

Multiculturalidad y diversidad en el cine de animación. Creación de imágenes culturales

MULTICULTURALISM AND DIVERSITY IN ANIMATION CINEMA. CREATION OF CULTURAL IMAGES

ABSTRACT

Nowadays, many societies are connected through technology. The media and the arts have portrayed many cultures through history, revealing aspects and particularities that characterise them in different fields and spaces. Since its creation at the beginning of the s.XX, in animated cinema there are numerous examples of feature films based on mythologies, legends, stories and scenarios from both past and present cultures, using their art to create style with narrative and graphic strategies that are very representative of each one of them. It should be mentioned that, in some cases, these cultures have suffered by the hands of derogatory images that couldn't be further from the truth. In this study, we analyse the use of cultural aspects unconnected to the original culture to produce a work for the masses, how cultural influences have defined and created others and the respect and truthfulness that are necessary to present the individuals that are part of a society.

Keywords

multiculturalism; diversity; cinema; animation

RESUMEN

En la actualidad, las distintas sociedades del mundo están conectadas y comunicadas gracias a los avances tecnológicos. Los medios de comunicación y las artes han visualizado a lo largo de la historia numerosas culturas, dando a conocer los aspectos y particularidades que la forman y representándolas en diferentes ámbitos y espacios. Desde su creación a principios del s. XX, en el cine de animación encontramos numerosos ejemplos de largometrajes basados en mitologías, leyendas, cuentos y escenarios provenientes de culturas pasadas y presentes, utilizando a menudo su arte para crear estilo junto a estrategias narrativas y gráficas muy representativas de cada una de ellas. Además de estas características, también se han creado imágenes definitorias de cada una de estas culturas, aunque en la mayor parte de los casos son peyorativas y alejadas de la realidad. Desde este estudio, analizamos el uso de aspectos culturales ajenos a la cultura productora para producir una obra para las masas, el cómo las influencias culturales han definido y creado otras, y el respeto y la veracidad que son necesarios para presentar a los individuos que forman una sociedad.

Palabras clave

multiculturalidad; diversidad; cine; animación

1 INTRODUCCIÓN

El cine de animación, al igual que el cine de acción real, es un reflejo de la diversidad cultural que existe en el mundo. Sus historias, sus costumbres, su forma de entender el mundo y pensamiento son retratados en numerosas películas que toman como referencia todos estos aspectos para crear sus propias narraciones. A la hora de analizar cualquier película debemos tener en cuenta no solo la época y el lugar en la que se produjeron esos filmes, sino también en qué se basa o se ambienta la historia que narran. La visión que se tenga de aspectos como la discapacidad u otros temas también depende de la cultura que la muestra.

Existe un gran número de ejemplos de largometrajes que se centran, muestran y adaptan aspectos culturales, logrando además que los espectadores más jóvenes desarrollen un imaginario rico y diverso. Un ejemplo de esto son las películas del Studio Ghibli, como *El viaje de Chihiro* (2001) y *La princesa Mononoke* (1997) o algo más cercano a la cultura occidental, como *El bosque animado*, de Ángel de la Cruz, basado en la cultura gallega. Así, lo que se consigue es una aproximación del espectador a esa cultura, llegando a comprenderla, aceptarla y, en muchas ocasiones, a indagar más en ella. Al cumplir estas premisas, se llega a crear una gran variedad de identidades, dejando a un lado prejuicios y representaciones negativas. El espectador forma parte de esa otra cultura, de una nueva comunidad. Galiano León (2007), asesor de Formación CEP Campo de Gibraltar, explica que este hecho será posible si se revisa el papel excluyente que ha desempeñado la que se conoce como “alta cultura” o “cultura clásica” en relación con el resto de universos culturales desde un posicionamiento altivo donde se identificaba con “la ciencia, el arte y las letras”, obviando todo aspecto que ha condicionado e influido en su formación y desarrollo histórico.

2 ESTEREOTIPOS, CONVENCIONALISMOS Y FALSAS IMÁGENES

Cuando realizamos esta revisión de conceptos pretendemos sobrepasar prejuicios y convencionalismos en las representaciones culturales y sociales que nos alejan de progresar y de impulsar un mayor conocimiento y tolerancia hacia la diversidad. En el cine siempre se han creado estereotipos sobre minorías y otras culturas. De esa forma, encontramos largometrajes donde los estereotipos expuestos forman parte de la cultura a la que pertenecen y, por otra, los que se han formado sobre otras culturas y civilizaciones. Normalmente, estas visiones son erradas y alejadas de la realidad, llegando a ser ofensivas en algunos casos. A pesar de que estas situaciones han ido cambiando en el tiempo, seguimos encontrando en el mercado muestras de visiones distorsionadas, sobre todo en el cine de animación (Galiano León, 2007).

Consideramos que las películas animadas son productos pensados para la diversión de los espectadores y que poseen un contenido más simple, pero en realidad es todo lo contrario. El contenido de los largometrajes debe estar construido con información clara y precisa para que llegue a una mayor amplitud de rango de edad, a la par de que debe causar interés en quien lo ve. Captar los significados que aparecen en las imágenes, transmitirlos y adecuar los mensajes que se quieren exponer en la película son procesos arduos y complejos, pues se estructura una realidad con sus propios códigos sociales, morales y culturales, junto con el lenguaje cinematográfico, para transmitir sensaciones y sentimientos. De ahí que se utilicen los estereotipos. Este concepto es explicado por Robyn Quin y Barrie McMahon, quienes analizan

su presencia en los mensajes audiovisuales. Para definirlo de una manera simple, un estereotipo es “una imagen convencional que se ha acuñado para un grupo de gente” (Quin y McMahon, 1996, p. 137), es decir, la forma habitual en que se suele presentar un grupo de personas. Eso convierte al estereotipo en una forma simple de pensar sobre la gente, ya que podemos considerarla en términos de imágenes acuñadas. También facilita comunicar nuestras ideas sobre determinados grupos, puesto que podemos suponer que todo el mundo está familiarizado con el estereotipo. Esto demuestra que el estereotipo funciona como una simplificación de una representación más compleja, con la que al final estamos más familiarizados. Tanto, que nos viene a la mente frecuentemente y de manera inconsciente la imagen estereotipada antes que la real. Esa simplificación es una forma de encontrar un orden a toda la información que nos rodea, aunque podemos encontrar una imagen fiable si tenemos un contacto más o menos directo con algunos miembros de esos grupos interpretados. De esta forma, a cada imagen social se le añade un juicio de valor, siendo este el resultado de seleccionar un conjunto de imágenes para representar un grupo en concreto. Esta elección constituye un juicio de valor, y a partir de ellos se instauran las representaciones (Quin y McMahon, 1996).

