

¿PURPLEWASHING O FEMINISMO?

UN CAMBIO DE PARADIGMA EN LA INDUSTRIA DE LA ANIMACIÓN

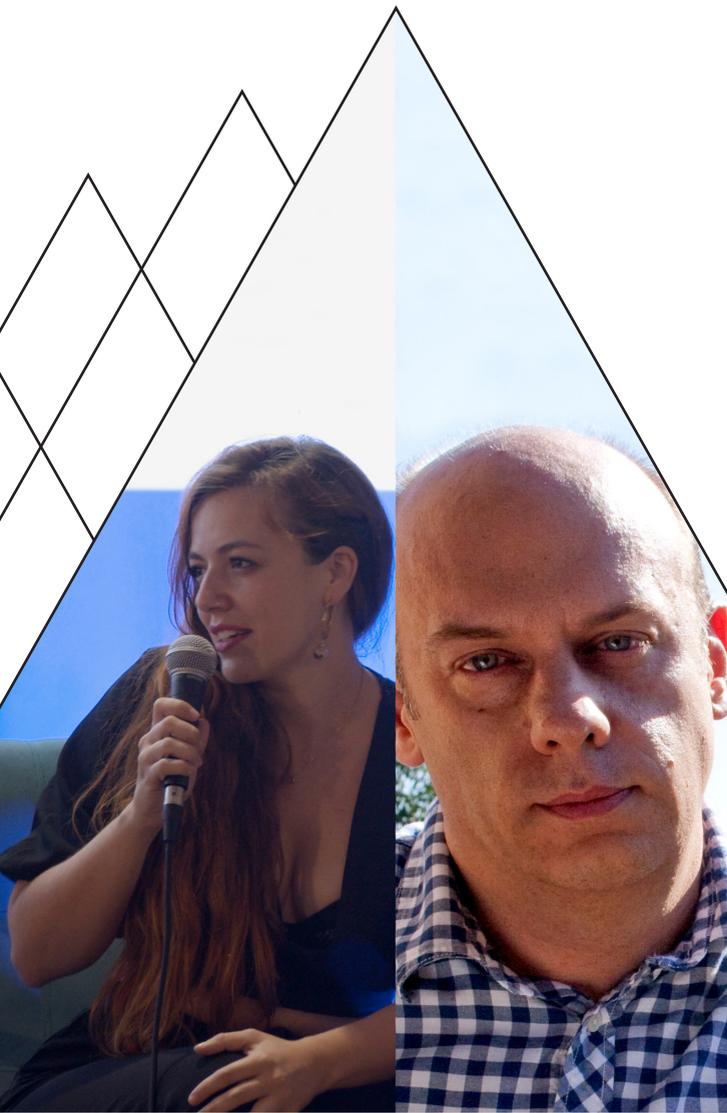
"PURPLEWASHING" OR FEMINISM? A PARADIGM SHIFT IN THE ANIMATION INDUSTRY

RESUMEN

El auge del feminismo ha propiciado que la industria de la animación adapte sus productos para corresponder las demandas colectivas de la sociedad, favoreciendo la emersión de protagonistas femeninas y sistematizando la inclusión de personajes racializados y LGTBQ+. Esto podría suponer mayor visibilidad para las mujeres y estos colectivos, pero a veces surge como un envoltorio de marketing, donde prevalecen roles y sesgos de género. A través del estudio de datos cuantitativos y cualitativos de organizaciones especializadas del medio y el análisis de los discursos gráficos y de representación de grandes producciones animadas del s. XXI, se presentan evidencias de la relación entre la inclusión de mujeres creadoras en animación y las producciones exitosas con perspectiva de género, demostrando que tanto el feminismo como el *purplewashing* son realidades coexistentes en el presente y futuro de la animación.

ABSTRACT

The last wave of Feminism has led the animation industry to adapt its products to meet the collective demands of society, creating the arising of female protagonists and systematizing the inclusion of racialized and LGTBQ+ characters. This could mean greater empowerment for women and these groups, but sometimes it just emerges as a marketing wrapper, where gender roles and biases prevail. The study will focus on quantitative and qualitative data from specialized media organizations, and the analysis of the discourses in both graphic and representation aspects of big animated productions from the 21st century, in order to extract evidence of the relationship between the inclusion of creative women in animation and successful productions with a gender perspective. This will demonstrate that both feminism and purplewashing are coexisting realities in the present and future of animation.



DÁCIL ROCA VERA

Universidad de La Laguna,
España

Dácil Roca (Tenerife, 1989). Licenciada en Bellas Artes (UPV), con máster en Desarrollo Visual (IDEA Academy) y especialización en Dibujos Animados (ECIB). Investigadora sobre la agencia de las mujeres en la industria de la animación (ULL). Senior Concept Artist en series emitidas en Disney Channel, Netflix y ClanTV. Ilustradora en *El libro secreto de las Mujeres Canarias*. Profesora del Máster y Grado de Diseño de la Universitat Oberta de Catalunya. Su obra ha sido destacada en numerosos festivales internacionales como Monstra y Mediawave Festival, y en los libros y exposiciones *Ilustradoras & Ilustradas* y *Los Autores del Salón*.

ALFONSO RUIZ RALLO

Universidad de La Laguna,
España

Alfonso Ruiz Rallo (Barcelona, 1963). Licenciado en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona en la especialidad de Imagen en 1988. Doctor en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona en 1993. Es Profesor Titular de la Universidad de La Laguna, con docencia en el Grado en Diseño y director del Máster en Innovación en diseño para el sector turístico. Decano de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de La Laguna desde 2008 y miembro del grupo de investigación en innovación en diseño de la ULL. Es socio fundador de La Mirada Producciones y de la productora de animación La Casa Animada.

PALABRAS CLAVE:

Feminismo, agencia de las mujeres, *purplewashing*, dibujos animados, techo de cristal

KEY WORDS:

Feminism, women's agency, *purplewashing*, cartoons, glass ceiling

DOI:

<https://doi.org/10.4995/caa.2022.17893>

Introducción.

