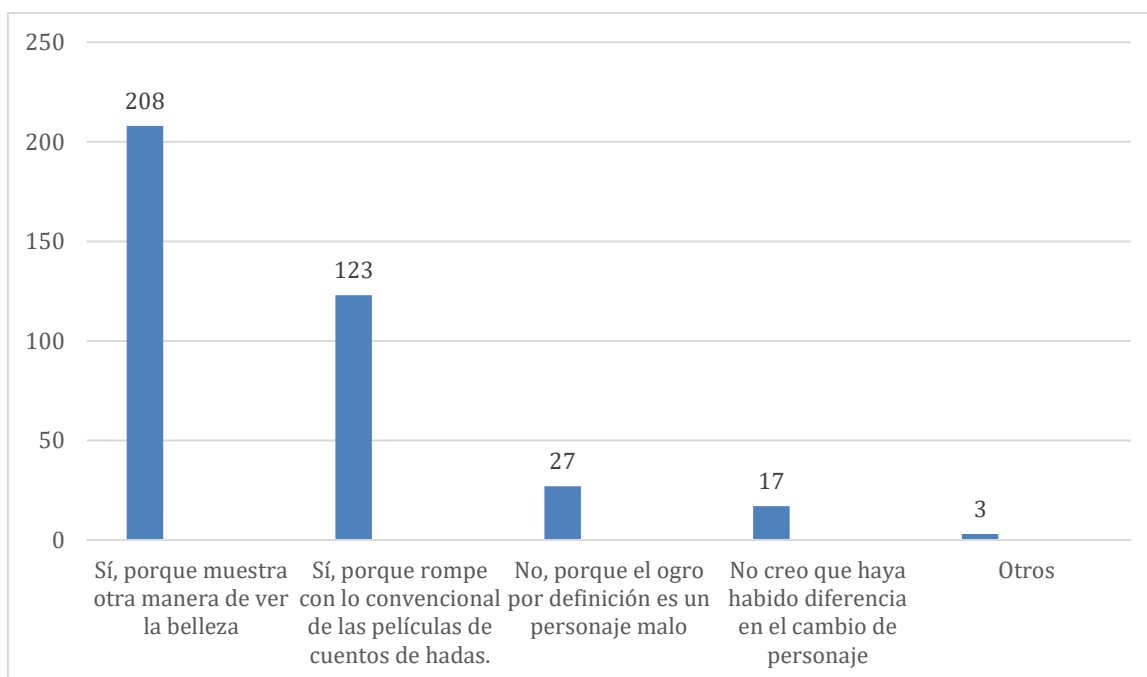
9. ¿Cuál crees que fue el cambio más importante en las películas de Shrek a diferencia de las películas anteriores de cuentos de hadas?	
El ogro "bueno"	145
El príncipe "malo"	86
El hombre-ogro "sensible"	141
La mujer-ogra "fea y ruda"	103
Otro	18



Lectura del gráfico: En el gráfico número 9 podemos observar que para los encuestados el cambio más importante en las películas de Shrek a diferencia de las películas anteriores cuentos de hadas es que el ogro es “bueno” y seguidamente que el hombre-ogro “sensible”.

GRÁFICO 10: ¿Consideras que fue buena idea poner un ogro en vez del personaje que usualmente hace un príncipe?

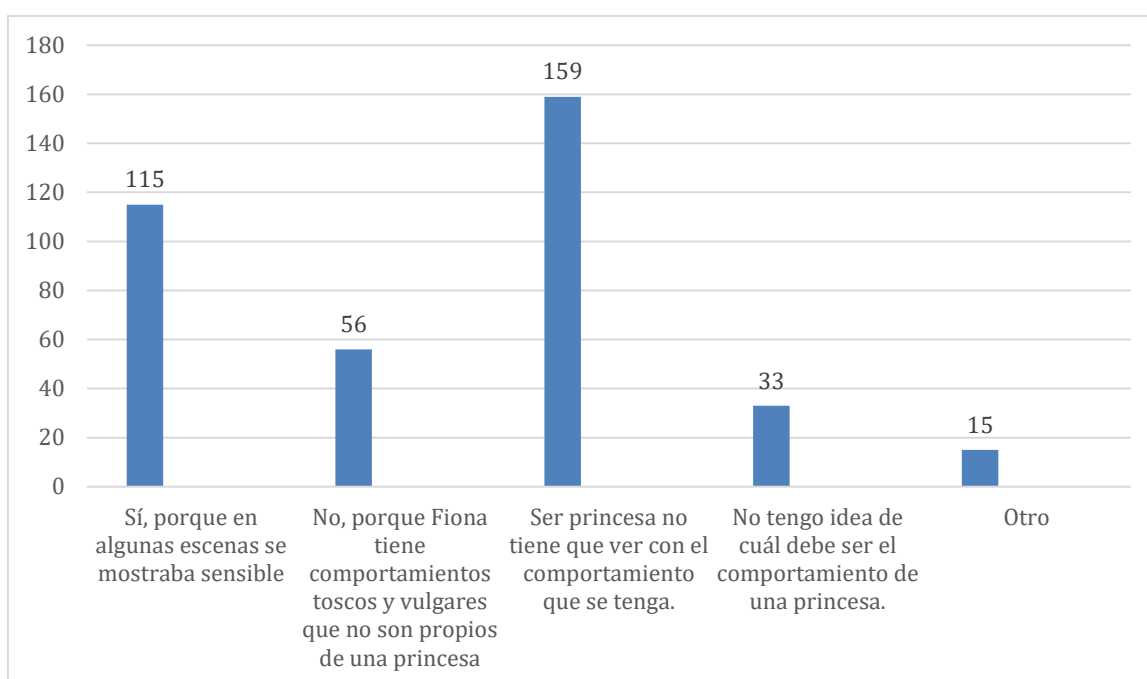
10. ¿Consideras que fue buena idea poner un ogro en vez del personaje que usualmente hace un príncipe?	
Sí, porque muestra otra manera de ver la belleza	208
Sí, porque rompe con lo convencional de las películas de cuentos de hadas.	123
No, porque el ogro por definición es un personaje malo	27
No creo que haya habido diferencia en el cambio de personaje	17
Otros	3



Lectura del gráfico: En el gráfico número 10 podemos observar que los encuestados consideran que Sí fue buena idea poner un ogro en vez del personaje que usualmente hace un príncipe porque muestra otra manera de ver la belleza con 208 respuestas.

GRÁFICO 11: ¿Crees que Fiona tenía el comportamiento de una princesa?

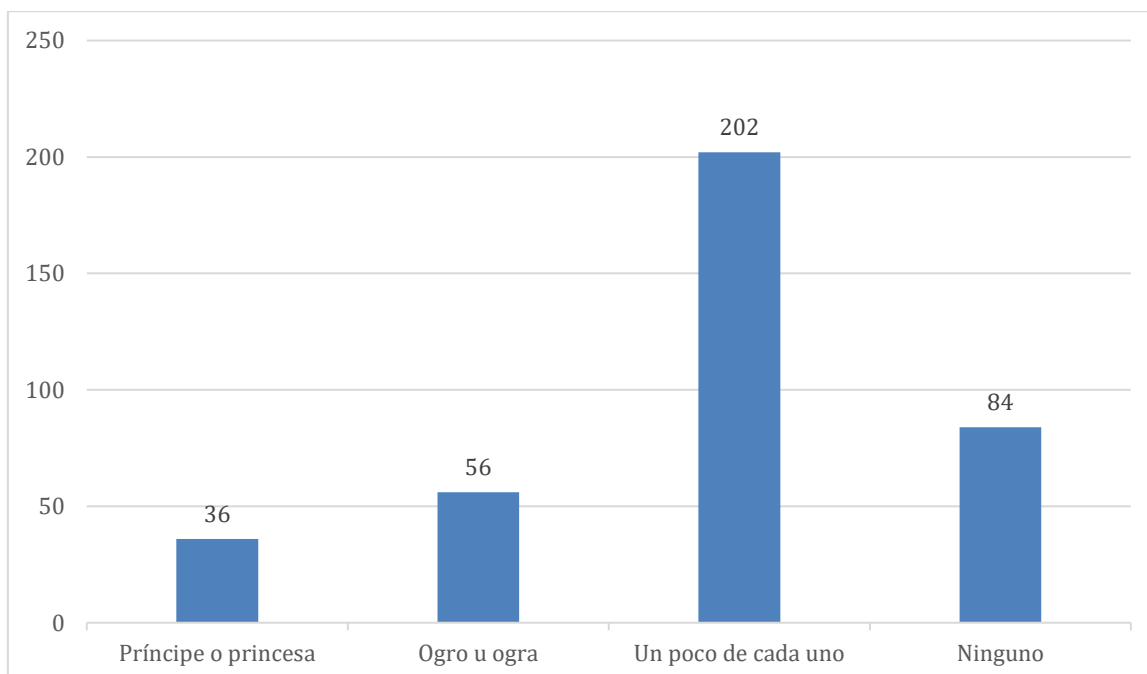
11. ¿Crees que Fiona tenía el comportamiento de una princesa?	
Sí, porque en algunas escenas se mostraba sensible	115
No, porque Fiona tiene comportamientos toscos y vulgares que no son propios de una princesa	56
Ser princesa no tiene que ver con el comportamiento que se tenga.	159
No tengo idea de cuál debe ser el comportamiento de una princesa.	33
Otro	15



Lectura del gráfico: En el gráfico número 11 podemos observar que en su mayoría con 159 respuestas de los encuestados mencionan que ser princesa no tiene que ver con el comportamiento que se tenga.

