

EVALUACIÓN DE LA CONEXIÓN EMOCIONAL CON PERSONAJES ANIMADOS: EL CASO DE BO PEEP EN TOY STORY

RESUMEN

Este artículo examina la transformación del personaje Bo Peep en *Toy Story 4* (Josh Cooley, 2019), como caso de estudio para analizar los vínculos afectivos entre el público y los personajes femeninos en el cine de animación. A través de una metodología híbrida que combina análisis narrativo, teoría fílmica feminista y enfoques de experiencia de usuario, se explora cómo la evolución simbólica de Bo Peep es percibida por los espectadores y qué emociones activan su rediseño. Los resultados obtenidos mediante encuestas y talleres cualitativos, revelan una valoración ambivalente: aunque el nuevo rol de Bo Peep como heroína independiente genera identificación positiva, también se percibe una desconexión narrativa que afecta a su credibilidad emocional. El estudio aporta herramientas para evaluar la eficacia simbólica de los personajes animados desde una perspectiva crítica e interdisciplinar, contribuyendo al análisis de la representación de género en la animación institucional contemporánea.

ABSTRACT

This article examines the transformation of the character Bo Peep in *Toy Story 4* (Josh Cooley, 2019) as a case study to analyze the emotional bonds between audiences and female characters in animated cinema. Through a hybrid methodology combining narrative analysis, feminist film theory, and user experience approaches, the study explores how Bo Peep's symbolic evolution is perceived by viewers and what emotional responses her redesign elicits. The findings based on surveys and qualitative workshops, reveal an ambivalent reception: while Bo Peep's new role as an independent heroine fosters positive identification, a perceived narrative discontinuity undermines her emotional credibility. This study provides tools to evaluate the symbolic effectiveness of animated characters from a critical and interdisciplinary perspective, contributing to the broader discussion on gender representation in contemporary institutional animation.



Evaluating Emotional Connection with Animated Characters: The Case of Bo Peep in *Toy Story*

**Elisabet
Fonts González**

Universidad Politècnica de
Catalunya, Centre d'Imatge i la
Tecnologia Multimèdia, España

**Eva
Villegas Portero**

Universidad Politècnica de
Catalunya, Centre d'Imatge i la
Tecnologia Multimèdia, España

PALABRAS CLAVE

Animación, experiencia de usuario, representación de género,
identificación emocional, actualización de personajes, narrativa audiovisual

KEY WORDS

Animation, user experience, gender representation,
emotional identification, character updating, audiovisual storytelling

DOI

<https://doi.org/10.4995/caa.2026.24312>

Biografías

Elisabet Fonts. Doctora en Ciencias y Nuevas Tecnologías y Licenciada en Comunicación Audiovisual. Es docente y coordinadora académica en la Universitat Politècnica de Catalunya (CITM), y ha colaborado con la Universitat de Barcelona, la Universitat de Vic y la ESCAC. Es directora académica del posgrado en Technical Art for Videogames. Las asignaturas que imparte en distintos grados se centran en el ámbito de la animación 3D y 2D, así como en el arte digital en diferentes contextos. Además, colabora con Cadena SER Catalunya y es proveedora de servicios audiovisuales para The Walt Disney Company en el canal deportivo ESPN de Estados Unidos.

Eva Villegas. Doctora en experiencia de usuario por la Universitat Ramon Llull (URL), Máster en Creación Multimedia y Serious Games (La Salle-URL), Máster en tecnologías accesibles para la sociedad de la información (UOC). Coordinadora del Grado en Diseño Digital y tecnologías multimedia y directora académica y ponente de la Microcredencial en UX para la industria de los videojuegos. Responsable de la línea de investigación en experiencia de usuario del grupo de investigación DiCODE (Digital Culture and Creative Technologies Research Group).

Introducción

En las últimas décadas, la animación institucional ha iniciado un proceso de revisión simbólica de sus arquetipos narrativos, particularmente en lo que respecta a la representación de los personajes femeninos (Banet-Weiser, 2018: 10; Gill, 2016: 610). Este proceso, enmarcado en el contexto socio-cultural de la cuarta ola feminista, responde a una creciente demanda por figuras más complejas, autónomas y emocionalmente verosímiles (Hains, 2014: 49; Wells, 1998: 69). En este escenario, el rediseño de personajes clásicos como el de Bo Peep en *Toy Story 4* no constituye únicamente una actualización estética, sino una operación discursiva que busca reconfigurar su agencia simbólica en diálogo con nuevas sensibilidades culturales (Potts y Cooley, 2019: 95). Conviene matizar que la agencia femenina y los modelos de heroína no emergen “de la nada” en los

años noventa. Existen precedentes relevantes en la cultura audiovisual y en tradiciones animadas diversas incluyendo figuras transgresoras tempranas, roles femeninos activos y arquetipos de autonomía en distintas cinematografías. No obstante, el foco de este artículo no es reconstruir una historia total de las heroínas en la animación, sino analizar un fenómeno específico de la animación institucional contemporánea: la reconfiguración (visual, narrativa y simbólica) de personajes ya consolidados dentro de franquicias de larga duración, y el impacto de esa operación en la identificación emocional del público. Desde esta delimitación, el caso de Bo Peep permite observar con nitidez la tensión entre empoderamiento visual, continuidad diegética y memoria afectiva del espectador.