La nueva ola de feminismo y sus influencias

En 2020 el tamaño de mercado global de la animación, videojuegos y efectos visuales (VFX) ha llegado a los 261.000 millones de dólares USA (DEV, 2018). De esta forma, la creciente industria de la animación y los videojuegos y su influencia diaria sobre la sociedad común y la educación de niños y adolescentes, tal como la ha analizado Martínez León (2020: 318), enfatiza la relevancia de un estudio que explore los beneficios de una tendencia a la conceptualización de estas producciones desde una perspectiva de género y el análisis de la adaptación del grueso de la industria a esta nueva tendencia feminista.

Desde sus inicios, la industria de animación, videojuegos y VFX han sido medios singularmente masculinizados, con escasas referencias femeninas, especialmente en los departamentos superiores creativos. Es bien sabido que, en los comienzos de la animación, en las grandes producciones, las mujeres estaban relegadas a trabajos técnicos de entintado y coloreado, muy lejos de los puestos con capacidad de decisión creativa o artística. Y, aunque actualmente las mujeres profesionales están establecidas en el sector de la animación, las cifras muestran que sigue prevaleciendo un sesgo de género y una infrarrepresentación femenina abismal: las mujeres representan solo el 3% de la dirección en largometrajes de animación (Smith, Choueiti, Pieper, Clark, 2019: 1).

Desde la primera ola feminista, con las mujeres sufragistas que en 1848 consi-

guieron que se proclamara *La Declaración de Sentimientos de Seneca Falls*, ha habido tres olas de feminismo y actualmente se teoriza si estamos ante la cuarta. Diferentes autoras defienden que comenzó en 2000 o 2008, pero las teorías más aceptadas sitúan esta cuarta ola en el 2017 con el movimiento *#metoo* o con el 8 de marzo de 2018, Día Internacional de la Mujer, tomando como referente el caso español (Garrido Rodríguez, 2021:487).

En relación a la evolución de derechos y libertades de las mujeres profesionales en los medios y las nuevas tecnologías de comunicación, existen dos hitos históricos clave en el desarrollo de políticas feministas. En septiembre de 1995, aprobada la *Plataforma de Acción de Beijing*,¹ se posiciona el papel de los medios de comunicación como parte de los objetivos estratégicos para el empoderamiento de las mujeres y la construcción de una sociedad más igualitaria; siendo uno de los objetivos estratégicos el aumentar el acceso, participación y adopción de decisiones e ideas propias de las mujeres en estos medios. Más tarde, en 2013, la UNESCO crea la *Global Alliance on Media and Gender* (GAMAG), una red global con el objetivo de lograr la igualdad de género en y a través de los medios de comunicación y las TIC en todos los formatos y ubicaciones y en diferentes formas de propiedad (Tornay-Márquez, 2021: 40).

Este artículo está estructurado de la siguiente forma: comienza con un marco teórico sobre la teoría feminista y la pers-

⁵ Resolución adoptada por la Organización de las Naciones Unidas al final de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer. En ella se defiende un mundo en el que todas las mujeres y las niñas pueden ejercer sus libertades y opciones, y hacer realidad todos sus derechos, como el de vivir sin violencia, asistir a la escuela, participar en las decisiones y tener igual remuneración por igual trabajo.

pectiva de género en la industria de la animación; tras ello, se centra en las problemáticas de las mujeres en la misma y su infrarrepresentación en las producciones animadas; a continuación, se reflexiona sobre el efecto de las nuevas narrativas y políticas de diversidad en las grandes producciones comerciales occidentales del

s. XXI, destacando el trabajo de las mujeres creadoras en las mismas; finalmente concluye evidenciando la relación entre la inclusión de las mujeres profesionales en los altos cargos directivos y creativos y las nuevas tendencias en animación, donde la perspectiva de género está presente desde las fases iniciales de conceptualización.

01

La aplicación de estrategias de representación en la animación etnográfica

Actualmente son muchos los trabajos esclarecedores sobre género y epistemología que parten de un foco metodológico feminista, pero se puede destacar uno en concreto como la base de los estudios de género. En 1987 Sandra Harding se preguntó: “¿Existe un método feminista?”, con respecto a las cuestiones fundamentales de género y lo que se ha enseñado que son las ciencias objetivas, para abordar el alcance del sesgo de género en la ciencia. Sus ensayos revelan que efectivamente la ciencia es una institución cultural, estructurada por los valores políticos, sociales y económicos del entorno académico en la que se practica (Harding, 1987: 10-14).

En relación a la epistemología filmica feminista, se sostiene que es un marco teórico y metodológico especializado que mejora el análisis de la representación femenina y la episteme en general, ya que investiga desde una realidad más objetiva, alejada de una visión subjetiva e individual (Zurian Hernández, Herrero Jiménez, 2014: 18-19).

Si se atiende al grueso de las investigaciones que relacionan género y ani-

mación, encontramos en una inmensa mayoría estudios de piezas animadas específicas, enfocados principalmente en la representación del género a través de los personajes. En el estudio cuantitativo de Thompson y Zerbinos sobre la evolución en materia de género de las producciones animadas se demostró que existen diferencias notables entre la representación y el protagonismo de personajes femeninos y masculinos: en comparación, los personajes masculinos tienen notablemente más peso en la historia y más diálogo en el guion; incluso hasta cuando las protagonistas de dichas películas animadas son mujeres o niñas (Thompson, Zerbinos, 1995: 665-672). Veintitrés años más tarde, en un estudio específico, Ana Vicens estudia una posible evolución positiva de las princesas Disney respecto a su empoderamiento y representación (Vicens, 2018, 409-413). Con la intención de corresponder la importancia de realizar un estudio interseccional en la investigación exploratoria (Gaona, 2019: 96-100), se estudian diversas tesis de representación racial, pero es en la investigación cualitativa de Wei-Chung Chang (2011: 134-139) donde, a través de entrevistas, se encuentra una

relación más estrecha entre la experiencia de mujeres racializadas profesionales de la industria de la animación y valoraciones de género sobre ésta.

A través de este marco teórico, se realiza una comparativa con los datos de los informes y las conclusiones de los mismos, teniendo muy en cuenta el objeto principal de esta disertación, el *purplewashing*, *pinkwashing* y *blackwashing*: maniobras de marketing estratégicas que las empresas y otras instituciones utilizan con fines comerciales o políticos, para “venderse” públicamente como espacios feministas y pro derechos de las mujeres (*purplewashing*), amigables e inclusivos para

personas socialmente subalternizadas como la población LGBTIQ+ (*pinkwashing*) o la representación de personas racializadas (*blackwashing*).