GRÁFICO 12: ¿Con qué personaje te sientes más identificado, según tu comportamiento habitual?

12. ¿Con qué personaje te sientes más identificado, según tu comportamiento habitual?	
Príncipe o princesa	36
Ogro u ogra	56
Un poco de cada uno	202
Ninguno	84



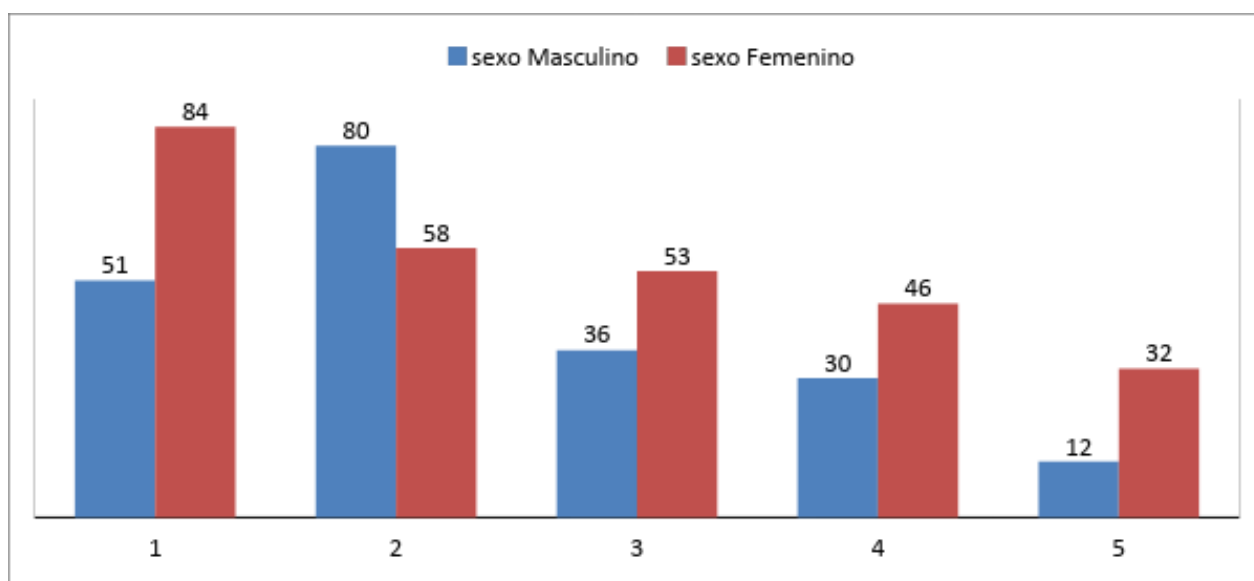
Lectura del gráfico: En el gráfico número 12 observamos que la mayoría de encuestados con un total de 202 respuestas mencionan que se sienten más identificado con un poco del comportamiento Ogro u ogra y Príncipe o princesa de la película Shrek.

CRUCE DE DATOS

A continuación, podremos observar cruce de datos representados en gráficos de barra que nos ayudará a conocer la opinión tanto de hombre y mujeres con respecto a los ítems de comportamiento y físico que creen, desean o piensan que debería tener su sexo opuesto.

GRÁFICO 13: ¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de las mujeres en la actualidad? Por sexo.

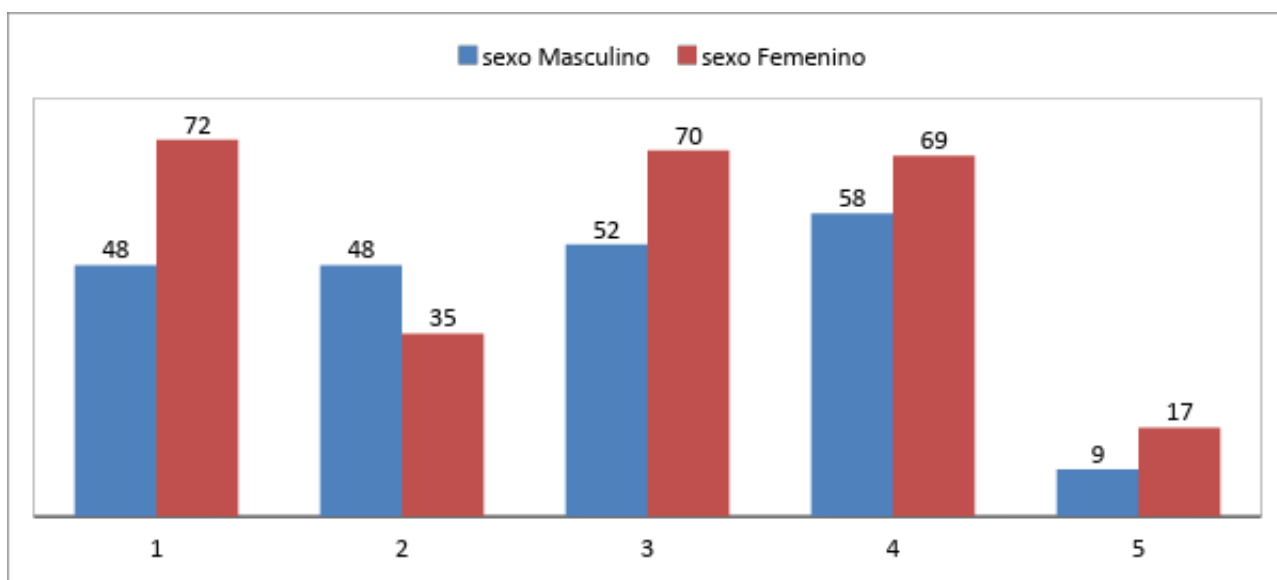
	SEXO		
	Masculino	Femenino	
¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de las mujeres en la actualidad?	Dominante	51	84
	Insegura	80	58
	Leal	36	53
	Paciente	30	46
	Otro	12	32



Lectura del gráfico: En el gráfico número 13 observamos que el término que creen que mejor define el comportamiento habitual de las mujeres en la actualidad para los hombres es insegura (80 respuestas) seguidamente de dominante (51 respuestas) y para las mujeres es dominante (84 respuestas) seguida de Insegura (58 respuestas).

GRÁFICO 14: ¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de los hombres en la actualidad? Por sexo.

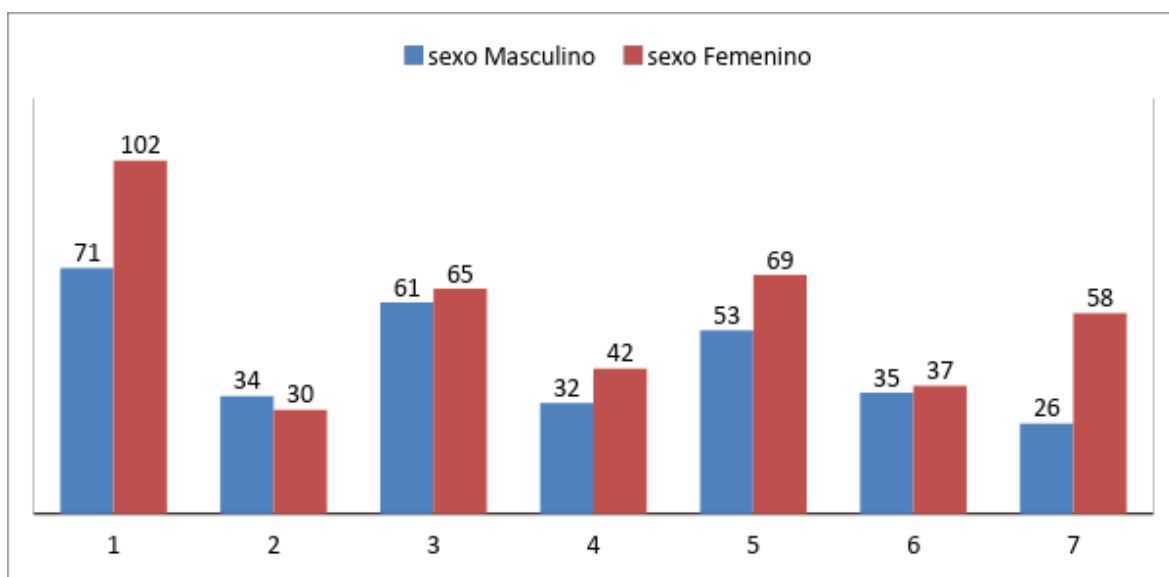
	SEXO		
	Masculino	Femenino	
¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de los hombres en la actualidad?	Agresivo	48	72
	Valiente	48	35
	Obsesivo	52	70
	Independiente	58	69
	Otro	9	17



Lectura del gráfico: En el gráfico número 14 observamos que el término que creen que mejor define el comportamiento habitual de los hombres en la actualidad para los hombres es Independiente (58 respuestas) seguidamente de obsesivo (52 respuestas) y para las mujeres es agresivo (72 respuestas) seguido de obsesivo (70 respuestas).