El juicio de valor es un acto muy común que hacemos todos, aunque en este caso se juzga a un grupo de personas, dependiendo del tipo de valor que se haga. Aun así, se debe tener en cuenta el significado del estereotipo y si la comunidad que lo genera lo entiende y reconoce. “Depende de la interpretación compartida de símbolos y de un conocimiento común de los significados asociados a esos símbolos” (Quin y McMahon, 1996, p. 139). Esa asociación puede darse en un juicio de valor positivo, indicando méritos, o negativo, más relacionados a la crítica o a la identificación de un grupo como problemático, una molestia o una amenaza.

Los estereotipos aparecen en los medios de comunicación, buscando un acercamiento al público, estudiando sus gustos y preferencias. Este acercamiento a partir de las imágenes suele ser rápido y el reconocimiento llega a un gran número de espectadores, simplificándolo todo lo posible. Esto puede acarrear efectos negativos al hacer que aspectos culturales o grupos sociales carguen con esas imágenes desfavorables, independientemente de si son ciertas o no: “Los estereotipos pueden convertir a los grupos en chivos expiatorios de los problemas de la comunidad” (Quin y McMahon, 1996, p. 171), y en muchas ocasiones este tipo de acciones también se refleja en los largometrajes sin ninguna medida cautelar.

Las imágenes que se presentan en esos largometrajes van a imponer una visión en concreto y, dependiendo de lo que se muestre, puede influir en la mirada del espectador de una forma positiva o negativa. Y todo ello es mucho más significativo si nos enfocamos en el cine de animación, el cual emplea diversas imágenes presentadas de forma lúdica e inocente, pero colmadas de estereotipos que limitan nuestra propia identidad y el modo en que observamos a los demás (Galiano León, 2007).

De ahí su importancia en pantalla, pues influyen en la concepción que tienen los niños y adolescentes del mundo, modificándolo o reafirmando. Numerosos estereotipos discriminatorios, sexistas o racistas han estado presentes en muchos largometrajes desde el comienzo del cine de animación hasta la actualidad y, aunque muchos han ido desapareciendo con el tiempo, debemos encontrar otro tipo de representaciones más realistas y que apoyen la diversidad y la solidaridad. Así, citamos las películas como *Dumbo* (1941), donde los cuervos representaban la esclavitud, y *La Cenicienta* (1950), en la que dos personajes femeninos rivalizan por el amor de un príncipe, mientras la protagonista, sumisa y obediente, realiza las tareas del hogar bajo el mandato de su cruel madrastra, papel que, en la mayor parte de los casos, es

antagonista en este tipo de historias.

Nuestra intención no es que solo se produzcan películas animadas que tengan como objetivo fomentar mensajes e ideas inclusivas y realistas. Tampoco queremos hacer desaparecer lo anterior, sino que reconozcamos ese tipo de puntos de vista sobre nosotros mismos y el otro como algo erróneo. Intentemos superar posturas acerca de qué es lo adecuado y qué no lo es, y cambiar esas actitudes dominantes. “No podemos ignorarlos ni huir de ellos como si fueran una enfermedad, sino que debemos aprender a identificarlos como lo que son, es decir, juicios simplistas de valor sobre unos determinados grupos” (Quin y McMahon, 1996, p. 150).

3 GLOBALIZACIÓN A PARTIR DE LA DIVERSIDAD CULTURAL

Por otro lado, encontramos el concepto de mundialización frente a la diversidad cultural. Un ejemplo de mundialización lo hallamos en la producción y posterior distribución de todo tipo de contenido procedente de Estados Unidos. Así, descubrimos en sus películas, series de televisión, música y arte, toda su visión del mundo, siendo el mismo centro Estados Unidos. Sus creencias, gustos, valores y su cultura popular llegan a cualquier lugar del mundo, imponiéndose a la del resto como un estilo de vida ideal, y consiguiendo que lo interioricemos y lo consideremos como propio. El sociólogo Armand Matterlart lo expone como el imperialismo cultural norteamericano:

Si se produce la confluencia hacia un “estilo de vida global”, es porque los consumidores han interiorizado el universo simbólico destilado desde el final de la Segunda Guerra Mundial por los anuncios publicitarios, las películas, los programas de televisión, más concretamente los que proceden de los Estados Unidos, ascendidos explícitamente a la condición de vectores de un nuevo universalismo. (...) La noción de “cultura norteamericana” se asume sin disimulo como un “operador de universalización”. (...) ¡El imperialismo cultural ha muerto, viva la globalización!” (Matterlart, 2006, citado en Pérez Latorre, 2006, p. 306).

A pesar de esta mundialización, debemos tener en cuenta que la propia cultura estadounidense se ha creado a sí misma desde su origen, hace aproximadamente cinco siglos atrás a partir de la diversidad. Aun siendo una nación joven y multicultural, integrada por poblaciones de nativos americanos y hawaianos, también hay una influencia inmigrante de origen europeo, principal base cultural de la que parten junto a las costumbres y tradiciones procedentes de África, Asia y Latinoamérica. Y es que la inmigración es uno de los signos distintivos, dando la imagen de un país hecho a sí mismo y único, que busca sus propias oportunidades. Aunque cuentan con figuras como David Crockett o Buffalo Bill, todos estos personajes vienen de una Historia muy pronta en el tiempo como mencionamos y habiendo esa base occidental, se absorbieron las características y costumbres de otras culturas, creando la que ya conocemos y haciéndola distintiva. Un ejemplo de esto lo tenemos en el cómic de superhéroes. Muchos de ellos, como *Superman*, *Wonder Woman* o *Ironman*, se han basado en héroes y dioses de la cultura grecolatina para su creación o diseño. Otros, como el caso de *Thor*, se han apropiado directamente de la figura de la mitología y de todo su mundo para crear uno propio (Antón, 1985). Esta creación se debe a una causalidad y una necesidad del momento, pues en los años 30 del s. XX, la época en la que surgen los superhéroes, Estados Unidos pasaba por una profunda crisis económica, seguida de la II Guerra mundial, y los lectores necesitaban personajes fuertes

con los que identificarse. Chris Claremont, uno de los guionistas más importantes dentro de la editorial Marvel, junto a Stan Lee, explicó este hecho en una mesa redonda organizada por motivo del V Salón del Cómic de Barcelona:

Los superhéroes aparecieron con la Gran Depresión. Antes existía otro tipo de cómic, Little Nemo, Krazy Kat, humor y aventuras de gente normal (...) Luego, a la gente le comenzó a fascinar la idea de que hubiera alguien más grande, más fuerte, que hiciera cosas maravillosas. Clark Kent (Superman) salía de la multitud y era la gran expresión de la Democracia. El superhéroe fue una respuesta fantástica a la realidad (...) EE. UU. no tiene una mitología propia. Escandinavia tiene sus sagas y leyendas, Alemania su épica, España tiene al Cid. Nosotros no tenemos héroes mitológicos, nuestros héroes son muy jóvenes aún. (Antón, 1985)

Y es que muchos de esos superhéroes que todos conocemos se pueden entender como una representación de los dioses y héroes clásicos, donde se han emulado sus características como poderes y aventuras. Aunque la función y el motivo de su creación sea distinto a lo que fueron los dioses grecolatinos para los griegos y romanos, la mitología ha servido de inspiración para formar esta parte de la ya conocida cultura popular estadounidense.

Pero este no es el único aspecto en el que podemos encontrar la diversidad utilizada como formación de un nuevo ideario. Centrándonos en el cine de animación, descubrimos muchos estudios y producciones que han llevado a cabo esta maniobra, entre los que destaca la factoría Disney, que se ha basado en cuentos, leyendas y fábulas para crear un imaginario rico en personajes, lugares y situaciones. Esta compañía, a causa de su repercusión, producción y avances dentro del ámbito del cine de animación, es una de las de más éxito en los años, sin olvidar a otros grandes precursores en la industria como UPA, Warner Bros, Estudios Fleischer, Hanna-Barbera, Terrytoons o Metro Goldwyn-Mayer, que se han apoyado en estos elementos para producir algunas de sus películas y series. Como hemos señalado, muchas de las películas tenían un objetivo lúdico, pero también tenían un carácter moralizante, educador y, dependiendo de la época en la que se producen, encontramos representaciones culturales, reales y positivas u otras negativas y alejadas de la realidad, desvalorizadas. A pesar de ellos, es una muestra de cómo representaban el contenido cultural y tradicional a través de los años. Así, en la producción de la compañía Disney, encontramos cortometrajes musicales de principios del s. XX, muchos de ellos basados en cuentos populares como *Los tres cerditos* (1933), mitos como *La diosa de la Primavera* (1934), donde se narra el mito griego de Perséfone y el dios Hades, o fábulas como *La Liebre y la Tortuga* (1934) y *El patito feo* (1939).

No podemos olvidar los largometrajes, tanto de la conocida Edad de Plata como la Edad de Oro, donde encontramos de nuevo historias basadas en cuentos clásicos, como *Blancanieves y los siete enanitos* (1937), *La Cenicienta* (1950) o *La Bella Durmiente* (1959); en libros como *Pinocchio* (1940), *La Sirenita* (1989), *La Bella y la Bestia* (1991), *El jorobado de Notre Dame* (1996) o *Tarzán* (1999); mitos y leyendas como la del semidiós griego Hércules (1997), Robin Hood (1973) o *Merlín el Encantador* (1963), este último basado en la Materia de Bretaña y las leyendas artúricas. También se han creado historias nuevas, originales en su producción, como *Lilo y Stitch* (2002), escrita y dirigida por los animadores y directores Chris Sanders y Dean DeBlois, y otras en las que se han basado otras obras conocidas, como es el caso de *El Rey León* (1994), uno de los largometrajes más famosos de la historia, el cual está basado en Hamlet, de William Shakespeare. Desde hace treinta años y junto a la producción en 3D y el uso

de programas y software informáticos, la compañía Disney sigue con la misma dinámica en la creación de historias y el uso de aspectos culturales para formarlas. Un hecho inamovible es la gran influencia que sus interpretaciones han tenido en la cultura popular, no solo americana, que han conquistado al público global, logrando que la referencia base sea la de los largometrajes en lugar de las historias originales. Así, todos conocemos a la princesa Ariel y su historia dulcificada por Disney, mientras que no tenemos una imagen clara de la sirenita original, creada por el escritor y poeta Hans Christian Andersen, cuyo cuento es más oscuro y trágico, con cambios en la trama y en el papel de los personajes.

Actualmente seguimos encontrando largometrajes en Disney basados en cuentos y mitos, tales como *Enredados* (2010), *Tiana y el sapo* (2009), o la exitosa *Frozen* (2013), pero también ha creado sus propias historias, influenciándose para ello de diferentes culturas como *Moana* (2016) o *Coco* (2017), centradas en la cultura polinesia y mexicana, respectivamente; historias ambientadas en diferentes épocas o países, como es el caso de *Brave* (2012), enmarcada en la Escocia Medieval; o películas más actuales como la Francia de *Ratatouille* (2007) o *Los Increíbles* (2004), centrado en un mundo actual donde los superhéroes conviven con el resto de ciudadanos.

Siguiendo esta idea, debemos destacar *Big Hero 6* (2014), película futurista de superhéroes de la editorial Marvel. Para esta producción los artistas “se inspiraron en el estilo artístico y la acción de los cómics de Marvel, adoptando el estilo cinematográfico de la acción real, para crear la singularidad estética de la película” (Julius, 2020, p. 1). De este modo, encontramos una mezcla de anime y cómics, todo esto pasado por el filtro estético Disney. Se consiguió un contraste visual en la creación del mundo, encontrando un equilibrio entre realismo y caricatura, “con una estética muy detallada”. Para ello, se combinaron dos ciudades icónicas en una: Tokyo y San Francisco, creando así su propia ciudad, San Fransokyo, por lo que fueron necesarios viajes de investigación. Es una forma de conocer las condiciones de un ambiente y un espacio, de conocer la cultura a partir de ello, qué aspectos forman sus paisajes urbanos, el por qué y el cómo de sus construcciones y diseños. Sus características nos dan una idea de cómo son las personas que viven allí, y para fusionar dos culturas, la documentación y la investigación son imprescindibles (Julius, 2020). Otro largometraje en el cual la investigación y la documentación fueron necesarios para la creación de mundos y personajes fue *iRompe Ralph!*, producción centrada en la cultura popular de los videojuegos. Se crearon cuatro entornos de videojuegos originales y bien diferenciados, conectados entre sí, que terminaron siendo homenajes en estética, sonido y forma a esos juegos que muchos de nosotros jugamos, con personajes reconocibles, ya que muchos de ellos son iconos de la cultura popular de su época, además de los nuevos originales (Lee y Malone, 2019).