De esta forma, este artículo examina, a través de una metodología mixta explicativa transversal, datos cuantitativos y cualitativos de informes de organizaciones gubernamentales, empresas y asociaciones nacionales e internacionales, con especial foco en la industria occidental y las grandes producciones animadas de Europa, Canadá y EEUU y las tendencias actuales de las mismas en materia de género y diversidad.

02

Infrarrepresentación de creadoras y protagonistas femeninas

2.1. Techo de cristal en animación

El informe de WIA (Women In Animation) refleja que el 60% del estudiantado de animación en Estados Unidos y en Europa son mujeres. Sin embargo, la cifra obtenida en ocupación laboral baja hasta el 37% de mujeres profesionales en el medio. En los puestos de poder creativo el número cae hasta el 19%. Y es en la cabeza de las producciones, en la dirección, donde la desigualdad en las cifras es abismal: solo un 3% de la dirección en largometrajes es realizada por mujeres, menos de un 1% de ellas son mujeres racializadas, y en producciones para televisión es un 13%, donde un 2% son mujeres racializadas. Podría ponerse en duda el interés de las mujeres del sector en dirigir, crear o liderar puestos de trabajo con decisiones creativas, pero

las cifras presentan lo contrario: el 90% de las mujeres entrevistadas quieren ocupar puestos de liderazgo (Smith, Choueiti, Pieper, Clark, 2019: 1-4).

Los datos sobre la situación laboral en España reflejan una tendencia muy similar. El informe CIMA (Cuenca, 2020: 7) reafirma una amplia masculinización en el puesto de dirección o creación en la industria audiovisual. Asimismo, en los informes MIA 2020 y MIA 2021 se obtienen unos resultados similares, con ninguna mujer directora en largometrajes. Las mujeres representan el 45% de los puestos en los departamentos, pero solo el 11% de los cargos específicos de dirección de departamentos y el 28% de los puestos de liderazgo (dirección, guion y producción), donde la gran parte de la presencia femenina se centra en producción, un rol

organizativo y tradicionalmente femenino (Cuenca Suárez, Martínez Amado, 2020: 15-28). De igual forma, el informe de 2021 vislumbra que los largometrajes de animación están muy alejados de la igualdad, con solo un 26,56% de presencia femenina en los equipos y ninguna directora al frente de éstos; además, las mujeres solo representan el 22,5% de los puestos de liderazgo en series y largometrajes de animación (Álvarez Sarrat, Cuenca Orellana, García Rams, 2021: 26-48).

De esta manera, se evidencia la existencia actual del denominado “techo de cristal” (Fig. 2) o “suelo pegajoso” que corrobora resultados de anteriores estudios en el ámbito de la cinematografía general comercial (Bielby, 2009: 245-252), concluyendo que existe un sesgo de género en la ocupación laboral en el sector y que, a pesar de las pequeñas mejoras en las últimas décadas, las cifras evidencian que aún no hay igualdad en la industria (Rochero García, 2012: 56-58).

2.2. Infrarrepresentación de personajes femeninos

Asimismo, cabe destacar la importancia de la función transformadora que tiene la recepción del producto animado en el público actual, reconociendo la distancia entre la representación y la realidad, además del poder que tiene esta primera (Martínez León, 2020: 328). Así se plantea que la representación en el medio animado es un poderoso agente transformador en la sociedad y que, a su vez, la acogida de este por parte del espectador o *target* objetivo, es un mecanismo de cambio dentro de la industria.

En referencia a esto, las cifras nos muestran que los personajes femeninos son relegados a papeles secundarios no hablantes. En el ámbito internacional, las protagonistas femeninas representan un

17% del total, y un 39% del resto de personajes (Smith, Choueiti, Pieper, Clark, 2019: 1-2). En España la cifra sube hasta el 27% de los personajes principales, 41% de los secundarios y el 25% de los terciarios (Cuenca Suárez, Martínez Amado, 2020: 70-85). De esta forma, es evidente que ha existido un sesgo de género en la representación de la realidad de la sociedad y que puede persistir una concepción patriarcal de las mujeres como “minoría”. Sin embargo, las cifras y apreciaciones del nuevo Informe MIA 2021 presentan un cambio positivo en la representación en España, con el caso concreto de la serie *Bebés Llorones* en la que casi el total de sus personajes son femeninos. Aunque en éstos persisten arquetipos narrativos clásicos, como el de princesa en apuros, y continúan ausentes estos roles pasivos en personajes masculinos, dando a entender que éstos últimos siguen predominando en la parte activa de la historia.

Esta infrarrepresentación hace obvia la afirmación de que la mayor parte del diálogo en películas animadas está asignado a los personajes masculinos. Sólo en cuatro de las once producciones de las princesas Disney producidas hasta la fecha son los personajes femeninos los que tienen más líneas en el guion (Friedman, 2016), demostrando un sesgo generalizado en la representación racial, étnico-religiosa, sexual y corporal, prevaleciendo la mujer blanca, heterosexual y de cuerpo normativo y cara aniñada.

Todo esto pone en evidencia las limitaciones de la industria en materia de género y cuestiona la adaptación de ésta a las nuevas narrativas feministas e inclusivas. Igualmente, permite observar cómo las empresas que pertenecen al poder estructural presentan en su publicidad protagonistas supuestamente empoderadas, mientras se mantiene intacta la desigualdad laboral y la infrarrepresentación femenina en sus empresas y pro-



Fig. 1. #metoo movement ©Gettyimages



Fig. 2. The Amazing World of Gumball. ©CartoonNetwork

ducciones, resultando en una frivolidad del feminismo inclusivo.

A continuación, estos datos se relacionan con un análisis etnográfico de los discursos visuales y de representación de

grandes producciones animadas dirigidas y conceptualizadas por mujeres en los últimos veinticinco años, estudiando la agencia² de éstas en sus empresas pertenecientes al poder estructural.