GRÁFICO 15: ¿Cómo crees que debería ser físicamente la mujer “ideal”? por sexo.

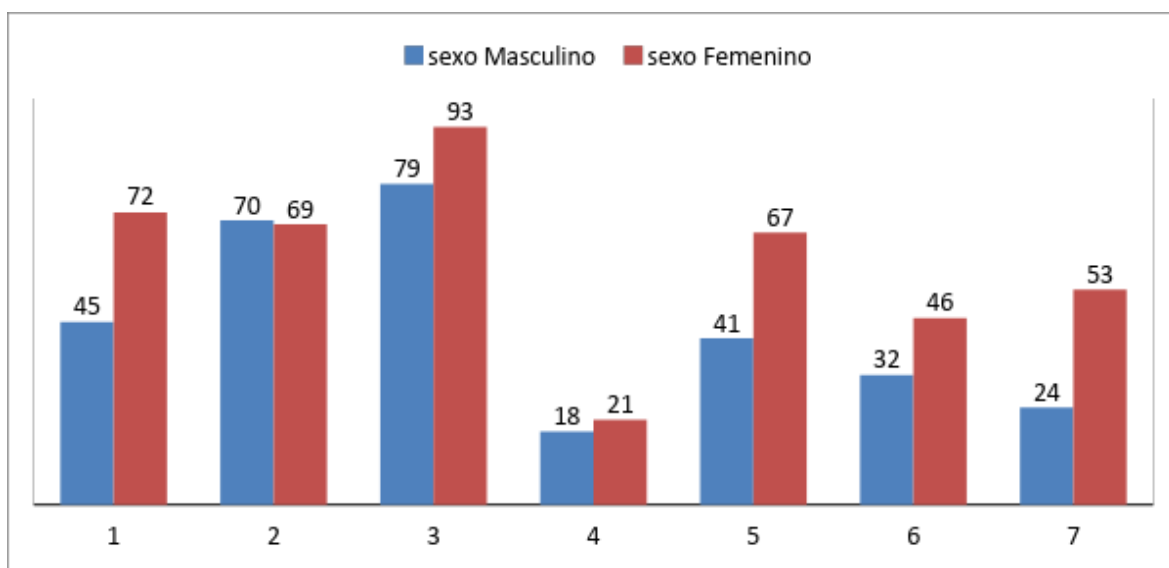
	SEXO	
	Masculino	Femenino
¿Cómo crees que debería ser físicamente la mujer “ideal”?	Delgada	102
	Gruesa	30
	Alta	65
	Baja	42
	Tez Clara	69
	Tez Trigueña	37
	Otro	58



Lectura del gráfico: En el gráfico número 15 observamos que las mujeres creen que físicamente la mujer “ideal” deber ser delgada (102 respuestas), alta (65 respuestas) y de tez clara (69 respuestas). Y los hombres creen que debería ser delgadas (71 respuestas), alta (61 respuestas) y de tez clara (53 respuestas).

GRÁFICO 16: ¿Cómo crees que debería ser físicamente el hombre “ideal”? por sexo.

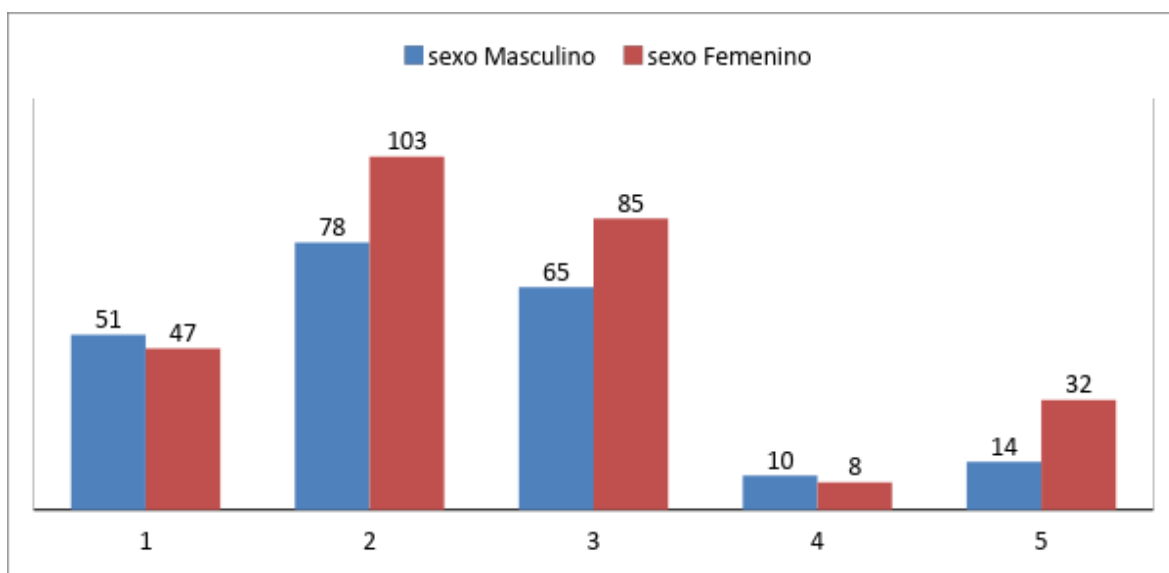
	SEXO	
	Masculino	Femenino
¿Cómo crees que debería ser físicamente el hombre “ideal”?	Delgado	72
	Fornido	69
	Alto	93
	Bajo	21
	Tez Clara	67
	Tez Trigueña	46
	Otro	53



Lectura del gráfico: En el gráfico número 16 observamos que los hombres creen que físicamente el hombre “ideal” deber ser fornido (70 respuestas), alto (79 respuestas) y de tez clara con (41 respuestas). Y las mujeres creen que el hombre “ideal” debería ser delgado (72 respuestas), alto (93 respuestas) y de tez clara (67 respuestas).

GRÁFICO 17: ¿Cómo crees que debería ser la personalidad de una mujer “ideal”? por sexo.

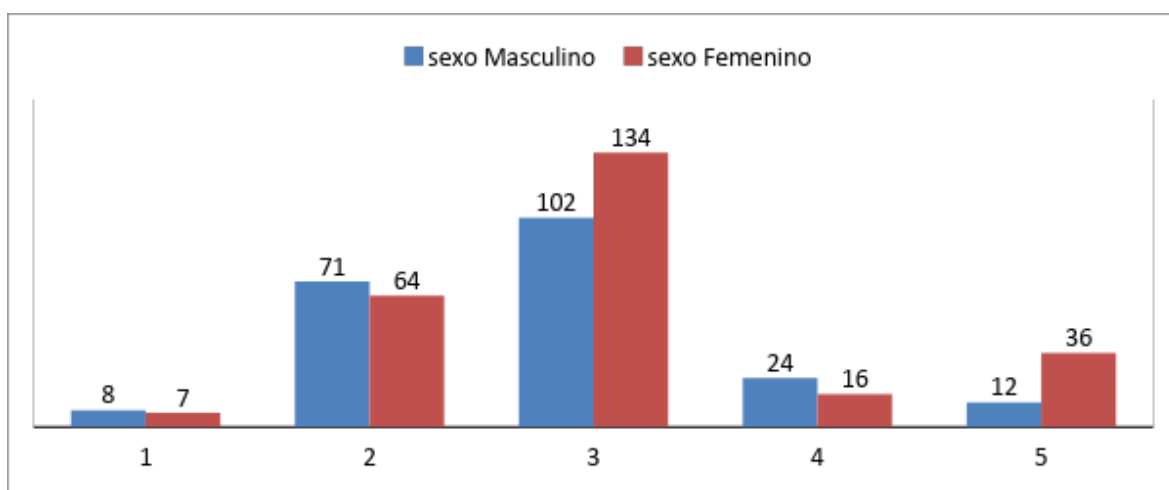
		SEXO	
		Masculino	Femenino
¿Cómo crees que debería ser la personalidad de una mujer “ideal”?	Sensorial	51	47
	Autónoma	78	103
	Analítica	65	85
	Impulsiva	10	8
	Otro	14	32



Lectura del gráfico: En el gráfico número 17 se puede observar que los hombres creen la personalidad de una mujer “ideal” debería ser autónoma (78 respuestas) seguido de analítica (65 respuestas) y en su minoría impulsiva (10 repuestas), similar a las mujeres creen que debería ser Autónoma (103 respuestas) seguida de analítica (85 repuestas) y en su minoría impulsiva (8 respuestas).