RECURSOS Y ESTRATEGIAS EN EL CINE DE ANIMACIÓN. LA ADAPTACIÓN CULTURAL EN LA GRAN PANTALLA

No solo en la compañía Disney se han producido largometrajes basados en productos culturales. Podemos hallar muchísimos casos en las últimas décadas: *La princesa Cisne* (1994) de los estudios New Line Cinema, película basada en la ópera de ballet *El lago de los cisnes*; *La espada mágica. En busca de Camelot* (1998) de Warner Bros. Pictures, historia que se apoya en las leyendas artúricas o Materia de Bretaña; *Anastasia* (1997) de los estudios Twentieth Century-Fox, inspirada en la figura de la Gran Duquesa rusa Anastasia y de la leyenda que se creó alrededor de su figura; *El príncipe de Egipto* (1998), de DreamWorks Animation, película que adapta el Libro del Éxodo, segundo libro de la Biblia, y vida de Moisés; la serie cinematográfica de *Shrek* (2001), producida por DreamWorks Animation y donde encontramos reunidos a un gran número de nuestros personajes de cuentos clásicos; *Sinbad: La leyenda de los siete mares* (2003) de DreamWorks Animation, se centra en la figura de Sinbad el Marino, elementos mitológicos y de los cuentos de Las mil y una noches; *Los mundos de Coraline* (2009), de los estudios Laika, basada en la novela del mismo nombre de Neil Gaiman; o *La novia cadáver* (2005), producida por Laika y Tim Burtom Productions, se apoya en un cuento popular ruso-judío con una ambientación victoriana; *Kubo y las dos cuerdas mágicas* (2016), de los estudios Laika y ambientada en el Japón antiguo; o *El Grinch* (2018), de Illumination Entertainment y Universal Pictures, basada en el cuento de Navidad *¡Cómo el Grinch robó la Navidad!* del escritor y caricaturista Dr. Seuss.

No debemos olvidar las películas con animales como protagonistas, ya sean antropomorfos o más “realistas”. En estos largometrajes los animales suelen hablar, actuar como humanos o hasta vestirse como ellos, pero sin perder su esencia y carácter. Walt Disney dejó un legado de películas donde los animales hablaban o caminaban a dos patas como *Pinocho* (1940), *Robin Hood* (1973), *El libro de la selva* (1967) o *La Dama y el Vagabundo* (1955). Pero este tipo de narrativas ya se desarrollaba en la antigüedad, pues las fábulas y narraciones con animales como protagonistas aparecen ya en las culturas Orientales, en la India y posteriormente en Grecia desde hace siglos. María Antonieta Gómez Goyeneche, Directora Maestría Literatura Colombiana y Latinoamericana de la Universidad del Valle, Cali-Colombia, explica a través de un texto del profesor y lingüista Carlos Vossler cómo la fábula bebe de ambas concepciones, de cómo se representa lo humano y lo animal:

Uno tiene que preguntarse por la fuente común de la que todas estas fábulas han nacido. ¿Dónde se encuentra la raíz primaria del género de la fábula? ¿entre los griegos o los indios? Desde hace muchos decenios disputan los hombres de ciencia sobre este punto, y puede decirse, sin temor a errar, que ha de pasar todavía tiempo antes de que lleguen a ponerse de acuerdo. A favor de la tesis que sitúa en la India el origen de la fábula, puede aducirse que aquí se hallaba viva en toda su fuerza la fe en la encarnación y en la metempsicosis, razón por la cual los indios poseían la tendencia a ver alma y espíritu humanos en el cuerpo de los animales. A favor de los griegos habla, a su vez, el hecho de que su sentido por todo lo natural les daba capacidad singular para percibir la autenticidad y peculiaridad de cada animal y cada especie, siendo ellos quienes mejor podían ver en el perro aquello que le hace perro, en el zorro lo que le hace zorro, etc. (...) El indio ve en el animal sobre todo y ante todo lo humano, mientras que el griego ve preponderadamente lo animal en el hombre. (Vossler, 1947, citado en Gómez Goyeneche, 2011, p. 103)

Así, tenemos la representación griega donde los animales expuestos se caracterizan por los aspectos que forman su propia esencia y naturaleza animal, ofreciendo las cualidades propias que tiene su especie. Por otro lado, la representación de las fábulas hindúes revela lo humano de los animales personificados, las características y la personalidad de las personas en ellos mismos, como si fueran hombres disfrazados. Vossler (1947) explica que para la perfección artística de la fábula es necesario una combinación de ambas, dando lugar al arte de este género. Estas dos percepciones son vistas, además de en las fábulas, en numerosos proyectos y obras artísticas de diferentes áreas, como la pintura, el dibujo o la escultura, que utilizan este tipo de recursos literarios como la metáfora disyuntiva de la que habla la doctora Gómez Goyeneche, quien lo explica a través de la estampa *Ni más ni menos* de Francisco de Goya:

Bajo ese ver “lo animal en lo humano”, propio de las fuentes griegas de las fábulas, Goya metamorfosea y trastoca la identidad de sus personajes: el pintor/ mono y su modelo petimetre/burro, donde está implicada una metáfora, ya no a nivel lingüístico o literario sino figurativo, en el lenguaje visual de las estampas, los dibujos y las pinturas. De hecho, en las representaciones de estos personajes, se establece un principio de la metáfora como es el de la “imagen asociada.” En esta obra, el pintor y modelo de representación animalizados, son metáforas posibles a través de la analogía o de la comparación. (Gómez Goyeneche, 2011, p. 104).