Este trabajo adopta un diseño de estudio de caso orientado a la transferencia analíti-

ca: Bo Peep funciona como un “caso crítico” de resignificación en franquicia (retorno tras ausencia, rediseño marcado y memoria afectiva acumulada), lo que permite observar con claridad cómo se negocian hoy las tensiones entre discurso de empoderamiento, coherencia narrativa y recepción emocional. El enfoque metodológico (triangulación entre análisis textual y técnicas de experiencia de usuario) es aplicable a otros procesos de actualización de personajes en animación institucional, abriendo la puerta a estudios comparativos.

El presente artículo parte del caso de Bo Peep para explorar las condiciones narrativas, visuales y experienciales que permiten o dificultan la construcción de vínculos afectivos sostenibles entre el público y los personajes femeninos en la animación contemporánea (Soto, 2010: 824). Desde un enfoque interdisciplinar que integra teoría fílmica feminista, estudios de animación y metodologías de evaluación de experiencia de usuario como técnicas proyectivas (Alvarez-Gayou, 2003: 30-34; Norman 2002) el artículo se estructura en torno a tres ejes complementarios: (1) la evolución de la representación femenina en el cine animado, desde el *male gaze* hasta modelos de agencia narrativa; (2) los mecanismos de identificación emocional y empatía con personajes animados; y (3) la evaluación crítica del rediseño de Bo Peep a partir de técnicas cualitativas y cuantitativas aplicadas a una muestra de espectadores vinculados al ámbito de la creación audiovisual. El objetivo principal de este estudio es analizar cómo la transformación simbólica de Bo Peep impacta en la experiencia emocional del espectador. Para ello, se implementa una metodología híbrida que combina talleres de experiencia de usuario, encuestas comparativas y análisis na-

rrativo, lo cual permite triangular perspectivas y captar tanto respuestas explícitas como resonancias subjetivas. Este diseño metodológico ofrece una contribución original al campo de los estudios de animación, al poner en relación el análisis textual con los procesos afectivos de recepción. Asimismo, el artículo se propone abrir un espacio de reflexión crítica sobre los límites de la animación comercial para construir trayectorias femeninas verosímiles, emocionalmente efectivas y narrativamente coherentes. A través del caso de Bo Peep, se discute hasta qué punto los procesos de transformación simbólica logran ser percibidos como auténticos por parte de las audiencias, y qué factores narrativos y experienciales inciden en dicha percepción. En este sentido, se apuesta por una mirada que combina el rigor analítico con herramientas propias del diseño y la investigación cualitativa aplicada, generando un marco fértil para futuras investigaciones sobre representación, afectividad y experiencia estética en el audiovisual animado.

01

Evolución de la representación femenina en la animación: del *male gaze* a la agencia narrativa

La representación femenina en la animación ha estado tradicionalmente condicionada por estructuras patriarcales que perpetúan

estereotipos visuales y narrativos. El concepto de *male gaze* o mirada masculina, ayuda a explicar cómo la mujer ha sido construida como objeto pasivo del deseo masculino en el cine clásico (Lauretis, 1987: 114; Mulvey, 1975: 15). Este enfoque también permeó la animación, particularmente en el modelo de princesa Disney, donde las protagonistas eran representadas como bellas, sumisas y definidas por sus vínculos románticos. Estas representaciones reforzaban una visión binaria y normativa del género, en la que el papel de la mujer se limitaba a ser admirada y rescatada (Bell *et al.*, 1995: 25). Sin embargo, en el marco del canon *mainstream* estadounidense y, en particular, del modelo Disney y su influencia industrial, a partir de los años 90, comenzó a gestarse una transformación significativa en el modo de representar a los personajes femeninos en el cine animado. Diversos estudios han señalado cómo progresivamente se introdujeron figuras más activas, críticas del rol tradicional, y con capacidad de agencia narrativa (Davis, 2006: 58; Hains, 2014: 75). Esta transición coincide con una mayor atención a los discursos posfeministas y con la expansión del mercado global de la animación, que ha requerido personajes más complejos y culturalmente resonantes. En este nuevo paradigma, la animación ya no se limita a reproducir modelos tradicionales, sino que explora nuevos arquetipos femeninos: desde la rebeldía de *Indomable* (*Brave*, Brenda Chapman, Mark Andrews, 2012), hasta el dilema emocional de Elsa (*Frozen*, Jennifer Lee, Chris Buck, 2013) o la guerrera introspectiva de *Raya y el último dragón* (*Raya and the Last Dragon*, Carlos López Estrada, Don Hall, 2021). Estos personajes no solo cumplen funciones narrativas más activas, sino que cuestio-

nan abiertamente el modelo de feminidad normativa, generando rupturas discursivas respecto a sus predecesoras. Incluso se ha observado cómo esta transformación en la animación implica también un giro hacia lo simbólico, donde el empoderamiento se articula no solo en la acción, sino también en el lenguaje visual, la puesta en escena y la autonomía emocional (Pilling, 1999: 64; Wells, 1998: 32; Wolf, 1991: 54).