GRÁFICO 18: ¿Cómo crees que debería ser la personalidad de un hombre “ideal”? por sexo.

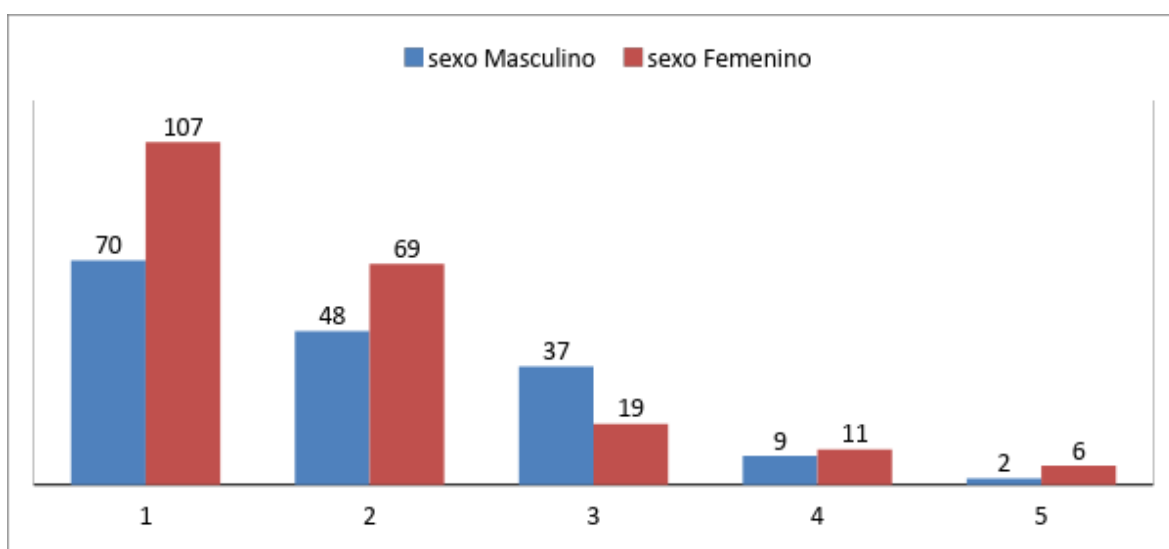
		SEXO	
		Masculino	Femenino
¿Cómo crees que debería ser la personalidad de un hombre “ideal”?	Manipulador	8	7
	Aventurero	71	64
	Independiente	102	134
	Oportunista	24	16
	Otro	12	36



Lectura del gráfico: En el gráfico número 18 observamos que para los hombres la personalidad de un hombre “ideal” debería ser en su mayoría independiente (102 respuestas) y en su minoría manipulador (8 respuestas). Y las mujeres creen que debería ser independiente (134 respuestas) y en su minoría manipulador (7 respuestas).

GRÁFICO 19: ¿Crees que la forma en cómo los cuentos de hadas nos han mostrado al hombre y la mujer ideal fueron cambiados cuando apareció Shrek? Por sexo.

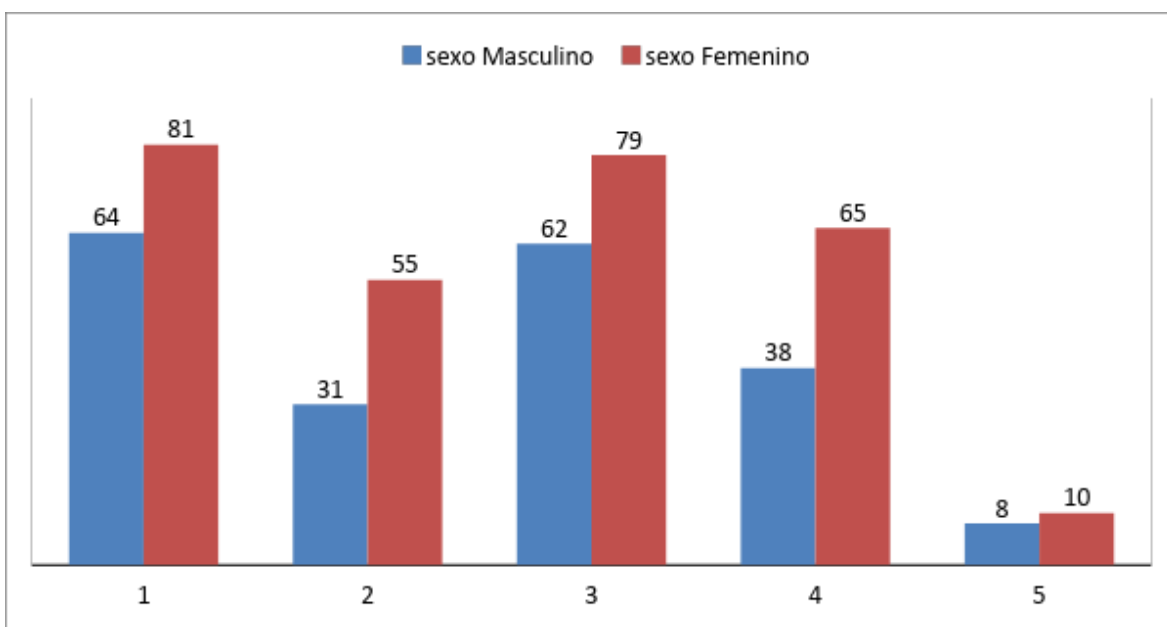
	SEXO		
	Masculino	Femenino	
¿Crees que la forma en cómo los cuentos de hadas nos han mostrado al hombre y la mujer ideal fueron cambiados cuando apareció Shrek?	Totalmente de acuerdo	70	107
	Parcialmente de acuerdo	48	69
	No lo he notado	37	19
	Parcialmente en desacuerdo	9	11
	Totalmente en desacuerdo	2	6



Lectura del gráfico: En el gráfico número 19 observamos que en su mayoría hombres y mujeres están totalmente de acuerdo que la forma en como los cuentos de hadas nos han mostrado al hombre y la mujer ideal fueron cambiados cuando apareció Shrek.

GRÁFICO 20: ¿Cuál crees que fue el cambio más importante en las películas de Shrek a diferencia de las películas anteriores de cuentos de hadas? Por sexo.

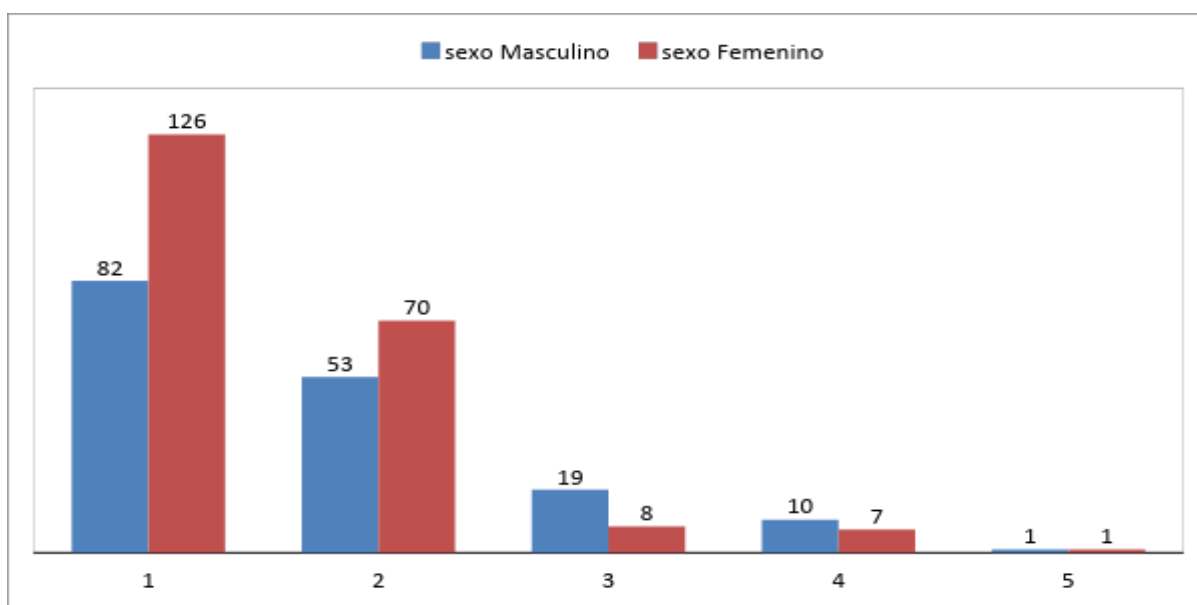
	SEXO	
	Masculino	Femenino
9. ¿Cuál crees que fue el cambio más importante en las películas de Shrek a diferencia de las películas anteriores de cuentos de hadas?	El ogro "bueno"	81
	El príncipe "malo"	55
	El hombre-ogro "sensible"	79
	La mujer-ogro "fea y ruda"	65
	Otro	10