Como se sigue explicando en el texto, son “identidades metafóricas” y los propios personajes serán el instrumento donde el espectador encontrará el mensaje, los simbolismos y asociaciones que se relacionan con estos tipos de representaciones. Es en ellos donde descubrimos los juicios de valor, positivos y negativos, dentro de lo que sería el ideal o moralmente aceptado, lo que define la época.

En el cine de animación y desde sus orígenes, encontramos muchos ejemplos de este tipo de recursos. En la actualidad se siguen produciendo historias protagonizadas por animales, en ocasiones siendo estos compañeros inseparables de los personajes principales pero también como los protagonistas del propio largometraje. En los últimos años tenemos variados ejemplos de animales como personajes principales en largometrajes: *Chicken Run. Evasión en la granja* (2000), *Dinosaurio* (2000), *Ice Age. La Edad de Hielo* (2002), *Spirit, el corcel indomable* (2002), *Hermano Oso* (2003), *Buscando a Nemo* (2003), *Zafarrancho en el Rancho* (2004), *Madagascar* (2005), *Chicken Little* (2005), *Vecinos invasores* (2006), *Salvaje* (2006), *Barnyard* (2006), *Happy Feet* (2006), *Locos por el surf* (2007), *Bee Movie* (2007), *Bolt* (2008), *Kung Fu Panda* (2008), *El Fantástico Señor Zorro* (2009), *Rango* (2011), *Río* (2011), *Frankenweenie* (2012), *Los pingüinos de Madagascar* (2014), *La oveja Shaun. La película* (2015), *Zootrópolis* (2016), *Canta* (2016), *El malvado zorro feroz* (2017), *Isla de Perros* (2018) o *Mascotas* (2019).

Como mencionamos anteriormente, en estas películas encontramos un claro ejemplo de la representación animal. Por un lado, tenemos la tendencia de “lo humano en lo animal” y, por otro, “lo animal en lo humano” en los diferentes personajes. El tratamiento de personificarlos depende de estas vertientes, aunque varían. No se representa igual a los personajes de la película *Spirit, el corcel indomable*, que a los animales de la película *Madagascar*. En ambas películas se intenta llegar al espectador a través de la personalidad y conducta de los personajes para que haya una identificación, pero varían dependiendo del tratamiento desde el momento en que se diseñan y crean. En *Madagascar* encontramos lo humano en lo animal, muy parecido a las fábulas de la India. Los animales protagonistas tienen un carácter muy definido, propio de los

humanos. Este aspecto sirve como explicación de su situación, pues han vivido toda su vida en cautiverio, en un zoo en contacto permanente con humanos. Al encontrarse después en estado salvaje, llegan a aflorar algunos instintos propios de sus especies, como cuando Alex el león a causa del hambre intenta comerse a Marty la cebra, su mejor amigo. Por el contrario, en *Spirit* se intenta recrear un caballo como tal. Para diseñarlo, en los Grangel Studio, especializados en el diseño de personajes, se estudió la anatomía de estos animales, sus movimientos, conductas y gestos, encontrándose con algunas problemáticas, por ejemplo, hacer expresivo el rostro de un caballo (Grangel, 2016). Aunque intenten hacerlo real, *Spirit* tiene características humanas en la forma de actuar, aunque no hable, para hacerlo más próximo a los espectadores.

En muchas de las películas citadas, los animales viven en el mundo real, pudiendo o no tener contacto con los humanos, siendo estos últimos otros personajes activos si aparecen en la historia. Pero resultan muy interesantes los largometrajes donde los humanos no aparecen o no existen, siendo este un mundo enteramente animal. En este apartado debemos destacar *Zootrópolis*, proyecto que bebe de las fábulas y la cultura popular, y *Kung Fu Panda*, basado en la cultura oriental. Como explicaba Carlos Vossler, al igual que en la fábula se necesitan las dos visiones sobre la personificación de los animales para que lograra esa perfección, en las películas animadas que beben de este género ocurre lo mismo. En *Zootrópolis* nos centramos en las premisas ¿Qué pasaría si los animales evolucionan a unos niveles de inteligencia y civilización humanos? ¿Y si vivieran en un mundo habitado solo por ellos? ¿Cómo sería una ciudad construida por animales? para crear un mundo paralelo enteramente animal, con personajes atractivos y un mensaje positivo, donde los depredadores conviven con las presas (Julius, 2019). Un mundo muy bien pensado y rico en personajes y ambientaciones, que son reconocibles, pero a la vez algo novedoso, con sentido a la hora de crearlo y diseñarlo todo. Matthias Lechner, director artístico de ambientes, explica que los animales han evolucionado a un nivel similar al de los humanos, por lo que a la hora de diseñar el ambiente y los objetos se le otorga una actitud que lo hace muy atrayente para el público (Julius, 2019).

De ahí el uso de formas naturales y patrones vegetales, de animales para crear la ciudad y el entorno, demostrando quién vive en ellos y su realidad. Como apunta Lechner (2019), estos personajes han conseguido una conciencia y pensamiento semejante al humano, muy parecido a las fábulas en general, aunque en esta producción para la creación de personajes se decanten más por las griegas que las originarias de la India. Como en las Fábulas de Esopo, estos animales tienen instintos que afloran en diversas situaciones y, a la vez, aspectos internos propios de los humanos. Scott Kersavage, supervisor de efectos especiales visuales, comenta que, aunque los animales viven en armonía, mantienen su naturaleza. Tienen sus propias características y cualidades, construyendo el entorno donde viven según su mentalidad y pensamiento (Julius, 2019).