03

La agencia de las mujeres en la animación comercial del s. XXI

La pasada década y el inicio de la actual coinciden con el surgimiento de numerosos productos donde se rompen sesgos de género y sexuales en industrias que aún están generalmente masculinizadas (Soto Casás, 2019: 31-32). De esta misma forma, en las superproducciones de animación surgen grandes referentes de mujeres creadoras desde el final de los años 90, dándose en la actualidad un estallido de producciones con perspectiva de género (Menéndez Menéndez, 2017: 426-427).

Se ha realizado una investigación exploratoria de producciones con protagonistas femeninas dirigidas o creadas por mujeres de la industria. Tras un proceso de descarte, se llegó a la conclusión de que las producciones escogidas debían ser de grandes superproductoras internacionales de animación que han potenciado la visibilidad y empoderamiento femenino, con el objetivo de acotar el estudio a la influencia de estas mujeres creadoras en aquellas compañías que pertenecen al poder estructural: conocidas empresas que elaboran productos consumidos diariamente por niños, jóvenes y adultos en la sociedad

capitalista y de la globalización mundial. A continuación se exponen a las creadoras y las producciones seleccionadas.

Para empezar, hay que remarcar el trabajo de Arlene Klasky, una de las principales impulsoras de la industria televisiva de la animación y referente de muchas series de Nickelodeon producidas por Klasky-Csupo, la productora donde se inició *Los Simpson*. Es co-creadora de *Rugrats* (1991), *Aaahh!!! Monstruos (Aaahh!!! Real Monsters)*, 1994), *Los Thornberrys (The Wild Thornberrys)*, 1998) y *Rocket Power* (1999).

Unos años más tarde, destacó Sue Rose, la creadora de la famosa serie *Pepper Ann* (1997), que fue la primera mujer que dirigió una producción de Disney (Fig. 3). Esta producción nos muestra una clara ruptura en la representación femenina y los estereotipos de género en la animación para todos los públicos, mostrando una protagonista con una diversidad corporal y estética muy poco propia de la representación común de la feminidad, y dibujando un personaje carismático, divertido y líder

² El concepto feminista de "agencia" es la capacidad de identificar metas y objetivos, individuales o para el colectivo, y luego actuar en consecuencia. Las mujeres pueden ejercer su agencia dentro la familia, el ámbito laboral, el político y cualquier otra red formal e informal.



Fig. 3. *Pepper Ann*. ©Walt Disney Television Animation

de un grupo de amigos heterogéneo (Rutledge, 2019).

En esas fechas sobresale Susie Lewis Lynn, co-creadora de *Daria* (1997), una *sitcom* animada de la MTV, que satiriza la vida de instituto y la cultura popular americana a través de Daria Morgendorffer, una inteligente adolescente que no encaja en el entorno de clichés americanos que la rodea. Esta serie es considerada por numerosas autoras y artistas contemporáneas a la protagonista como su primer referente feminista, una especie de introducción adolescente a conceptos propios del feminismo (Ivins-Hulley, 2014: 1209-1211).

Años más tarde, en 2012, Brenda Chapman creó y dirigió *Brave*, un soplo

de aire fresco para las películas de princesas, con una protagonista (Mérída) fuera de los moldes de belleza y representación, decidida y sin ningún interés amoroso en un personaje masculino. En 2013 Mérída (Fig. 4) fue incluida entre las Princesas Disney y con ello, su diseño fue transformado, haciéndola más delgada, con más pecho y menos cintura, y de esta forma, adaptada a los cánones de belleza imperantes, cambiando sus ojos saltones y su pelo alborotado. Ante esto, Chapman afirmó en una entrevista que las niñas se sienten atraídas por los productos princesa debido al marketing y que ella, con su personaje de Mérída, quería plantear un tipo diferente de princesa, una con la que muchas madres e hijas se pudieran identificar (Pixar Portal, 2013).



Fig. 4. *Redesign Brave.* ©Walt Disney Pictures ©Pixar Animation Studios Disney

Por esta causa se creó una recogida de firmas en la página web *change.org*, en la que se pedía a la multinacional que no cambiara el *look* de esta princesa (*A Mighty Girl*, 2013). Pero la controversia que rodea este largometraje comienza desde la mitad de su producción, donde Chapman (creadora de la idea, el proyecto y personaje principal) fue despedida por “diferencias creativas” con John Lasseter, y sustituida por Mark Andrews. Cuando la película ganó el Globo de Oro, Chapman vio desde su casa cómo Andrews recogía el premio de su creación (Agudo, 2013).

Finalmente, ésta recogió el Oscar como codirectora acompañada de Andrews. Asimismo, ella defiende que, a pesar de haber sido apartada de su proyecto, su visión no fue totalmente eliminada, ya que la creación estaba inspirada desde un comienzo en la relación de ésta con su hija (Chapman, 2012).

Otro gran referente para el feminismo y la comunidad LGBTQ+ en animación es Rebecca Sugar, creadora de *Steven Universe* (2013-2019), primera serie animada creada y dirigida por una mujer

en Cartoon Network. Esta serie es un ejemplo de ruptura de roles de género y representación diversa, donde, a través de recuentos de vida de un niño y sus compañeras mágicas, se exploran desde una perspectiva feminista temas como las dinámicas familiares no clásicas y se visibiliza a la comunidad LGBTQ+, con personajes de orientación sexual diversa y género no binario. Debido a esto, Sugar ha tenido que enfrentarse a diversos casos de censura por parte de la productora, que ponía reticencias a mostrar momentos donde los personajes se mostraban explícitamente homosexuales (Thurm, 2016).

En 2015, Daron Nefcy, creadora de *Star contra las fuerzas del mal* (*Star vs The Forces of Evil*, 2015-2019), se convierte en la segunda mujer en dirigir una serie animada para Disney Channel. En esta serie la protagonista, alejada del estereotipo de la dulce princesa mágica, disfruta metiéndose en problemas, involucrándose en peleas de puños y luchando con monstruos por diversión. Además, rompe sesgos de género perpetuados en la franquicia, siendo la primera serie de Disney en mostrar un beso entre una pareja del mismo sexo y revelando en uno de sus últimos capítulos que uno de sus personajes es bisexual.