Lectura del gráfico: En el gráfico número 20 podemos observar que el cambio más importante que se hizo en las películas de Shrek a diferencia de las películas anteriores de cuentos de hadas para los hombres es el ogro “bueno” con 64 respuestas y seguidamente del hombre-ogro “sensible” con unas 62 respuestas. Y para las mujeres el ogro “bueno” con 81 respuestas y el hombre-ogro “sensible” con 79 respuestas.

GRÁFICO 21: ¿Consideras que fue buena idea poner un ogro en vez del personaje que usualmente hace un príncipe? Por sexo.

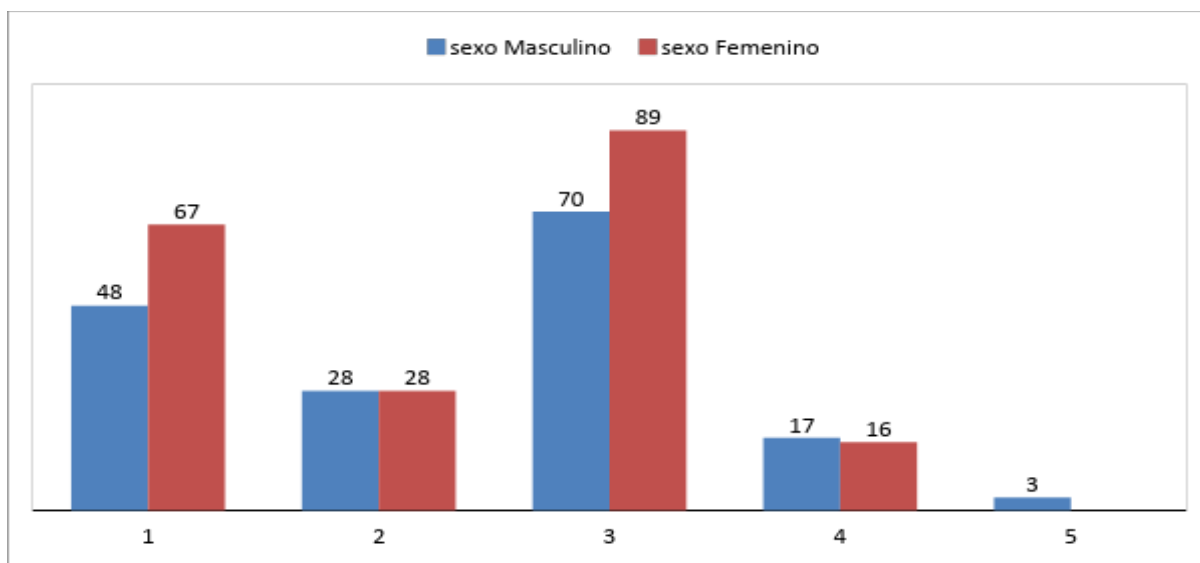
		SEXO	
		Masculino	Femenino
¿Consideras que fue buena idea poner un ogro en vez del personaje que usualmente hace un príncipe?	Sí, porque muestra otra manera de ver la belleza	82	126
	Sí, porque rompe con lo convencional de las películas de cuentos de hadas.	53	70
	No, porque el ogro por definición es un personaje malo	19	8
	No creo que haya habido diferencia en el cambio de personaje	10	7
	Otros	1	1



Lectura del gráfico: En el gráfico número 21 podemos observar que hombres y mujeres consideran que, Sí fue buena idea poner a un ogro en vez del personaje que usualmente hace un príncipe, ya que muestra otra manera de ver la belleza. Hombres con 82 respuestas y mujeres con 126 respuestas.

GRÁFICO 22: ¿Crees que Fiona tenía el comportamiento de una princesa? Por sexo.

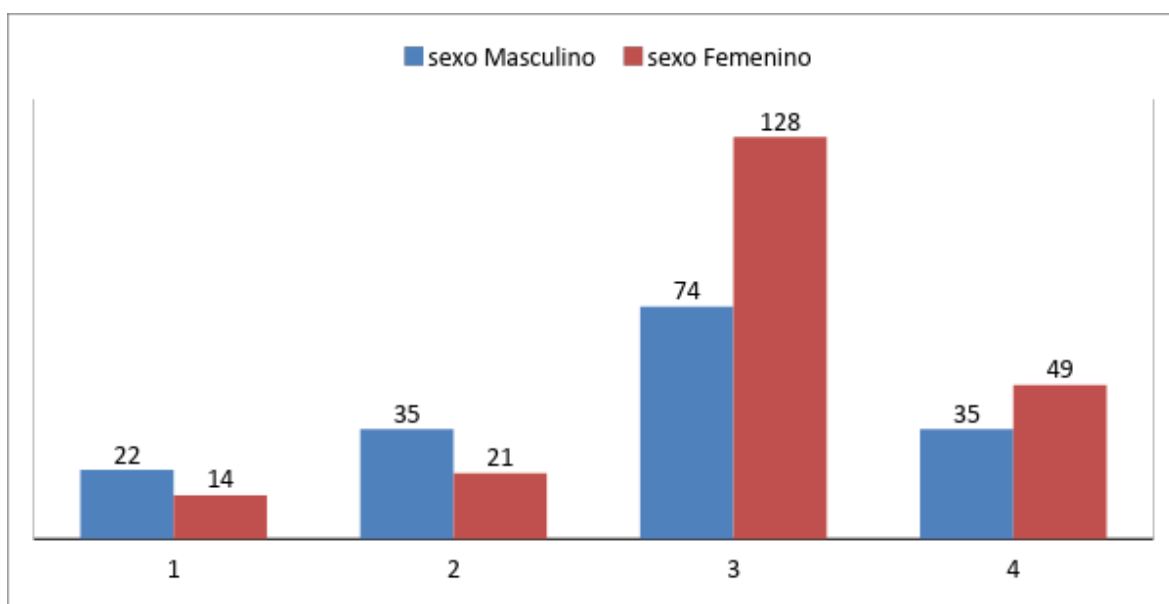
		sexo	
		Masculino	Femenino
¿Crees que Fiona tenía el comportamiento de una princesa?	Sí, porque en algunas escenas se mostraba sensible	48	67
	No, porque Fiona tiene comportamientos toscos y vulgares que no son propios de una princesa	28	28
	Ser princesa no tiene que ver con el comportamiento que se tenga.	70	89
	No tengo idea de cuál debe ser el comportamiento de una princesa.	17	16
	Otro	3	0



Lectura del gráfico: En el gráfico número 22 podemos observar que hombres y mujeres creen que ser princesas no tiene que ver con el comportamiento que se tenga, hombres con 70 respuestas y mujeres con 89 respuestas. Además, mencionan que Fiona tenía el comportamiento de una princesa porque en algunas escenas se mostraba sensible, hombres con 48 respuestas y mujeres con 67 respuestas.

GRÁFICO 23: ¿Con qué personaje te sientes más identificado, según tu comportamiento habitual? Por sexo.

	Sexo		
	Masculino	Femenino	
¿Con qué personaje te sientes más identificado, según tu comportamiento habitual?	Príncipe o princesa	22	14
	Ogro u ogra	35	21
	Un poco de cada uno	74	128
	Ninguno	35	49



Lectura del gráfico: En el gráfico número 29 podemos observar que hombres y mujeres se sienten más identificados con el comportamiento de un poco de cada uno (ogro u ogra y príncipe o princesa), la cual los hombres han dado 74 respuestas y mujeres 128 respuestas.