Al igual que en *Zootrópolis*, en *Kung Fu Panda*, se sigue la misma proposición, con la diferencia de que se enfoca en una cultura real, como la china, aunque no existan los humanos en ella. No se basan en el entorno animal para crear su mundo. Para su desarrollo, se parte de las películas de acción de artes marciales como base (sobre todo de sus elementos humorísticos, pues se pretende producir una comedia de acción) pero los directores decidieron incluir también elementos de la cultura china y el kung fu, por lo que se llevó a cabo un proceso de investigación y documentación sobre la cultura y el arte chino en diferentes áreas (como la pintura, la escultura, la caligrafía tradicional, el cine o la arquitectura), su folklore, filosofía, creencias, mitología y su gastronomía. Consiguen emplear los elementos culturales y artísticos de una forma muy inteligente y bastante fiel a su origen, sobre todo a la hora de diseñar y crear

la historia, haciéndolo un conjunto visualmente novedoso y atrayente, tanto para los que no conocen la cultura como para los que forman parte de ella (Dondé, 2021). Tal es así, que su protagonista es un panda, animal representativo del país, de su cultura y tradición, sin olvidar al resto de animales, muy característicos del arte y la literatura china. “El protagonista de la película es un tesoro nacional de China y todos los elementos son chinos, pero ¿Por qué no podemos hacer nosotros una película así?” (Bernstein, 2008). Con esta declaración Wu Jiang, dramaturgo y presidente de la Compañía Nacional de Ópera de Pekín de China, expuso cómo la película fue un éxito en China, con una recaudación de 35 millones de Yuanes (13,5 millones de euros) en el país asiático (Rodes, 2008). En el caso de este filme, todos los elementos culturales son muy importantes a la hora de caracterizar a los personajes animados y representar el mundo visual, tan propio de China, a través de los recursos artísticos y los programas de animación. Y al igual que en el caso de *Zootrópolis*, encontramos personajes con características naturales, relacionadas con su especie, con una personalidad propia junto a una moralidad humana, englobada dentro de una civilización y pensamiento en concreto. De esta forma, el público observa cómo los personajes discurren a través de una historia sencilla, de superación, mientras son aproximados a la cultura china. Tal fue su afinidad al público chino y su cultura, que estudios de animación como Shanghai obligaron a sus animadores y trabajadores a ver y analizar *Kung Fu Panda* para entender y poder imitar su fórmula de éxito, llegando a la conclusión de una necesaria libertad creativa:

Según explica Lu Chuan, un popular director de filmes de animación chino, al diario oficial China Daily, el exceso de intervención estatal en el sector hace que “toda la diversión y la gracia de poder hacer algo interesante desaparezca, igual que la imaginación y la creatividad” (Rodes, 2008). Aun así, no faltó polémica al ser una producción estadounidense inspirada en elementos culturales chinos. Ciertos sectores en China manifestaban en redes que la película ridiculiza la imagen del país utilizando uno de sus símbolos nacionales más apreciados como es el oso panda. Zhao Bandi, un artista contemporáneo que utiliza este animal en sus obras, protestó por el estreno del filme, exponiendo que era un intento de la productora estadounidense de lucrarse a través de la cultura china, utilizando sus símbolos y leyendas. Con el estreno, estas campañas y argumentos cesaron, pero no ha sido el único ejemplo de denuncia por lo que conocemos como apropiación cultural en largometrajes animados.

5 APROPIACIONISMO EN EL CINE DE ANIMACIÓN

El concepto de apropiación cultural determina que se utilizan o adoptan elementos culturales, como símbolos, historias, conocimientos, expresiones u objetos, por individuos de otra cultura diferente. Estas prácticas de intercambio o asimilación entre culturas ha acontecido a lo largo de la historia numerosas veces, sobre todo en aquellas próximas o que están en contacto en un momento determinado. A raíz de ello, han aparecido una gran variedad de críticas y opiniones, más aún cuando se intenta sacar un provecho económico de esa apropiación indebida, adoptando esos elementos culturales fuera de contexto.

Sin embargo, no debemos olvidar otro concepto diferente, aunque relacionado con la apropiación cultural, la aculturación. Se trata de un proceso donde un individuo (o un grupo de ellos) procedente de una cultura, se adapta gradualmente a otra con la que está en contacto directo y continuo. Esto no significa forzosamente el abandono de la cultura de origen, sino

que se llega a dar una serie de influencias culturales que producen cambios en una o en ambas culturas. En la aculturación, al contrario que en la apropiación, hay una readaptación entre los elementos de la cultura propia con la nueva, como un individuo que va a vivir a un país con una cultura diferente a la suya, aprendiendo a través de procesos de prueba y error, como si de aprender un idioma se tratara. Se busca un equilibrio y hay una reorganización de aspectos entre ambas culturas, siendo un proceso de aprendizaje y desaprendizaje de hábitos y aspectos.

Reanudando la cuestión sobre la apropiación cultural en los largometrajes animados, la misma compañía Disney ha tenido diversas polémicas a causa de ello y al empleo de narrativas de índole racista. Ejemplo de esto lo tenemos en *Peter Pan* (1953) o *Dumbo* (1941) donde encontramos roles anticuados, representaciones negativas y estereotipadas de culturas y personajes. *Peter Pan* muestra una visión estereotipada de los nativos estadounidenses, llamándolos “pieles rojas”, y cuya representación cultural es obsoleta. En *Dumbo* se expone un conjunto de tópicos ofensivos sobre la población afroamericana en Estados Unidos, representados en la película en un grupo de cuervos que se burlaban del pequeño elefante (Figura 1). El nombre del cuervo líder es Jim, una alusión a las Leyes Jim Crow, que favorecían la discriminación y la segregación racial en Estados Unidos hasta 1964.



Figura 1. Fotograma de la película *Dumbo*.

Como ya mencionamos, debemos tener en cuenta la época en la que se produjo y conocer su contexto. Esto no significa que debamos aceptarlas, pues son visiones erróneas y atrasadas, pero sí tenerlas en cuenta para aprender a no reincidir en ellas en futuras producciones. Y más si son originadas en grandes empresas del entretenimiento que tienen una gran influencia mediática en las nuevas generaciones de espectadores. Volvemos a recalcar la importancia de la educación sobre cine en los colegios e institutos, pues es la manera de fomentar un pensamiento crítico en el alumnado, analizando el mensaje y el contenido de los largometrajes. No es solo aprender sobre el lenguaje técnico del cine o de cómo se construyen las imágenes, sino en interpretarlas, en ser conscientes y críticos sobre lo que se está viendo. El cine es un medio para educar en valores, desarrollar la capacidad de comprensión y formar individuos con una actitud crítica, inclusiva y abierta al mundo.

No son solo las críticas por las representaciones obsoletas en los largometrajes antiguos, también se ha recriminado la comercialización a partir de grupos o colectivos culturales, también mal representados, de los que se ha obtenido grandes beneficios económicos, en parte gracias al merchandising y a las reediciones de muchos clásicos. Keala Kelly, periodista, activista y cineasta originaria de Hawaii, expone que “Lo triste es que los grupos culturales que retrata Disney tienen menos capacidad de defenderse, porque son los más marginados y tienen una historia de colonización detrás de ellos” (Breuer, 2021).