El rediseño de Bo Peep en *Toy Story 4* constituye un caso significativo. De figura secundaria y maternal en las primeras entregas, pasa a un rol más activo e independiente, con una estética renovada que busca alinearse con los valores de la cuarta ola feminista (Gill, 2007: 148-149). Sin embargo, este cambio ha suscitado críticas sobre el riesgo de un empoderamiento superficial sin respaldo narrativo coherente (Rosalind C. Gill, 2007: 296). No obstante, la representación de Bo Peep ha generado controversia. Autores como Gilliam y Wooden (2008: 8) advierten sobre los peligros del empoderamiento superficial en el cine comercial, donde las transformaciones simbólicas no siempre se acompañan de una narrativa coherente. En el caso de Bo Peep, la falta de un desarrollo progresivo a diferencia de personajes como Jessie plantea dudas sobre la autenticidad de su transformación: ¿responde a una evolución narrativa o a una estrategia de mercado? La existencia de Jessie no reduce la relevancia del caso, sino que ofrece un contraste interno que permite medir cómo la continuidad narrativa (Jessie) frente a la resignificación abrupta de Bo Peep modula la identificación emocional. Los cambios simbólicos solo generan impacto si están integrados en una lógica narrativa coherente (Stover, 2013: 29). Cuando esa

progresión es abrupta, como ocurre con Bo Peep, se incrementa el riesgo de disonancia con el espectador. En este contexto, analizar la percepción del personaje en jóvenes vinculados a la animación resulta clave para entender cómo se negocian hoy los modelos de empoderamiento femenino en el cine animado.

02 Mecanismos de identificación emocional y empatía con personajes animados

La identificación y la empatía son procesos fundamentales en la recepción de personajes animados, especialmente cuando se estudia la conexión emocional que el público establece con figuras de ficción (Maldonado, 2020: 102). Desde la teoría narrativa y la psicología de la recepción, diversos autores han argumentado que la identificación permite al espectador adoptar la perspectiva del personaje, experimentar sus emociones y compartir sus dilemas internos (Cohen, 2001). En el caso de la animación, esta identificación presenta diversas particularidades. A pesar de su carácter estilizado o no realista, los personajes animados logran generar vínculos emocionales profundos con la audiencia, gracias al uso de recursos narrativos, visuales y sonoros cuidadosamente

diseñados (Wells, 1998: 302). Esta capacidad de producir empatía se relaciona con lo que (Plantinga, 2009: 280) se denomina “empatía mediada por la forma”, un fenómeno en el cual la puesta en escena, el diseño expresivo del personaje, y la estructura emocional del relato, permiten al espectador compartir estados afectivos con la figura representada. Asimismo, la empatía no siempre implica aprobación moral del personaje, sino que puede coexistir con formas complejas de ambivalencia. La disposición afectiva (Zillmann, 1994) propone que el espectador ajusta su nivel de empatía en función de los juicios que realiza sobre la conducta del personaje y la justicia de su destino. En este sentido, personajes ambiguos o con cambios narrativos abruptos, como Bo Peep, pueden despertar tanto cercanía emocional como distanciamiento crítico. En el ámbito de la animación contemporánea, la identificación con personajes se ve afectada por factores como la trayectoria narrativa, el simbolismo visual, y el grado de agencia que poseen. Un personaje bien construido emocionalmente no solo debe tener coherencia interna, sino que debe estar situado en una estructura de relato que permita al espectador seguir su arco de transformación de forma comprensible (Soto, 2010). En este marco, el rediseño de Bo Peep plantea un caso de estudio valioso. Su retorno en *Toy Story 4* implica una reconfiguración estética y simbólica que busca activar una nueva forma de empatía por parte del espectador. No obstante, como se verá en los resultados del presente estudio, la respuesta emocional no siempre se alinea con la intención del relato. Las percepciones sobre su autenticidad, evolución y comparación con otros personajes femeninos son clave para entender cómo la empatía se

construye y en ocasiones se fractura en el cine de animación. Estos conceptos sobre identificación, empatía y respuesta afectiva se utilizarán en el análisis para interpretar la recepción del personaje por parte de la muestra participante. De este modo, se articula una perspectiva teórica que conecta la representación de género con los mecanismos emocionales de la narrativa audiovisual animada.