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

En este capítulo resolveremos la hipótesis desde la general hasta las específicas por medio de discusiones con diferentes autores para debatir o respaldar su investigación.

- **Sí Hubo un cambio de los estereotipos utilizados en las clásicas películas de cuentos de hadas a partir de la narrativa audiovisual de los personajes principales de la saga *Shrek* en los jóvenes de 20 a 24 años de San Martín de Porres.**

Daniella Meneses Tovío (2013) menciona que “El físico de las mujeres ha sido una pieza bastante importante en los dibujos animados de Disney. La protagonista ha sido siempre representada como una joven bella, delgada, y con facciones delicadas. Mientras que la antagonista no se personifica como una mujer atractiva. Cada uno de los personajes tiene una serie de cualidades que hace que la audiencia se identifique con ellos, esto crea un lazo emocional que hace que las personas sientan un vínculo con aquellos que observan en la pantalla”.

Desde pequeñas a las mujeres se les intenta vincular con personajes femeninos que tienen ciertos comportamientos o pensamientos estereotipados y que son hombres los que les están proponiendo como deben hacerlo (Meneses 2013).

Además, “Disney, que es una compañía de medios de comunicación y entretenimiento más grande del mundo, ha creado películas como *Blancanieves y los siete enanitos* (1937), *La cenicienta* (1950), etc. Siempre ha optado por estereotipar a las mujeres como buenas, bellas y las que no son atractivas como malas. Es por eso por lo que las niñas, en este caso, se identifican más con las princesas y las toman como ejemplo, queriendo ser como ellas físicamente como en su comportamiento” (Meneses 2013).

Los clásicos cuentos de hadas siempre han tenido a sus personajes principales con ciertos estereotipos de género, los protagonistas que en estos casos eran príncipes habían mantenido características como joven, caballerosos, valientes, etc, y las mujeres con belleza, delgadez, dulzura, etc. Pero los antagonistas eran representados por monstruos o personas totalmente opuestas a los personajes principales. *Shrek* y *Fiona* lo que hace es volver ese antagonista en un protagonista, rompiendo los estereotipos de género que se tenía en cuestión de belleza y comportamiento de cada uno.

Según nuestras encuestas tantos hombres como mujeres mencionan que físicamente la mujer ideal debe ser delgada, alta y de tez clara, y físicamente el hombre ideal debe ser delgado, alto y tez clara. Nos damos cuenta con estas respuestas que en lo físico sí se mantienen los estereotipos impuestos por los cuentos de hadas (Ver gráfico 15, 16, 17 y 18). Pero si analizamos como debería ser la personalidad de la mujer ideal, nos damos cuenta de que hombres y mujeres pusieron que deberían ser autónoma y analíticas, dando a entender que ya no ven a la mujer ideal con comportamiento sumiso, sino independiente. Además, se observa que para hombres y mujer el hombre ideal debe ser aventurero e independiente, estereotipos que si son presentados en los cuentos clásicos de hadas. Los encuestados se sienten más identificados según su comportamiento habitual con un poco de cada uno (príncipes y ogros) (Ver gráfico 23).

Con los resultados obtenidos y contrastados con los antecedentes se llega a definir que sí hubo un cambio en los estereotipos en los jóvenes hombres enfocado en el comportamiento de las mujeres, pero se mantiene los estereotipos dados por los cuentos de hadas de cómo debe ser físicamente la mujer ideal y como deben ser ellos. Lo mismo sucede con las jóvenes mujeres que muestran que si hubo un cambio de estereotipos enfocados al comportamiento, pero en el tema físico es igual que los hombres, influenciados por los clásicos cuentos de hadas.

- **Las acciones de los personajes principales de la saga de Shrek sí generaron un cambio en el espectador sobre la imagen que se tenía de los personajes de los clásicos cuentos de hadas.**

Según las encuestas realizadas, el cambio más importante que se realizó en las películas de Shrek a diferencia de las películas anteriores de cuentos de hadas fue el ogro, que antes representaba al antagonista de la historia, fuera bueno; y seguidamente al hombre-ogro, que mostraba sensibilidad, cosa que los antagonistas no tenían los clásicos cuentos de hadas.

Además, los encuestados están totalmente de acuerdo, según las respuestas que nos dieron, que la forma en cómo los cuentos de hadas nos han mostrado al hombre y la mujer ideal fueron cambiados a partir de Shrek. Por otro lado, se observó que tantos hombres como mujeres creen que el ser princesa no tiene que ver con el comportamiento que se tenga.

Belmonte y Guillamón (2008) nos comentan que el estereotipo establece roles en una sociedad, estos roles son en base a ideas para diferenciar los géneros y así poder brindar

una identidad en función al papel social que debe cumplir. Por ejemplo: En caso de las mujeres se le puede adjudicar el trabajo doméstico y el cuidado de las personas, además con características como la ternura, debilidad, emotividad, etc. Por otro lado, en los hombres se marca la diferencia, según la cultura patriarcal, con característica de agresividad, competitividad, acción, etc. En cambio, *Shrek* rompe con esa cultura que se tenía implementado y si la sociedad llega a seguir cambiando su forma de pensar las futuras películas podrían sorprender con antagonistas que se volvieron protagonistas.

Esto quiere decir que los cuentos de hadas, y hasta la misma sociedad, nos daba estereotipos de cómo debería ser las acciones de una mujer y un hombre, y nos damos cuenta de que en realidad *Shrek* ha sido una película que ha cambiado y roto esos estereotipos de acciones que se tenía de hombres y mujeres, dando una nueva forma de pensar de cómo debería ser el comportamiento o las acciones de los hombres y las mujeres.

- **El cambio realizado en el físico de los personajes de la saga de *Shrek*, en comparación con los cuentos de hadas, no influyó en la aceptación del público hacia la película.**

El 73% de encuestados mencionan que sí habían visto la película y recordaron claramente cómo eran *Shrek* y *Fiona*, dándonos a entender que los personajes fueron significativos en el espectador. El 88% de los encuestados nos comentan que fue una buena idea poner a un ogro en vez del personaje que usualmente hace de príncipe, ya que es otra forma de ver la belleza y rompe con lo convencional de las películas de cuentos de hadas. Además, se analizó que gran mayoría de los encuestados consideran que poner un ogro en vez de una persona que usualmente hace de príncipe es otra manera de ver la belleza. *Daniella Meneses (2013)* menciona que “a partir de los años 90 los cuentos de hadas cambian un poco su visión, ya que comienza a aparecer películas como *La bella y la bestia (1991)* o *Mulan (1998)* que muestran a una mujer más decidida en sus objetivos, cambiando su comportamiento para ser más arriesgadas y valientes, pues ya no luchan solamente por un verdadero amor, sino que tienen otras prioridades. Además, como en *la bella y la bestia*, los personajes ya van cambiando y mostrando de a pocos otros tipos de belleza”. Estas dos películas pudieron haber abierto las puertas de la nueva generación de películas que rompen estereotipos, pero en realidad esas películas aún muestran la cultura en la que está enfocado y mantienen características físicas de los protagonistas príncipes de los clásicos cuentos de hadas. De los resultados contrastados con los antecedentes se llega a definir que la hipótesis específica propuesta es verdadera debido a que los resultados nos mencionan que sí hubo una gran aceptación por la nueva propuesta y les dio a conocer una nueva forma de ver la belleza.

- **Sí fue modificada la idea de estereotipos en los Jóvenes de 20 a 24 años a partir de los personajes principales de la saga de Shrek.**

Pilar Colas (2007) menciona que “Los estereotipos constituyen, por tanto, herramientas socioculturales sobre las que se asientan normas de funcionamiento social a la vez que sirven de referente para estructurar la identidad de los sujetos. La interiorización de las diferencias de género tiene consecuencias educativas importantes en tanto juegan un papel básico en las formas de pensar, interpretar y actuar de los sujetos, así como de relacionarse con los otros. Los comportamientos que se esperan de los sujetos, así como las valoraciones que se hacen de ellos, vienen determinados en gran medida por las concepciones estereotipadas de género”. En las encuestas realizadas se mostró que el comportamiento que define a las mujeres en la actualidad es: según los hombres insegura y según las mujeres dominante. Por otro lado, el comportamiento habitual de los hombres en la actualidad según las mujeres y hombres es agresivo, obsesivo e independiente. Entonces llegamos a la conclusión que los estereotipos orientado al comportamiento que tienen los jóvenes de 20 a 24 años han cambiado, pero los estereotipos orientados a la belleza aún se siguen manteniendo.