En obras más actuales, se han realizado viajes y estudios de documentación exhaustivo sobre las culturas en las que se basan para una mejor representación, pero, en ocasiones, se toman licencias creativas a la hora de desarrollar la historia y la parte gráfica. Así, el resultado puede llegar a ser una mezcla de varias culturas procedentes de la misma zona o el uso de elementos de la misma, pero en distintas épocas. Esto acontece en películas de gran calidad artística como *Moana* (Vaiana en España) o *Brave* respectivamente: por ejemplo, en *Moana* el objetivo era que la película fuera un homenaje a las culturas del Pacífico, formado por miles de islas y naciones insulares (Figura 2). Se pretendió mostrar su autenticidad cultural y artística, reuniéndose con expertos, profesores, investigadores, familias, navegantes y ancianos, intentando ser lo más veraces posibles. El director Ron Clements explica que se basaban en la investigación “y si nos apartábamos de ella, hacerlo por una razón justificada que guardara relación con la historia y no fuera algo accidental” (Julius y Malone, 2019, p. 10). Aunque la película recibió críticas favorables, varios movimientos sociales, expertos y gentes de la zona, explicaron que el largometraje se basa en estereotipos, y que en la Polinesia hay cientos de culturas diferentes.



Figura 2. Fotograma de la película *Moana*

En el caso de *Brave*, se basaron en la Escocia medieval, documentándose y viajando hasta el país, pero valiéndose de ciertos cambios en la documentación y ambientación para crear una imagen asociada a la idea que tiene el público sobre Escocia y su cultura. Steve Pilcher, diseñador de producción explica que a la hora de realizar los diseños se tomaron ciertas libertades, como el uso de tartanes, que en la época en la que está ambientada la película no existían; o la mezcla de diseños de origen celta, picto y vikingo, originando un híbrido de todos ellos (Lerew, 2019), (Figura 3).



Figura 3. Fotograma de la película *Brave. Indomable*.

Viendo las críticas que han ido consiguiendo por sus largometrajes, se fundó la plataforma Stories Matter “en la que la compañía no solo habla sobre el nuevo enfoque de la realización cinematográfica, sino también sobre viejos errores” (Breuer, 2021). Y en la actualidad también se intenta contar con la colaboración, el trabajo y el conocimiento de la gente que pertenece a esas culturas para una mejor base, representación y documentación de la película. En *Frozen II* (2019) Walt Disney firmó un contrato con los líderes de la población sami para garantizar una representación fiel y respetuosa de su cultura en la que se basa el filme, además de garantizar una justa distribución de beneficios (Figura 4).



Figura 4. Fotograma de la película *Frozen II*.

Otro ejemplo es la reciente *Encanto* (2021), donde se trabajó con artesanos y artistas zenúes, con la misma finalidad que en la anteriormente nombrada, además de contar con una investigación previa. Así se formó el Colombian Cultural Trust, un grupo de colaboradores y especialistas de diferentes ámbitos y disciplinas encargados de dar puntos de referencia para que el film tuviera un mayor grado de legitimidad. La producción contó con la guía de botanistas, periodistas y documentalistas colombianos, para una mejor representación de los aspectos y espacios en los que se basaron, como las palmas de cera del Valle de Cocora; la arquitectura colonial característica de los pueblos colombianos, con sus balcones llenos de flores, propios de Cartagena de Indias; el uso de vestuario tradicional como las alpargatas, la ruana colombiana, originaria de los Andes, o el sombrero vueltiao de la cultura zenú. También se centraron en su literatura, exponiendo

elementos como las mariposas amarillas, extraídas de la obra *Cien años de soledad* del escritor colombiano Gabriel García Márquez, uno de los principales representantes del realismo mágico, movimiento literario y pictórico del que bebe esta película. Asimismo, se ha representado la diversidad de su gente, respetando la pluriétnicidad que hay en el país, mostrando personajes con diversos tonos de piel, ya que en Colombia existen aproximadamente 87 pueblos indígenas junto a personas afrodescendientes, blancos y mestizos (Mercado, 2021), (Figura 5).



Figura 3. Fotograma de la película *Encanto*.

6 CONCLUSIONES

Debemos ser conscientes de la responsabilidad que hay en cuanto representamos una cultura o un grupo de personas. Además de ser realistas en la representación es importante respetar y reconocer esas culturas que aparecen en sus largometrajes.

Debemos saber cuándo el apropiacionismo cultural resulta ofensivo y cuándo no en el momento en el que nos basamos en una cultura ajena a nosotros. No es negativo utilizar aspectos de otras culturas diferentes, al contrario, damos a conocer otra cultura y puede llegar a ser beneficiosa para ambas partes. El problema viene cuando hay una desigualdad en el grupo o una descontextualización que, como hemos visto, resulta negativo y alejado de la realidad. Aun así, debemos tener en cuenta que toda cultura existente no se ha creado de la nada, se ha formado a partir de influencias de otras culturas cercanas a ella.

Podría decirse que no hay una cultura totalmente “pura”. Y en Arte tampoco. Normalmente, a la hora de crear siempre se tiene una referencia. Muchos de los movimientos que se han creado han partido de otro ya existente, de una expresión artística. Ocurre cuando llegamos a un punto en la creación artística donde todo parece hecho o inventado. Y volver al pasado, a lo existente, es un punto de seguridad para partir hacia algo nuevo. “El apropiacionismo no profana la obra original; al contrario: esta se refuerza y crece en importancia.” (Fernández Mallo, 2018). Así obtenemos varias lecturas o diferentes puntos de vista a partir de una obra del ámbito artístico que sea pero, como ya mencionamos, debemos ser consecuentes y responsables de cómo utilizamos esa cultura ajena. Si se debe hacer en una producción dirigida a un público adulto, más consciente se debe ser en las representaciones culturales si los espectadores son

niños y jóvenes, ya que influirán en la concepción que poseen de esa cultura y de sus gentes en el futuro. Y para los integrantes de esa cultura, el verse reflejados junto a su historia y sus creencias, puede llegar a ser gratificante si la representación es fiel y real.