En el ámbito de los largometrajes destaca Nora Twomey, directora y cofundadora de la productora Cartoon Saloon, directora de los largometrajes *El secreto del libro de Kells* (*The Secret of Kells*, codirigida con Tom Moore, 2009) y *El pan de la guerra* (*The Breadwinner*, 2017). En esta última película la protagonista, una chica de once años que vive en Kabul, decide disfrazarse de chico para poder trabajar. La película recibió una nominación a la Mejor Película de Animación de los Premios Óscar y otros numerosos premios y menciones.

En 2018, Noelle Stevenson, directora de *She-Ra y las princesas del poder* (*She-Ra*

and The Princesses of Power) presenta una visión feminista de la historia, con personajes rediseñados con diversidad étnico racial, corporal y de orientación sexual; rediseños alabados y también criticados por los aficionados de la serie clásica de 1989. La creadora declaró:

Hay que tener en cuenta que la serie original es una franquicia de juguetes, y en su momento los personajes habían sido diseñados para dos moldes: hombre o mujer. Eso no permitía desarrollar diversidad anatómica o racial. Con un elenco tan grande de personajes, reflejar la diversidad no es solo una responsabilidad, es que enriquece la historia. Tenemos personajes muy distintos entre sí, y eso afecta a su visión del mundo y a su propia personalidad (Stevenson citada en Stefansky, 2018).

Un año más tarde despunta Lauren Faust, que desarrolla la nueva serie de *DC Super Hero Girls* (2019-) estrenada en Cartoon Network y Netflix, basada en la serie web homónima creada por Diane Nelson, Shea Fontana, Lisa Yee y Aria Moffly. Esta serie sigue las aventuras de las versiones adolescentes de las superheroínas de DC. Las protagonistas, alejadas de los antiguos estereotipos de superheroína, son personajes más complejos, con diferentes personalidades, corporalidad y raza, que abogan por la sororidad y amistad como centro de resolución de los conflictos planteados en las historias.

Al mismo tiempo, surge *Tuca & Bertie* (2019-), una serie adulta y gamberra creada por Lisa Hanawalt. La primera temporada fue estrenada en Netflix. Tiffany Haddish y Ali Wong, dos comediantes estadounidenses racializadas de renombre, les ponen voz y personalidad a dos protagonistas femeninas en su treintena, tratando en clave de humor, a través de recuentos de vida, temas como las relaciones de pareja, el acoso en el trabajo o



Fig. 5. Benson from *Kipo and the Age of Wonderbeasts* ©DreamWorks Animation

las enfermedades mentales. La amistad y el vínculo entre estas protagonistas y su relación con los demás personajes, hace que el feminismo y la sororidad estén implícitas en todo su metraje.

De las adaptaciones actuales despunta la directora Gina Rodriguez y su nueva serie de *Carmen San Diego* (2019-). Originalmente Carmen Sandiego fue retratada como una ladrona de guante blanco que robaba simplemente por el desafío de hacerlo. Como sugiere Hogan, esta serie de Netflix incluye una revisión del trasfondo de la historia, convirtiendo a la protagonista en una aproximación latina y feminista de Robin Hood. La protagonista, una valiente y hábil ladrona, evita los robos de la malvada organización V.I.L.E. y no se molesta en disfrazar su disgusto por los

señores blancos que no tienen los méritos para ocupar puestos de poder (Hogan, 2019).

Con las anteriores creadoras citadas, se concluye que en los últimos treinta años han surgido grandes referentes femeninos animados en la industria comercial de las grandes producciones, en la pantalla como protagonistas y tras ella como creadoras; y que, curiosamente, el grueso de estos personajes inclusivos que rompen estereotipos de género y desafían sesgos de diversidad, se encuentran en producciones dirigidas o creadas por mujeres. Además, podemos evidenciar que esta tendencia inclusiva se ha acusado en los últimos 10 años, sugiriendo una posible estabilidad en este despertar feminista en la industria de la animación.

04

¿Purplewashing o feminismo?

Durante el estudio y búsqueda de estas producciones, se ha detectado, sobre todo en los últimos seis años, un *boom* en la aparición de numerosas producciones con perspectiva de género dirigidas o creadas por mujeres, lo que, junto con la nueva ola de feminismo ha alentado a los creadores masculinos y a las productoras, a crear contenido con protagonistas femeninas alejadas de los estereotipos, a implementar la conciencia de género y a contar historias más diversas.

La evolución, por ejemplo, de los intereses amorosos y la profundidad de los personajes en *Hora de aventuras* (*Adventure Time*, Pendleton Ward, 2010-2020) es asombrosa. Al comienzo de la serie nos presentan dos protagonistas masculinos que salvan y se enamoran de princesas sin mucho trasfondo, pero poco a poco, la historia y los personajes adquieren una dimensión de profundidad y complejidad, con relaciones diversas y personajes LGTBIQ+ que denotan la evolución del proyecto hacia una producción con perspectiva de género. La serie culmina con el beso de amor entre las dos protagonistas femeninas de la serie, convirtiéndose en una serie referente para la comunidad *queer*. Rebecca Sugar (creadora de *Steven Universe*), guionista gráfica y artista de storyboard de la serie, y Hanna K. Nyströmthe, Bubbleline, su editora, fueron las responsables de implementar todos estos matices, imprimiendo profundidad y diversidad a sus personajes (Fleener, 2021).

También se observan pinceladas de feminismo en la serie animada *El asombroso mundo de Gumball* (*The Amazing World of Gumball*, Ben Bocquelet, 2011-2019),

protagonizada por dos personajes masculinos que son hermanastros y su familia. En esta producción la diversidad de los personajes es clara e irreverente, los diseños alocados y la mezcla de diferentes técnicas le profieren un aspecto espectacularmente diferente y asombroso. Con capítulos como “Lo peor” (“The worst”, 5^a, 33) donde los protagonistas y su madre hacen un acuerdo para intercambiar su género por un día, los hijos experimentan en primera persona situaciones machistas a las que las mujeres se enfrentan en su vida, como el *mansplaining*, el techo de cristal y hasta tener que depilarse.