La representación femenina en el cine de animación ha sido objeto de una progresiva resignificación en las últimas décadas, especialmente a partir de los debates del feminismo de tercera y cuarta ola. Frente a los estereotipos clásicos de la “princesa pasiva”, los nuevos modelos narrativos han intentado articular figuras femeninas activas, autónomas y emocionalmente complejas. Sin embargo, autores como (Cocca, 2016: 24) y (McRobbie, 2012) advierten que esta aparente transformación puede responder más a un “empoderamiento de superficie” neoliberal y estético que a una reconfiguración real de las estructuras de poder y significado. En este contexto, el rediseño de personajes como Bo Peep se inscribe en una lógica de “agencia visualizada”, donde la independencia se representa visualmente, pero no siempre se sostiene narrativamente. Estas representaciones se integran dentro del discurso postfeminista, que celebra figuras de mujeres fuertes sin cuestionar el marco ideológico que las sustenta (Tasker y Negra, 2007: 1-5). La estetización de la fuerza a través del cambio de vestuario, corporalidad o actitud corre el riesgo de convertir la agencia en un atributo visual antes que en un proceso narrativo sostenido. En el caso de Bo Peep, la ruptura con su imagen tradicional activa signos de poder (ropa

funcional, bastón como arma, ausencia del lazo romántico), pero la discontinuidad con sus versiones anteriores genera una fricción simbólica que dificulta su recepción afectiva. Esta dimensión emocional ha sido estudiada ampliamente en el campo de la teoría fílmica desde enfoques fenomenológicos y cognitivos. La empatía y la identificación con los personajes animados no se construyen solo a partir de sus acciones, sino mediante procesos acumulativos de disposición afectiva y continuidad narrativa (Grodal, 2009: 45; Plantinga, 2009: 95). La conexión con una figura requiere de coherencia temporal, simbólica y emocional, especialmente en sagas de larga duración donde los espectadores establecen vínculos estables con personajes que forman parte de su imaginario afectivo. En este sentido, el cambio radical en el perfil de Bo Peep no solo afecta a su coherencia interna como personaje, sino a la experiencia emocional del espectador. Por otro lado, la visualidad del personaje entendida como código simbólico ocupa un rol central en la construcción de sentido en la animación. El diseño animado actúa como un lenguaje que condensa atributos éticos, emocionales y narrativos (Wells, 1998: 78). Los elementos icónicos como el color, la silueta o el movimiento no son neutrales, sino dispositivos significantes que orientan la lectura del espectador (Furniss, 2017: 25-153). Así, el paso de Bo Peep del rosa pastel al azul funcional no implica solo una renovación estética, sino una relectura de su papel dentro del universo narrativo. Sin embargo, si este cambio no se articula con una progresión emocional coherente, puede generar una “disonancia del diseño emocional”: una fractura entre la forma percibida y la experiencia emocional que esta provoca (Norman, 2016: 24).

03

Análisis del rediseño de Bo Peep

La aplicación de técnicas cualitativas y cuantitativas promoviendo la participación de espectadores de las películas, permite establecer un cambio de paradigma respecto sistemas hipotético-deductivos donde a partir de una evaluación empírica de los datos, se sugieren soluciones, a un sistema donde el espectador puede ser parte principal de las posibles decisiones (Chan, 2010).

Metodología

Este estudio sigue una metodología de enfoque mixto con predominio cualitativo, basada en técnicas de experiencia de usuario (Gonen, 2009). El objetivo es analizar la percepción afectiva y simbólica del rediseño de Bo Peep en *Toy Story 4*. El proceso se dividió en tres fases: (1) visionado de las cuatro películas de *Toy Story*; (2) realización de talleres experienciales; y (3) aplicación de una encuesta posterior.

Participantes

En los dos primeros pasos el grupo experimental se realizó con 20 alumnos universitarios del Grado en animación y arte digital de la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC). Las encuestas finales se realizaron con un total de 122 alumnos universitarios, esta vez, del mismo grado que los participantes de los talleres y del Grado en diseño y desarrollo de videojuegos en la

misma universidad. Todos ellos con una edad comprendida entre los 18 y los 23 años.

Fase 1: visionado de las cuatro películas de Toy Story

Antes de participar de los talleres, se solicitó a los estudiantes que visualizaran nuevamente las cuatro películas de *Toy Story*, para asegurar una base narrativa compartida y actualizar la posible memoria afectiva de la evolución de los personajes.

Fase 2 y 3: desarrollo de talleres experienciales

Se realizaron 2 talleres divididos en grupos de 10 estudiantes, y aplicando el mismo procedimiento, para poder tener grupos reducidos de alumnos. La ejecución de los talleres se basa en el desarrollo de actividades individuales y actividades grupales, según las necesidades de aplicación de cada una de las técnicas. El proceso se describe a continuación.

Ice Bracker

Al inicio de los talleres se propuso un ejercicio exploratorio en el que los participantes dibujaron al personaje Alien de *Toy Story*, con el fin de activar recuerdos afectivos, generar un ambiente distendido y conectar simbólicamente con el universo Pixar. Las verbalizaciones espontáneas permitieron detectar vínculos emocionales previos con personajes secundarios.