La multiculturalidad y el intercambio cultural están presentes en nuestra sociedad más que nunca. En una época en la que estamos conectados desde un extremo al otro del mundo, el cine y los restantes medios de comunicación artísticos y sociales exponen esta realidad, por lo que tienen la labor y responsabilidad de mostrar la diversidad a través de sus imágenes y mensajes de una forma natural y positiva para todos. Debemos ser conscientes de lo enriquecedor que es para una comunidad el conocer otras culturas. A nuestro alcance están otras formas de pensamiento, lenguas, costumbres y valores que nos harán aprender, valorar, aceptar y también ayudar a otras sociedades y comunidades, transmitiendo el concepto de inclusión social y aceptación para obtener una sociedad más justa, equitativa, solidaria y abierta.

7 REFERENCIAS

Antón, J. (7 de junio de 1985). Chris Claremont: “Los superhéroes quizá son la mitología de EE. UU.”. El País. https://elpais.com/diario/1985/06/07/cultura/486943208_850215.html

Bernstein, R. (20 de julio de 2008). The panda that roared. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2008/07/20/weekinreview/20bernstein.html>

Breuer, R. (8 de diciembre de 2021). “Encanto”: Disney y la polémica por narrativas racistas o de apropiación cultural. Deutsche Welle (DW). <https://www.dw.com/es/encanto-disney-y-la-pol%C3%A9mica-por-narrativas-racistas-o-de-apropiaci%C3%B3n-cultural/a-60050958>

Dondé, E. (9 de agosto de 2021). Detrás de Cámaras: La Animación en Kung Fu Panda. Industria Animación. <https://www.industriaanimacion.com/2021/08/detras-de-camaras-la-animacion-en-kung-fu-panda/>

Embajada de los Estados Unidos en Argentina. (s.f.). Reseña de la historia de los Estados Unidos. Embajada de los Estados Unidos. <https://ar.usembassy.gov/es/education-culture-es/irc/resena-de-la-historia-de-los-estados-unidos/>

Galiano León, M. (2007). Interculturalidad y coeducación desde el cine de animación. II Jornadas internacionales sobre políticas educativas para la sociedad del conocimiento. Junta de Andalucía. [PDF] <http://www.juntadeandalucia.es/educacion/portaverroes/contenidosdigitales/contenido/ndoiand-20080526-0003-ii-jornadas-internacionales-sobre-politicas-educativas-para-la-sociedad-del-conocimiento>

- Gómez Goyeneche, M. A (2011). *Identidades trastocadas*. El recurso literario y artístico de las metamorfosis disyuntivas. Volumen 1. Universidad del Valle Programa Editorial.
- Grangel, C. Y Grangel, J. Grangel Studio. 25 años de animación [Sesión de conferencia]. Exposición Héroes Animados, Vigo. 12 de abril de 2016. https://www.afundacion.org/es/agenda/evento/conferencia_grangel_studio._25_anos_de_animacin
- Julius, J. (2019). *El arte de Zootrópolis*. Prisanoticias Colecciones.
- Julius, J y Malone, M. (2019). *El arte de Vaiana*. Prisanoticias Colecciones.
- Julius, J. (2020). *El arte de Big Hero 6*. Prisanoticias Colecciones.
- Lee, J. y Malone, M. (2019). *El arte de ¡Rompe Ralph!* Prisanoticias Colecciones.
- Lenore, V. y Fernández Mallo, A. (7 de diciembre de 2018). Sobre el apropiacionismo cultural. El Español. El Cultural. https://www.elespanol.com/el-cultural/opinion/dardos/20181207/apropiacionismo-cultural/358965562_0.html
- Lerew, J. (2019). *El arte de Brave*. Prisanoticias Colecciones.
- Mattelart, A. (2006). *Diversidad cultural y mundialización*. Paidós.
- Mercado, K. (24 de noviembre de 2021). Encanto, el homenaje de Disney a Colombia. Domestika. <https://www.domestika.org/es/blog/9434-encanto-el-homenaje-de-disney-a-colombia>
- Pérez Latorre, Ó. (2006). Diversidad cultural y mundialización. *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 1(4), 306.
- Quin, R. y McMahon, B. (1996). *Historias y estereotipos*. Editorial de la Torre.
- Rodes, A. (24 de julio de 2008). Poca China mucho oso. Público. <https://especiales.publico.es/hemeroteca/137011/poca-china-mucho-oso>

NOTAS

1. El mundo laboral ha sufrido profundas transformaciones en las últimas décadas. En los años setenta, cuando el capitalismo entra en la fase neoliberal, España y Europa avanzan hacia una sociedad postindustrial: el trabajo de fábrica salía de escena y afloran trabajos cognitivos y de servicios que redefinirán por completo las relaciones entre la vida y el trabajo.
2. Hay otras novelas gráficas que vale la pena mencionar y que abordan la cuestión del trabajo, como *Tiempos precarios* (Biondi, 2020), *Temporada de melocotones* (Abellán y Flores, 2021), *Palos de ciego* (El Irra, 2016), *Precariedad* (Precariada, 2022) y *Andando* (Carreres, Torres y Riego, 2011).
3. Siguiendo a Ana Cristina Ruiz Mosquera, el término “nini” tiene su origen en la literatura anglosajona, naciendo de la adaptación de las siglas NEET: “Not in employment, education or training”. (Ruiz Mosquera, 2019).
4. Octavi Comeron ha utilizado esta paradoja para describir la contradicción en la que se encontraban los trabajadores de fábrica en la época neoliberal, puesto que únicamente aparecen en los medios de comunicación cuando están a punto de desaparecer. (Badia, T., Marzo, J. L y Masó, J., 2014).
5. Sigo aquí a Haroun Farocki en su película *El fuego inextinguible* (1969), cuando el autor se pregunta acerca de cómo hablar a la audiencia de eventos traumáticos. Para Farocki, mostrar imágenes directas de determinados eventos violentos no resulta tan efectivo como buscar una mirada más oblicua, puesto que las primeras harían que la audiencia cerrara los ojos frente a una realidad tan cruda. El texto puede encontrarse en Georges Didi Huberman, “Cómo abrir los ojos”, en Haroun Farocki, *Desconfiar de las imágenes*, Caja Negra, Buenos Aires, 2013, p. 20.