En la serie *Hilda* (2018-), Luke Pearson muestra con mucha sensibilidad y preciosismo a una niña protagonista aventurera y divertida, nacida en un bosque mágico y salvaje que encuentra difícil acostumbrarse a la nueva y “aburrida” ciudad. Esta intrépida protagonista de pelo azul y gran madurez emocional, vive aventuras y soluciona sus conflictos mediante el diálogo, evitando el uso de la fuerza. Como afirma Teo Martín, este personaje libre de sesgos de género y su profundo respeto y conexión hacia el resto de los seres vivos y la naturaleza, hacen de esta serie un relato sensible, en el que la perspectiva de género está presente desde la construcción de las historias hasta la relación y evolución de los personajes (Martín, 2018).

Según Deve Trumbore, es con la serie de Radford Sechrist *Kipo y la era de las bestias mágicas* (*Kipo and the Age of Wonderbeasts*, 2020) y con *Benson* (Fig. 5), el coprotagonista de la serie, cuando se consigue por primera vez una salida explícita como gay

en una serie de animación para todos los públicos (Trumbore, 2020); tratando la visibilidad de la sexualidad del personaje de una forma natural, como una cualidad más en su personalidad, sin presionar que las tramas del personaje giren en torno a ello (Radulovic, 2020). Esto, añadido a un elenco protagonista con una variedad corporal y racial muy amplia, y la sensibilidad con la que se tratan temas delicados como el trato a los animales, la ecología y las diferentes sensibilidades de personas y “monstruos” con diversidad racial y de especie, hacen de la serie un producto moderno, con la perspectiva de género imbuída en sus cimientos.

En títulos como *Avatar: La Leyenda de Aang* (*Avatar: The Last Airbender*, 2005) y su secuela *La leyenda de Korra* (*The Legend of Korra*, 2012), donde Aaron Ehasz fue guionista y productor, y posterior creador de *El príncipe Dragón* (*The Dragon Prince*, 2018) se muestran roles de género no sesgados y personajes LGBTQ+. Brian Konietzko, cocreador de las dos primeras series, cuenta en su blog que se vio obligado a retirar una escena romántica entre Korra y Mako, dos personajes femeninos, debido a la censura (Konietzko, 2014).

De esta forma se encuentran ejemplos de producciones que presentan una clara intencionalidad feminista, presentando personajes diversos LGBTQ+, nuevas masculinidades o personajes fuera de su rol de género; lo que a veces las llevan a ser diana de censuras y controversia. Desde 2018, muchas de las grandes producciones animadas con perspectiva de género o con una clara tendencia hacia productos feministas son producidas por Netflix, la gran productora de *streaming*. Esquivar la censura de muchos países y ofrecer una mayor libertad artística a los/las creadores, son algunas de las ventajas de este modelo de negocio (Martín-Párraga, 2021: 58-59).

Sin embargo, cuando el análisis de género se centra en las producciones animadas de grandes empresas clásicas de muchos años de historia, el discurso feminista de sus producciones se vuelve confuso y errático, a pesar de que se intente hacer una adaptación a las nuevas corrientes de género. De esta forma, aunque la publicidad y marketing de estos productos animados gire en torno al supuesto empoderamiento de sus personajes protagonistas femeninas, podrían estar contribuyendo a su vez a perpetuar sesgos y rasgos clásicos del comportamiento patriarcal.

Aunque la evolución de sus protagonistas y princesas femeninas es clara, es en Disney donde persiste una gran controversia en su modelo comercial y su representación de la feminidad. En sus películas clásicas se presentan a sus protagonistas femeninas como sujetos pasivos y vulnerables, mientras que a sus opuestas poderosas, se las muestra como malvadas o villanas (Griffin, Harding y Learmonth, 2017: 884-887). Con el paso de los años, Disney se ha adaptado a los cambios en la cultura de género, pero siempre con reticencias comerciales, tal y como se ha descrito anteriormente con el rediseño de la princesa Mérida de la película *Brave*, con una importante diferencia entre el volumen de diálogo en personajes femeninos y masculinos y las contundentes declaraciones del CEO de Disney por aquel entonces, Michael Eisner: “We have no obligation to make history. We have no obligation to make art. We have no obligation to make a statement. To make money is our only objective”³ (Cox, 2000).

De esta forma, aunque las princesas protagonistas sean ahora dueñas de su propio destino, siempre están enmarcadas en una corporalidad normativa y un objetivo similar, donde la apariencia y la necesidad de buscar un objeto de amor, siguen sesgados por la heteronormatividad y los

cánones de belleza impuestos en la sociedad patriarcal. De esta forma, se evidencia la resistencia y lentitud de un gigante de la animación a la adaptación al feminismo actual.

Otro ejemplo de empresa clásica y su intento de adaptación en materia de género es la nueva serie *Barbie Dreamhouse Adventures* (2018, producida por Rainmaker Studios), donde convierten en *youtuber* a la protagonista Barbie, la muñeca de más de 60 años de la compañía Mattel. Barbie charla de su vida diaria con Ken y sus amigas, y trata temas como la racialidad y el

empoderamiento femenino. Se trata de un interesante cambio de arquetipo para la muñeca blanca de medidas corporales imposibles con la que infantes de todo occidente han jugado. Pero, aunque exista esta intención de inclusión de un discurso diferente, incluyendo Barbies de diferentes razas, es difícil que el producto pueda ser considerado con conciencia de género. Barbie no solo es una representación de la cosificación del cuerpo femenino de una mujer adulta, dolorosamente utópica y estereotipada (Rijke, 2020, 22-23), sino que en esta nueva serie de Barbie persisten innegables sesgos de representación sexual, corporal y de clase.

Conclusiones: el feminismo como catalizador de innovadores productos en animación

Las cifras siguen demostrando que el techo de cristal persiste en la industria de la animación y sigue habiendo una pronunciada brecha de género en los puestos directivos, pero en este estudio se demuestra que la industria está cambiando; que está en proceso de una regeneración de contenidos con perspectiva de género dirigidos por creadores interesados en esta tendencia inclusiva. También se evidencia que, a raíz de la agencia de las mujeres en la industria y de la comercialización del feminismo, ha surgido una necesidad capitalista en la industria para empoderar a las mujeres y que, aunque a veces este empoderamiento no permeabilice al núcleo y contenido de las producciones, actualmente se están creando series y largometrajes de animación que abogan por la diversidad corporal, racial y sexual. Esto se muestra, por ejemplo, en las innovadoras historias donde la

protagonista mujer, alejada de los estereotipos y sesgos de género, conduce guiones de aventuras y emoción, donde la dualidad entre lo femenino y lo masculino evoluciona disipándose.