Focus Bipolar Laddering (BLA)

Técnica diseñada para aportar valor de la experiencia del usuario mediante una en-

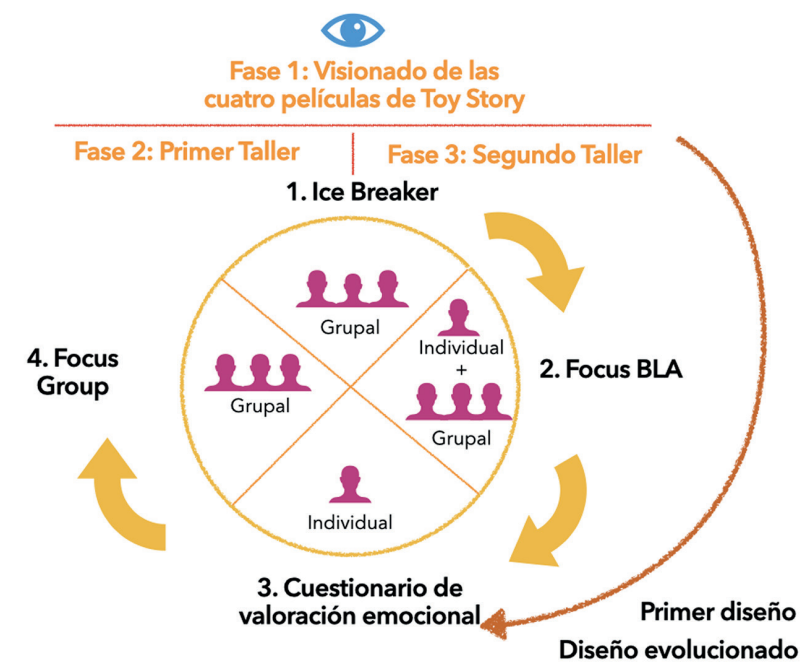


Figura 1. Diseño metodológico del estudio. Fuente: Elaboración propia.

cuesta socrática, una vez que el usuario ha completado la experiencia relacionada, en este caso, con la visualización de las películas. Inicialmente, de forma individual, los usuarios identifican de forma espontánea y sin condicionamientos previos, los puntos fuertes y débiles de la experiencia según sus percepciones y, justifican su selección; después, con una misma escala, valoran sobre 10 cada selección, donde el 0 indica una nota negativa y el 10 indica la nota más positiva; finalmente, y de forma conjunta, los participantes aportan las sugerencias de solución o mejora para cada uno de los puntos (Pifarré y Tomico, 2007: 13; Pifarré 2009: 56)

Cuestionario de valoración emocional: Es un tipo de cuestionario que se utiliza para calibrar la experiencia emocional ante un sistema. La obtención de parejas de sentimientos se basa en un estudio realizado por Schmidt-Atzert. Los datos se recogen en una escala Likert (100% como valor positivo, 75%, 50%, 25%, 0% que tiene el valor negativo), según los sentimientos que ha tenido el participante después de visualizar las películas: Confianza/desconfianza, alta calidad/baja calidad, útil/no útil, interesante/aburrida, familiar/desconocida, confortable/incómoda, atractiva/poco atractiva, innovadora/convencional, simple/compleja, cercana/lejana, divertida/no divertida (Schmidt-Atzert, 1985: 53).



Figura 2. Fotografía tomada durante el workshop. Fuente: Elaboración propia.

Focus Group

Para cerrar la sesión, se generó una conversación grupal abierta donde los participantes discutieron la evolución del personaje, su coherencia narrativa y su capacidad de generar identificación emocional (McQuarrie y Krueger, 1989: 15-30). Estas dinámicas permitieron recoger verbalizaciones espontáneas, asociaciones simbólicas y percepciones matizadas sobre el rediseño de Bo Peep, activando mecanismos de empatía y juicio crítico.

Encuesta

Una vez finalizados los talleres, se realiza una encuesta abierta a más cantidad de estudiantes, esta vez, vinculados al arte, pero ampliando al ámbito de los videojuegos, para complementar los resultados de la fase anterior. Los datos obtenidos permiten complementar la dimensión cualitativa, con

una visión panorámica sobre los patrones de recepción y preferencias del público joven.

Análisis de los resultados de los talleres

Los datos cualitativos se analizaron agrupando respuestas en categorías recurrentes relacionadas con la percepción emocional y simbólica del personaje. Este enfoque permitió identificar patrones comunes sin perder la diversidad de opiniones. Por su parte, los datos cuantitativos se procesaron mediante frecuencias relativas y porcentajes, lo que permitió observar tendencias en la valoración del rediseño, su coherencia narrativa y el grado de identificación afectiva. La triangulación entre talleres presenciales y encuesta en línea facilitó una interpretación conjunta, revelando patrones de recepción emocional y contrastes significativos respecto a otros personajes femeninos de la saga. A continuación,

se presentan los resultados más relevantes. A continuación, se presentan los resultados más relevantes de estos encuentros:

Focus BLA (Bipolar Laddering)

Se identificaron siete elementos positivos comunes, diferenciados entre el diseño original y el rediseño del personaje en Toy Story 4. La Tabla 1 recoge la codificación de cada elemento, su puntuación media y el porcentaje de menciones por parte de los participantes. (Tabla 1).

Se obtienen 7 elementos comunes negativos, diferentes, entre los dos diseños. Igual que en el caso anterior, se ha dividido en elementos comunes del primer diseño común del personaje y los elementos comunes del diseño evolucionado. La Tabla 2 contiene la

codificación del elemento, la enumeración de elementos negativos, la puntuación media de los participantes y el porcentaje de mención. (Tabla 2).