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES

- Para el objetivo general: Analizar el cambio de los estereotipos a partir de la narrativa audiovisual de los personajes principales de la saga *Shrek* en los jóvenes de 20 a 24 años en San Martín de Porres; se concluye que los cambios que se observan se aprecian más en los estereotipos de comportamiento que en los de físico, ya que según las encuestas realizadas tanto hombres (75%) como mujeres (80%) mantienen las influencias sobre las características físicas (contextura delgada, tez clara y altas) que debe tener un hombre y una mujer ideal, en cambio los estereotipos de género orientados al comportamiento las mujeres (70%) buscan ser distintas (analíticas y autónomas) a las que muestra los cuentos de hadas tradicionales (sumisa e dependiente de la figura masculina).
- Asimismo, para el objetivo específico: Comprobar si las acciones de los personajes principales de la saga de *Shrek* generaron un cambio en el espectador sobre la imagen que se tenía de los personajes de los cuentos de hadas; se concluye que los cambios realizados en los comportamientos o las acciones que realizan *Shrek* y *Fiona* sí llegaron a generar un cambio en el espectador, ya que los comportamientos de un príncipe, héroe, ahora los tiene un ogro, antagonista. según las encuestas, con un 80% de aprobación por los encuestados, estos cambios fueron los más notables para el espectador y se sintieron identificados.
- Por otra parte, para el objetivo específico: Analizar el cambio realizado en el físico de los personajes de la saga de *Shrek*, en comparación con los cuentos de hadas, influencia en la aceptación del público hacia la película; se concluyó que la película fue vista por un 73% de las personas que fue encuestadas y que el cambio que hubo en el físico del príncipe y princesa en *Shrek* es una nueva forma de ver la belleza y no solo quedarse con la belleza subjetiva influenciada en los cuentos de hadas tradicionales.
- Finalmente, para el objetivo específico: Determinar si fue modificada la idea de estereotipos en los Jóvenes de 20 a 24 años a partir de los personajes principales de la saga de *Shrek*; se concluyó que los estereotipos de físico se mantienen en los dos sexos, pero en los estereotipos de comportamiento hay mayor cambio en el sexo femenino (75%), ya que se presenta a la mujer, ya no como un personaje sumiso, delicado, sino como un personaje valiente e independiente.

CAPÍTULO 7. RECOMENDACIONES

- Comparar con imágenes el físico que tiene Shrek con los príncipes clásicos de cuentos de hadas, en este análisis podremos darnos cuenta de cómo son los cambios en sus características de vestimenta, contextura, altura, etc, del ahora nuevo héroe, Shrek, que antes era relacionado con el antagonista.
- Semióticamente también se puede analizar los personajes, ya que muchos de los autores consultados hablan sobre roles y actantes.
- Se pueden analizar también algunas películas anteriores a Shrek, que ya cambiaron algunos estereotipos de los personajes como Mulan (1998), La Bella y la bestia (1991), etc. Cabe recalcar que todas estas películas fueron realizadas a partir de los años 90.

CAPÍTULO 9. REFERENCIAS

Agost, R & Chaume, F (2001). *La traducción en los medios audiovisuales*. España: Publicacions de la Universitat Jaume I.

Andrés del Campo, S (2002). *Estereotipos de género en la publicidad de la segunda república española: Crónica y blanco y negro* (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España.

Amilburu María G, García Juan, Blanco Miriam & Ruiz Marta (2001). *El lenguaje audiovisual: leer el mundo a través de la pantalla*. Universitas – UNED. pp. 543-555. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/283732327_El_lenguaje_audiovisual_leer_el_mundo_a_traves_de_la_pantalla

Auza, Juan Manuel (2017). *Estrategias fallidas de expansión narrativa: el caso de Glee*. En Capello, Giancarlo (coordinador). *Ficciones cercanas. Televisión, narración y espíritu de los tiempos*. Lima, Universidad de Lima.

Bartolomé A. (1987) *Lenguaje Audiovisual - Mundo Audiovisual*. Universitat de Barcelona. Recuperado de: http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r_48/nr_508/a_6905/6905.pdf

Belmonte, J & Guillamón, S (2008). *Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV*. En la Revista Científica de Educomunicación, ISSN: 1134-3478; Pág. 115-120. Recuperado de https://www.revistacomunicar.com/numeros_anteriores/archivospdf/31/c31-2008-01-014.pdf.

Belounis, A (2013). *“Al fondo hay sitio”: Una manifestación de la identidad cultural peruana* (Tesis para Título de Licenciada). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de http://www.academia.edu/download/42635986/UCEDA_BELOUNIS_DAHLIA_FONDO_SITIO.pdf

Berlo, D., (1960). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires, Argentina. Editorial: El ateneo.

Borrego, J. (2015). *La narrativa en la representación de los sueños en el cine de ficción: estudio diacrónico* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España.

- Colás, P & Villaciervos, P (2007). *La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes*. En la Revista de Investigación Educativa, Vol. 25, n° 1, págs. 35-38. Recuperado de <https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/45442/1/La%20interiorizacion%20de%20los%20estereotipos%20de%20genero%20en%20jovenes%20y%20adolescentes.pdf>.
- Cook, R & Cusack, S (2009). *Estereotipos de Género*. Canadá: Printex Impresores Ltda.
- Corporate Disney. (2010). Recuperado el 16 de agosto de 2010 de Corporate Disney: http://userpages.umbc.edu/~korenman/wmst/womens_rights.html
- Cruz, J (2008). *Análisis de la estructura narrativa de los filmes de animación digital producidos por la alianza Disney y Pixar* (Tesis para titularse como comunicador social y periodista). Universidad de Manizales, Colombia. Recuperado de <http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/handle/6789/721>
- Del Campo, S. D. A., & Maza, R. E. (2002). *Estereotipos de género en la publicidad de la Segunda República Española: crónica y blanco y negro*. Universidad Complutense de Madrid. España. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/19709224.pdf>
- Demetrio E. Brisset (2011). *Análisis fílmico y audiovisual*, Barcelona, España, Editorial UOC.
- Digón, Patricia (2016). *El caduco mundo de Disney: propuesta de análisis crítico en la escuela*. Recuperado de: <http://aquichan.redalyc.org/articulo.oa?id=15802625>> ISSN 1134-3478
- Dias, L. (2017). *O grotesco em Shrek 2 (2004): um olhar semiótico*. ArReDia, 6(10), 75 - 90. Recuperado de: <https://doi.org/10.30612/arredia.v6i10.5941>
- Espinar Ruiz, Eva (2007) *Estereotipos de género en los contenidos audiovisuales infantiles*. ISSN 1134-3478, pp. 129-134. Recuperado de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12779/1/29-21-investigaciones-espinar.pdf>
- Eugenio Vega Pintado (2017). Asignatura: Audiovisuales: Definición. España: Eugenio Vega. Recuperado de: <http://www.eugeniovega.es/asignaturas/audio/01.pdf>

- García, J. & López-Sánchez, C. (2017). *Medios de comunicación, publicidad y adicciones*. Madrid, España: EDAF.
- Gavaldón, B (1999). *Los estereotipos como factor de socialización en el género*. Comunicar [en línea]. Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801212>> ISSN 1134-3478
- García-Raffi, Xavier; Hernández, Francesc J. y Marín, Nieves Ledesma (eds.) (2010). *Didáctica de la pantalla per a una pedagogia de la ficció audiovisual*. Editorial Germania, Valencia. Recuperado de <https://www.uv.es/cinemag/didacticapantalla/complet.pdf>
- García-Galbis Cruz, P (2017). *Los estereotipos de género a través de los protagonistas del cómic*. Editorial Académica Española, España.
- Gil, F (2014). *La construcción del personaje en el relato cinematográfico: héroes y villanos* (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España.
- Gila, J & Guil, A (1999). *La mujer actual en los medios: estereotipos cinematográficos*. En la revista COMUNICAR, pp. 89-93. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/258764042/La-mujer-actual-en-los-medios-estereotipos-cinematograficos>.
- Gordilla, P (2011). *¿Cómo interpretan los niños y niñas de Educación Infantil las Serie y Películas de Animación y los Videojuegos?* (Tesis Doctoral). Universidad de Granada, España. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10481/18411>.
- Giroux, H. (2001). *El ratoncito feroz: Disney o el fin de la inocencia*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Gubern, R. (1995). *Historia del cine*. Barcelona: Editorial Baber.
- Herlinghaus, H (2002). *Narraciones anacrónicas de la modernidad. Melodrama e intermedialidad en América Latina*, Editorial Cuarto Propio, Chile.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación. Quinta edición*. México D.F, México: McGRAW W-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A DE C.V.
- Jorge, A. (2004): *Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas*. Barcelona, España. Icaria Editorial.