Asimismo, se puede concluir que actualmente el *purplewashing* y el feminismo son realidades coexistentes del medio y que ha sido este cambio de paradigma el catalizador de innovadoras y exitosas producciones; de igual manera, se deduce en las comparativas de los informes cuantitativos con las producciones, que un equipo más diverso, con realidades diferentes, estimula la creación de mejores productos animados que generan discursos de integración social, que son más aceptados y aclamados por un público joven que ha nacido y está creciendo en la época más feminista de la historia.

³ "No tenemos obligación de hacer historia. No tenemos obligación de hacer arte. No tenemos obligación de hacer una declaración. Ganar dinero es nuestro único objetivo." (Trad. a.).

Referencias

- AGUDO, Jesús, 2013. "Brenda Chapman no tenía permitido subir al escenario para recoger el Globo de Oro de 'Brave (Indomable)", en *E-Cartelera*, 15 de enero de 2013 (<https://www.ecartelera.com/noticias/12705/brenda-chapman-no-permitido-subir-escenario-recoger-globo-de-oro-brave-indomable/> [acceso: enero, 2021]).
- ÁLVAREZ SARRAT, Sara, CUENCA ORELLANA, Nerea, GARCÍA RAMS, M^a Susana, 2021. *Informe MIA 2021: Mujeres en la Industria de la Animación*, España: MIA, Ministerio de Cultura y Deporte (https://animacionesmia.com/wp-content/uploads/2021/09/INFORME_MIA_2021.pdf [acceso: septiembre, 2021]).
- A MIGHTY GIRL, 2013. "A Mighty Girl Interviews Brave Writer/Co-Director Brenda Chapman on the Merida Makeover", en *A Mighty Girl*, 15 de mayo de 2013 (<https://www.amightygirl.com/blog?p=3392> [acceso: mayo, 2021]).
- BIELBY, Denise, 2009. "Gender Inequality in Culture Industries: Women and Men Writers in Film and Television", en *Sociologie du travail*, vol. 51 (2), pp. 237-52.
- CHANG, Wei-Chung, 2011. *A narrative inquiry into the experiences of three women in the 3D animation industry: using self-determination theory to understand socio-cultural influences on concepts of success and motivation*, Pensilvania: Penn State University.
- CHAPMAN, Brenda, 2012. "Stand Up for Yourself, and Mentor Others" en *The New York Times*, 14 de agosto de 2012 (<https://www.nytimes.com/roomfor-debate/2012/08/14/how-can-women-gain-influence-in-hollywood/stand-up-for-yourself-and-mentor-others> [acceso: agosto, 2021]).
- COX, Dan, 2000. "Review: Keys to the Kingdom: How Michael Eisner Lost His Grip - Masters' Mousetrap Fails to Catch Eisner", en *Variety*, 3 de abril de 2000 (<http://variety.com/2000/more/reviews/the-keys-to-the-kingdom-how-michael-eisner-lost-his-grip-masters-mouse-trap-fails-to-catch-eisner-1200461895/> [acceso: abril, 2021]).
- CUENCA SUARÉZ, Sara, 2020. *Informe CIMA 2020: La representatividad de las mujeres en los puestos de mayor responsabilidad del sector cinematográfico*. Asociación de mujeres cineastas y de medios audiovisuales, España: CIMA, Ministerio de Cultura y Deporte (<https://cimamujerescineastas.es/wp-content/uploads/2021/06/informe-cima-2020.pdf> [acceso: abril, 2021]).
- CUENCA SUARÉZ, Sara, MARTÍNEZ AMADO, Ana, 2020. *Informe MIA 2020: Mujeres en la Industria de la Animación*, España: MIA, Ministerio de Cultura y Deporte (https://animacionesmia.com/wp-content/uploads/2020/10/INFORME_MIA_2020.pdf [acceso: septiembre, 2020]).
- DEV, 2018. *Libro Blanco 2018: Asociación Española de Productores y Desarrolladores de Software de Videojuegos y Entretenimiento*, España: DEV, ICEX, Games From Spain (<https://www.dev.org.es/images/stories/docs/Libro%20Blanco%20DEV%202018.pdf> [acceso: abril, 2021]).

- FLEENOR, S.E., 2021. "The Awesome (And Unexpected) Queering Of Adventure Time", en *SYFYWire*, 29 de abril de 2020 (<https://web.archive.org/web/20200429133611/https://www.syfy.com/syfywire/the-awesome-and-unexpected-queering-of-adventure-time> [acceso: enero, 2021]).
- FRIEDMAN, Megan, 2016. "There's a Huge Problem With Disney Princesses You Never Noticed Before", en *Cosmopolitan*, 26 de enero de 2016 (<https://www.cosmopolitan.com/entertainment/movies/news/a52697/disney-princess-dialogue-in-movies-study/> [acceso: enero, 2021]).
- GAONA, Melina, 2019. "Revisitar preguntas desde el feminismo frente a un contexto agobiante sobre las minorías" en *La ventana. Revista de estudios de género*, vol. 6 (50), pp. 80-105 (http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-94362019000200080&script=sci_abstract [acceso: enero, 2021]).
- GARRIDO RODRÍGUEZ, Carmen, 2021. "Repensando las olas del feminismo. Una aproximación teórica a la metáfora de las olas" en *Investigaciones Feministas*, 12(2), 483-492. (<https://doi.org/10.5209/infe.68654> [acceso: febrero, 2021]).
- GRIFFIN, Martin, HARDING, Nancy, y LEARMONTH, Mark, 2017. "Whistle While You Work? Disney Animation, Organizational Readiness and Gendered Subjugation" en *Organization Studies*, vol. 38(7), pp. 869-894.
- HARDING, Sandra, 1987. *Feminism and Methodology*, Indiana: Bloomington Indiana University Press.
- HOGAN, Heather, 2019. "Gina Rodriguez's Carmen Sandiego Is a Kickass Feminist Hero Who Makes Every Man Around Her Look Like a Buffoon", en *Autostraddle*, 29 de enero de 2019 (<https://www.autostraddle.com/gina-rodriguez-s-carmen-sandiego-is-a-kickass-feminist-hero-who-makes-every-man-around-her-look-like-a-buffoon-447202/> [acceso: septiembre, 2021]).
- IVINS-HULLEY, Laura, 2014. "Narrowcasting Feminism: MTV's Daria" en *Journal of Popular Culture*, vol. 47.6, pp. 1198-1212 (10.1111/jpcu.12206 [acceso: junio, 2021]).