Coherencia narrativa y credibilidad del rediseño

Uno de los aspectos más discutidos por los participantes fue la coherencia entre la nueva representación de Bo Peep en Toy Story 4 y su trayectoria previa. La transformación del personaje fue percibida por una parte del grupo como abrupta y poco justificada narrativa-mente, con comentarios como: “Es como si le hubieran cambiado la personalidad de golpe, no parece la misma Bo Peep que conocíamos” (estudiante 8, taller 1), “Me gusta que sea más fuerte, pero no hay un arco que lo justifique.

Tabla 1. Elementos comunes positivos. Fuente: Elaboración Propia.

Elementos comunes positivos del primer diseño			
Elementos positivos		Puntuación media	Índice de mención
1EPC	Personalidad	7,77	65%
2EPC	Rol en la narrativa	7,42	60%
3EPC	Actitud ante los retos	8,11	45%
4EPC	Apariencia percibida	7,00	25%
5EPC	Ovejas	9,00	20%
6EPC	Ropa del personaje	8,25	20%
		7,92	
Elementos comunes positivos del diseño evolucionado			
Elementos positivos		Puntuación media	Índice de mención
1EPC2	Personalidad	9,33	75%
2EPC2	Actitud ante los retos	9,17	60%
3EPC2	Ropa del personaje	9,18	55%
4EPC2	Apariencia percibida	8,83	30%
5EPC2	Herramientas	9,80	25%
6EPC2	Rol en la narrativa	9,50	20%
		9,30	

Tabla 2. Elementos comunes negativos. Elaboración propia.

Elementos comunes negativos del primer diseño			
Elementos negativos		Puntuación media	Índice de mención
1ENC	Rol en la narrativa	2,93	75%
2ENC	Actitud ante los restos	4,63	55%
3ENC	Apariencia percibida	3,88	45%
4ENC	Ropa del personaje	4,57	35%
5ENC	Personalidad	2,83	30%
6ENC	Historia, narrativa	2,8	25%
		3,60	
Elementos comunes negativos del diseño evolucionado			
Elementos negativos		Puntuación media	Índice de mención
1ENC2	Rol en la narrativa	5,11	45%
2ENC2	Personalidad	4,22	45%
3ENC2	Dependencia de Woody	5,50	40%
4ENC2	Historia, narrativa	4,88	40%
5ENC2	Apariencia percibida	5,29	35%
6ENC2	Actitud ante los retos	5,17	30%
		5,03	

Aparece ya ‘empoderada’ sin haberlo vivido” (estudiante 2, taller 2). Esta percepción se tradujo en valoraciones dispares, mientras algunos celebraban el giro hacia un rol más activo y autónomo, otros lo consideraban una adaptación superficial a las tendencias actuales, sin un desarrollo orgánico en la narrativa previa. Esta tensión resuena con los debates en torno al empoderamiento performativo (Rosalind C. Gill, 2007: 42), donde la apariencia de agencia no siempre implica una transformación estructural del personaje.

Reconfiguración visual y simbólica

El rediseño visual del personaje, desde su atuendo hasta su lenguaje corporal, generó comentarios tanto positivos como ambivalen-

tes. Si bien fue valorado como más dinámico y moderno, algunos participantes cuestionaron si la estilización respondía más a una lógica de mercado que a una evolución genuina del personaje. Con comentarios como: “Woody y Bo Peep sólo se ven como pareja” (estudiante 3, taller 1), “Es un personaje innecesario, ella y sus ovejas apenas salen en las películas y en la tercera ni sale” (estudiante 17, taller 2). El cambio de vestuario fue interpretado como un signo explícito de empoderamiento, aunque también se señalaron ciertos estereotipos visuales persistentes, es decir: “Con su estética se ve que es una muñeca muy delicada y eso no favorece en su papel. Sin embargo, va en consonancia con la personalidad dócil y calmada que tiene. Sin embargo, debería tener una apariencia más de pastora con pantalo-

nes, ya que puede ser bastante incómodo por el rol que desempeña” (estudiante 9, taller 1), “La representación estereotipada con proporciones del cuerpo poco realistas y la estética más tradicional no ayudan a empatizar con el personaje tal y como se ve actualmente. Sin embargo, en un pasado las niñas de 1995 puede que se sintieran atraídas por el personaje, ya que era el único personaje femenino en la primera entrega de Toy Story” (sugerencia general). Estos puntos, evidencian que el empoderamiento simbólico no solo depende de la estética, sino de su integración con una narrativa coherente.

Emoción e identificación

En relación con la conexión emocional, se observó una menor identificación con Bo Peep en comparación con personajes como Jessie. La escasa presencia previa del personaje dificultó el establecimiento de vínculos emocionales profundos. “Le han quitado la falda y le han puesto pantalones, pero sigue siendo ‘cuqui’. Es como empoderamiento light” (estudiante 4, taller 1), “Visualmente es más moderna, pero no sé si eso basta para que sea más fuerte como personaje” (estudiante 6, taller 2). No obstante, algunos participantes manifestaron admiración hacia su nueva actitud decidida, especialmente al compararla con representaciones más pasivas de personajes femeninos en entregas anteriores. Este contraste apunta a la importancia de la continuidad narrativa en la construcción de empatía (Cohen, 2001: 52; Plantinga, 2009: 282).