López, R. Saneleuterio, E (2018). *Algunos personajes disney en la formación infantil y juvenil: otro reparto de roles entre sexos es posible. Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*. Nº. 13, 2018 – e-ISSN: 2444-0221 - pp. 209-224. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.18002/cg.v0i13.5390>

Lasswell, Harold (1948). “The Structure and Function of Communication in Society” in Lyman Bryson, ed., *The Communication of Ideas*, New York: Harper and Brothers.

Maeda González, Carla (2011). *Entre princesas y brujas: análisis de la representación de los personajes protagónicos y antagonistas femeninos presentes en las películas de Walt Disney*. (Tesis para Maestría en ciencias de la comunicación especialidad en comunicación internacional y nuevas tecnologías). Tecnológico de Monterrey, Nuevo León, México. Recuperado de <https://repositorio.itesm.mx/handle/11285/570258>

Manrique, C (2015). *Construcción de identidad del narrador y de los personajes principales en el proceso creativo de la huella*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Martín-Barbero, J. (2002). *Narraciones anacrónicas de la modernidad. Melodrama e intermedialidad en América Latina*. Chile: Cuarto Propio.

Martín-Barbero, J. (2018). *El melodrama en televisión o los avatares de la identidad industrializada*.

Meneses, D (2013). *Estereotipos femeninos en las películas animadas de Disney* (Tesis para titularse de comunicadora social y periodista). Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10584/5258>.

MPAA. (2018). Recuperado. MPAA: www.mpa.org

Oscarzine. (2006, septiembre). Recuperado el 10 de abril de 2010 de Oscarzine: <http://www.oscarzine.com/taquilla/top.htm>

Pagán-Teitelbaum, I. (2008). “El glamour en los Andes: la representación de la mujer indígena migrante en el cine peruano”. En: *Revista Chilena de Antropología Visual*, 12, pp. 1-30. Recuperado de: http://rchav.cl/imagenes12/imprimir/pagan_imp.pdf

Peña, V (2001). *Narración Audiovisual: Investigaciones*. España: Ediciones del Laberinto.

Prieto, J. (2013). *Investigación de mercados*. Colombia: Ecoe Ediciones.

Ramírez Macías, G., & Piedra de la Cuadra, J., & Ries, F., & Rodríguez Sánchez, A. (2011). “*Estereotipos y roles sociales de la mujer en el cine de género deportivo*”. En: *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 12 (2), 82-104. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2010/201022652005.pdf>

Rodríguez de Austria Giménez de Aragón, A.M. (2015). *Análisis crítico del discurso en la narrativa audiovisual. Metodología y estudio de caso: la trilogía Batman de C. Nolan*. (Tesis doctoral inédita). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Quin, R & McMahon, B (1997). *Historias y estereotipos*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.

Rabelo, C. M. M., & Mauriz, S. L. C. (2015). *Construcción de identidad del narrador y de los personajes principales en el proceso creativo de la huella*. Universidad Mayor de San Marcos. Perú.

Rodríguez, Pando-Canteli & Berasategi (2017) *¿Generan estereotipos de género los medios de comunicación? Reflexión crítica para educadores*. Publicaciones Deusto, España.

Salmerón, P (2004). *Transmisión de valores a través de los cuentos clásicos infantiles*. (Tesis Doctoral). Universidad de Granada. España.

Sánchez-Navarro, J & Casitllo, L (2016). *¿Cómo analizar una película desde el punto de vista narrativo?* España: Editorial UOC.

Tolkien, J. R. R. (1994). *Sobre los cuentos de hadas*. *Árbol y hoja*, 43-44. Recuperado de: http://www.univforum.org/sites/default/files/Tolkien_cuentohadas_ESP.pdf

Ubilluz, J (2015). *¿Qué ilusiones de en pie la (est)ética anti-ilusionista de Shrek? La revista es educación en artes visuales*. Pag. 172 – 185. Recuperado de <https://educacionartesvisuales.files.wordpress.com/2015/04/que-ilusiones-deja-en-pie.pdf>.

Uribe, A (2005). *MÉXICO IMAGINADO Recepción Cultural, telenovelas e inmigrantes*. En *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Vol. XI. Núm. 21 pp. 9-33. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/316/31602102/>.

Valero, C (2015). *Imágenes infantiles que construyen identidades adultas. Los estereotipos sexistas de las princesas Disney desde una perspectiva de género. Efectos a través de las generaciones y en diferentes entornos: digital y analógico* (Tesis Doctoral). Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España. Recuperado de <http://e-spacio.uned.es/fez/view/tesisuned:Educacion-Ccantillo>

Villa, C (2013). *Estereotipos de género en el cine de acción contemporáneo y su recepción por parte del público* (Tesis para Máster). Universidad de Oviedo, España. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10651/17306>

West, R. y Turner, L. (2005): *Teoría de la comunicación. Análisis y aplicación*. Madrid: McGraw-Hill.

CAPÍTULO 10. ANEXOS

ENCUESTA

Sexo: M F Estado civil: _____

Distrito: _____

Edad: 20 21 22 23 24

1. ¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de las mujeres en la actualidad? (puedes marcar más de una opción)
 - a) Dominante.
 - b) Insegura.
 - c) Leal.
 - d) Paciente.
 - e) Otro: _____
2. ¿Cuál de los siguientes términos crees que define mejor el comportamiento habitual de los hombres en la actualidad? (puedes marcar más de una opción)
 - a) Agresivo.
 - b) Valiente.
 - c) Obsesivo.
 - d) Independiente.
 - e) Otro: _____
3. ¿Cómo crees que debería ser físicamente la mujer “ideal”? (puedes marcar más de una opción)
 - a) Delgada.
 - b) Gruesa.
 - c) Alta.
 - d) Baja.
 - e) Tez clara.
 - f) Tez trigueña.
 - g) Otro: _____
4. ¿Cómo crees que debería ser físicamente el hombre “ideal”? (puedes marcar más de una opción)
 - a) Delgado.
 - b) Fornido.
 - c) Alto.
 - d) Bajo.
 - e) Tez clara.
 - f) Tez trigueña.
 - g) Otro: _____

5. ¿Cómo crees que debería ser la personalidad de una mujer “ideal”? (puedes marcar más de una opción)
- Sensorial.
 - Autónoma.
 - Analítica.
 - Impulsiva.
 - Otro: _____
6. ¿Cómo crees que debería ser la personalidad de un hombre “ideal”? (puedes marcar más de una opción)
- Manipulador.
 - Aventurero.
 - Independiente.
 - Oportunista.
 - Otro: _____
7. ¿Has visto alguna de las películas de la saga de Shrek y recuerdas cómo eran sus personajes principales?
- He visto la película y recuerdo claramente cómo eran Shrek y Fiona.
 - He visto la película, pero no recuerdo bien cómo eran los Shrek y Fiona.
 - No he visto la película, pero sé cómo son estos personajes principalmente por lo que me han contado.
 - No he visto la película sé cómo son estos personajes principalmente por lo que he leído y/o visto.
 - No he visto la película ni conozco a los personajes.
8. ¿Crees que la forma en cómo los cuentos de hadas nos han mostrado al hombre y la mujer ideal fueron cambiados cuando apareció Shrek?
- Totalmente de acuerdo.
 - Parcialmente de acuerdo.
 - No lo he notado.
 - Parcialmente en desacuerdo.
 - Totalmente en desacuerdo.
9. ¿Cuál crees que fue el cambio más importante en las películas de Shrek a diferencia de las películas anteriores de cuentos de hadas? (puedes marcar más de una opción)
- El ogro “bueno”.
 - El príncipe “malo”.
 - El hombre-ogro “sensible”.
 - La mujer-ogro “fea y ruda”.
 - Otro: _____
10. ¿Consideras que fue buena idea poner un ogro en vez del personaje que usualmente hace un príncipe?
- Sí, porque muestra otra manera de ver la belleza.
 - Sí, porque rompe con lo convencional de las películas de cuentos de hadas.
 - No, porque el ogro por definición es un personaje malo.
 - No creo que haya habido diferencia en el cambio de personaje.
 - Otro: _____

11. ¿Crees que Fiona tenía el comportamiento de una princesa?
- a) Sí, porque en algunas escenas se mostraba sensible.
 - b) No, porque Fiona tiene comportamientos toscos y vulgares que no son propios de una princesa.
 - c) Ser princesa no tiene que ver con el comportamiento que se tenga.
 - d) No tengo idea de cuál debe ser el comportamiento de una princesa.
 - e) Otro: _____
12. ¿Con qué personaje te sientes más identificado, según tu comportamiento habitual?
- a) Príncipe o princesa.
 - b) Ogro u ogra.
 - c) Un poco de cada uno.
 - d) Ninguno.