- KONIETZKO, Bryan, 2014. "Korrasami is canon" en *Tumblr*, 22 de diciembre de 2014 (<https://bryankonietzko.tumblr.com/post/105916338157/korrasami-is-canon-you-can-celebrate-it-embrace> [acceso: diciembre, 2021]).
- MARTÍN-PÁRRAGA, Javier, 2021. "El papel de la mujer en las películas y series originales de Netflix en India" en *Indialogs : Spanish journal of India studies*, vol. 7, pp. 45-62 (https://revistes.uab.cat/indialogs/article/view/v7-martin-parraga/pdf_52 [acceso: marzo, 2021]).
- MARTÍN, Teo, 2018. "Hilda: la nueva animación infantil de Netflix ideal para niños y adultos." en *Las Gafas Violetas*, 27 de septiembre de 2018 (<https://lasgafas-violetasrevista.com/2018/09/27/hilda-animacion-infantil/> [acceso: abril, 2021]).
- MARTÍNEZ LEÓN, Patricia, 2020. "La construcción de identidades de género en la ficción audiovisual y sus implicaciones educativas" en *Área Abierta*, vol. 20(3), pp. 317-333.
- MENÉNDEZ MENÉNDEZ, M^a Isabel, 2017. "Mujeres y poder: Amazonas en el cine contemporáneo para adolescentes", en *Investigaciones Feministas*, vol. 8(2), pp. 415-428 (<https://doi.org/10.5209/INFE.54879> [acceso: febrero, 2021]).
- PIXAR PORTAL, 2011. "Brenda Chapman Interview Part II: Brave", en *Pixar Portal*, 8 de diciembre de 2011 (<https://www.pixarportal.com/blog/brenda-chapman-interview-part-two-brave> [acceso: febrero, 2021]).
- RADULOVIC, Petrana, 2020. "Kipo and the Age of Wonderbeasts treats coming out like just another part of life. Polygon" en *Vox Media*, 15 de enero de 2020 (<https://www.polygon.com/2020/1/15/21067505/kipo-and-the-age-of-wonderbeasts-coming-out-scene> [acceso: febrero, 2021]).
- RIJKE, Casper, 2020. *Commercials in Pink and Blue: Stereotyping Gender in Contemporary Advertising*, Utrecht: Utrecht University.
- ROQUERO GARCÍA, Esperanza, 2012. "El techo de cristal en la dirección cinematográfica: discursos y representaciones sociales en un caso de segregación

- ocupacional”, en *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, vol. 10, pp. 37-61.
- RUTLEDGE, Sam, 2019. “She was her own biggest fan: Remembering 90s feminist teen icon Pepper Ann” en *The Spinoff*, 23 de abril de 2019 (<https://thespinoff.co.nz/tv/23-04-2019/she-was-her-own-biggest-fan-remembering-90s-feminist-teen-icon-pepper-ann?amp=> [acceso: julio, 2021]).
- SMITH, Stacy L., CHOUËITI, Marc, PIEPER, Katherine, y CLARK, Hannah, 2019. “Increasing Inclusion in Animation: Investigating Opportunities, Challenges, and the Classroom to the C-Suite Pipeline”. USC Annenberg. WIA Women In Animation.
- SOTO CASÁS, Pablo, 2019. “Purplewashing or change in the videogames industry”, Santiago: Universidad de Santiago de Compostela.
- STEFANSKY, Emma, 2018. “Noelle Stevenson Wanted the New ‘She-Ra’ to Be as Realistic as a Magical Sci-Fi Fantasy Can Be” en *Thrillist*, 13 de noviembre de 2018 (<https://www.thrillist.com/entertainment/nation/she-ra-netflix-noelle-stevenson-interview> [acceso: marzo, 2021]).
- THOMPSON, T.L., Zerbinos, E., 1995. “Gender roles in animated cartoons: Has the picture changed in 20 years?” en *Sex Roles*, 32, 651–673.
- THURM, Eric, 2016. “Steven Universe censorship undermines Cartoon Network’s LGBTQ progress” en *The Guardian*, 12 de enero de 2016 (<https://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2016/jan/12/steven-universe-censorship-cartoon-networks-lgbtq> [acceso: enero, 2021]).
- TORNAY- MÁRQUEZ, M. Cruz, 2021. “Gender and media: contribuciones a una comunicación con perspectiva de género desde el feminismo y su influencia en las políticas de igualdad” en *Mediterranean Journal of communication*, vol 12 (2), pp. 35-44 (<https://doi.org/10.14198/MEDCOM.19195> [acceso: julio, 2021]).

TRUMBORE, Dave, 2020. "Kipo and the Age of Wonderbeasts' Review: Unlike Any Animated Adventure You've Seen" en *Collider*, 14 de enero de 2020 (<https://collider.com/kipo-and-the-age-of-wonderbeasts-review/> [acceso: junio, 2021]).

VICENS POVEDA, Ana, 2018. *Heroínas o princesas: análisis de la evolución de los personajes de la marca "Princesas Disney" desde su posible superación de los estereotipos sexistas, dentro y fuera de la ficción animada*, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

ZURIAN HERNÁNDEZ, Francisco y HERRERO JIMÉNEZ, Beatriz, 2014. "Los Estudios de Género y la Teoría Fílmica Feminista como marco teórico y metodológico para la investigación en Cultura Audiovisual" en *Área Abierta*, vol. 14(3), pp. 5-21 (https://doi.org/10.5209/rev_ARAB.2014.v14.n3.46357 [acceso: enero, 2021]).

© Del texto: Dácil Roca Vera y Alfonso Ruiz Rallo

© De las imágenes: sus autoras y autores.