Cuestionario de valoración emocional

Los parámetros que más destacan en el primer diseño son: confianza, sencillez, atractivo

y familiar, frente a pocas valoraciones ante distante, convencional, aburrido y no útil. En el segundo diseño, en cambio, destacan mayormente los valores positivos: confianza, alta calidad, utilidad, interesante, confortable, atractivo, innovación, pero, con una valoración negativa ante: desconocido, complicado y poco divertido.

Focus Group: Comparaciones simbólicas entre Bo Peep, Jessie y Barbie

Durante los debates surgió de forma espontánea y reiterada la comparación entre Bo Peep, Jessie y Barbie. Jessie fue valorada como un modelo de empoderamiento progresivo, con un arco narrativo que facilitó la identificación del público. Bo Peep, en cambio, fue vista por algunos como una figura reconfigurada “desde fuera”, generando sospechas sobre la autenticidad de su transformación. “Jessie me emociona más porque la ves crecer, tiene historia, tiene heridas. Bo Peep aparece y desaparece” (estudiante 3, taller 2), “No me sentí tan conectada con ella, aunque su actitud ahora me pareció admirable” (estudiante 1, taller 1). En el caso de Barbie, se reforzó su rol como estereotipo clásico, apenas cuestionado dentro de la saga. Estas comparaciones permiten situar la evolución de Bo Peep en un eje más amplio de representación femenina en Pixar, donde se visibilizan las fricciones entre agencia simbólica y construcción narrativa.

Análisis de los resultados de la encuesta

Con el fin de ampliar la comprensión sobre la conexión emocional del público joven con el rediseño de Bo Peep, se llevó a cabo un cuestionario dirigido a estudiantes universitarios con conocimientos en creación audiovisual

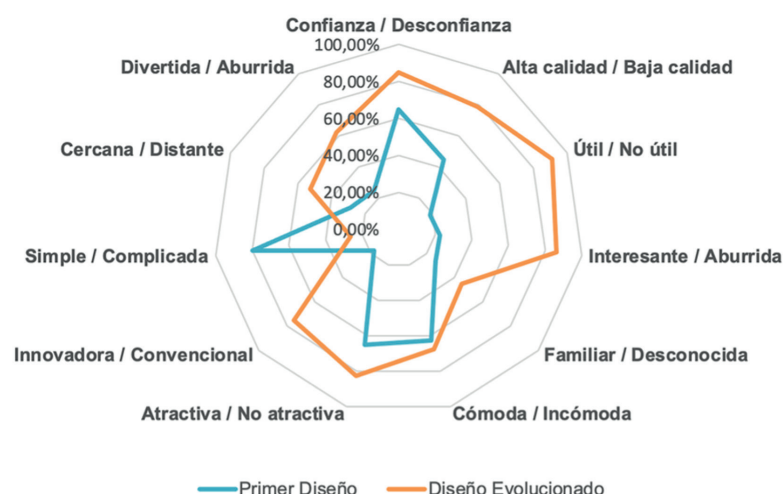


Figura 3. Resultados del cuestionario de valoración emocional. Fuente: Elaboración Propia.

y lenguajes digitales. Esta aproximación no buscó ofrecer una validación estadística del fenómeno, sino identificar patrones simbólicos recurrentes en la percepción de personajes femeninos en animación. Desde una perspectiva de estudios culturales (Gill, 2007; Jenkins, 2006), entender cómo se activa la identificación con una figura animada implica explorar las intersecciones entre narrativa, estética y valores sociales comparados. Los resultados indican que la mayoría de los encuestados se inclinó por la versión de Bo Peep en *Toy Story 4* como más interesante (61,5 %), especialmente por su nueva actitud y autonomía. Esta tendencia sugiere una receptividad positiva hacia figuras femeninas que encarnan modelos de agencia y decisión, en línea con las transformaciones discursivas de género en los medios. Sin embargo, esta preferencia no implica una

identificación emocional automática. Los comentarios recogidos y los datos cualitativos de los talleres revelan una cierta distancia afectiva con esta versión: es admirada, pero no necesariamente cercana. La emoción en el cine animado no se construye únicamente a través del rol del personaje, sino de la coherencia de su trayectoria. La ruptura entre la Bo Peep romántica y pasiva de las primeras entregas y la heroína de acción de la cuarta entrega generó, en muchos casos, una sensación de discontinuidad narrativa. El 91,8 % de los participantes indicó que el color del vestuario influye en cómo interpretan la personalidad del personaje. Este dato, más allá de su valor cuantitativo, revela el poder del diseño visual como vector simbólico. El paso del rosa pastel al azul desaturado fue leído por gran parte de los encuestados como un gesto de madurez y empodera-

miento, en coherencia con convenciones culturales contemporáneas sobre lo femenino activo. No obstante, una estetización del poder puede resultar ambigua si no se ancla en un relato sólido. La figura reformulada de Bo Peep encarna visualmente un ideal contemporáneo, pero en la práctica, no logra sostener completamente el vínculo emocional construido en las entregas anteriores.

Un dato especialmente revelador es que solo un 2 % de los participantes eligió a Bo Peep como su personaje femenino favorito de la saga, frente a un 91 % que optó por Jessie. Esta última fue percibida como más coherente, carismática y emocionalmente compleja. Desde una perspectiva narrativa Jessie dispone de un arco emocional claro y sostenido, con momentos de vulnerabilidad y crecimiento que consolidan su agencia desde la empatía, no solo desde la acción. Por el contrario, Bo Peep aparece como una figura visualmente atractiva pero emocionalmente distante, incapaz según los participantes de restablecer el vínculo perdido tras su ausencia en *Toy Story 2* (Lee Unkrich, 2010).

04 Discusión

Los resultados de este estudio permiten articular una discusión crítica sobre el rediseño de Bo Peep en *Toy Story 4*, entendiendo esta transformación no solo como una operación estética, sino como una intervención simbólica que busca responder a las demandas del discurso posfeminista en el cine de animación (R. Gill, 2016: 610; Tasker y Negra, 2007: 245). No obstante, la ambivalencia manifestada por

los participantes, en una mezcla de admiración simbólica y desconexión emocional, revela las tensiones entre representación ideológica y efectividad narrativa. Desde la teoría de la identificación (Cohen, 2001: 75), se ha demostrado que la empatía con los personajes requiere de una coherencia narrativa que permita al espectador asumir su punto de vista, compartir sus emociones y comprender su evolución. En este sentido, la reformulación de Bo Peep presenta un obstáculo: el personaje reaparece transformado sin que medie una progresión diagética que justifique su nueva identidad. Esta interrupción afecta los mecanismos de proyección emocional del espectador, quien no puede acompañar el proceso de cambio y, por tanto, no lo asimila como auténtico. El rediseño, aunque bien recibido a nivel visual, se percibe como un gesto impuesto desde el discurso ideológico, más que como el resultado de una trayectoria simbólicamente construida.

Este desfase se hace particularmente evidente cuando se compara con el arco narrativo de Jessie, introducida en *Toy Story* (John Lasseter, 2000) Jessie cuenta con una historia de fondo detallada que se despliega a través de recursos emocionales potentes, como la secuencia musical "Cuando me quería" (*When She Loved Me*, Sarah McLachlan, Randy Newman, 2000), donde se revela su abandono y soledad. Este fragmento no solo enriquece su dimensión psicológica, sino que establece un puente empático inmediato con el espectador, quien comprende sus motivaciones y su necesidad de pertenencia. A lo largo de las películas, Jessie evoluciona de forma progresiva: supera su miedo al abandono, fortalece sus lazos con otros personajes y afirma su voz en decisiones clave. Esta evolución, articulada en múltiples



Figura 4. Escena donde Jessie canta "When She Loved Me" en *Toy Story 2*. Fuente: Pixar Animation Studios.

entregas, consolida una conexión emocional duradera, apoyada en la coherencia narrativa, el conflicto interno y el desarrollo emocional visible (Stover, 2013: 29). Bo Peep, en cambio, desaparece del relato durante *Toy Story 2* y reaparece en la cuarta entrega como una figura empoderada, autosuficiente y desligada de sus vínculos afectivos previos. Su nueva apariencia, lenguaje corporal y rol activo responden al paradigma de la "heroína independiente", pero sin haber sido legitimados por una progresión narrativa que los explique. Esta falta de transición dificulta la proyección afectiva del público, especialmente para quienes conservan una memoria emocional de la Bo Peep clásica: delicada, cuidadora, secundaria. Así, lo que podría haber sido una evolución inspiradora se transforma en una ruptura simbólica que genera desconexión. La teoría de la disposición afectiva (Zillmann, 2006: 38) permite entender esta respuesta como el resultado de un desajuste

entre la imagen moral y la emocional que el espectador había construido previamente del personaje, y la versión transformada que se le presenta sin contexto narrativo suficiente. Esta disonancia emocional se ve agravada por el hecho de que Bo Peep ya no expresa vulnerabilidad ni dudas, lo que disminuye la posibilidad de generar empatía: la identificación emocional se activa más fácilmente ante personajes que revelan conflictos internos y atraviesan procesos de cambio visibles (Plantinga, 2009: 281).

Además de Jessie, otro personaje que merece ser considerado en este análisis es Barbie, cuya presencia en *Toy Story* y *Toy Story 2* ejemplifica una relectura autorreflexiva de los estereotipos de género clásicos. Aunque inicialmente representada como un objeto decorativo hipersexualizado, Barbie adquiere en *Toy Story 2* una inesperada agencia narrativa y un giro irónico que permite al espectador reinterpretar su papel desde una clave



Figura 5. Comparativa entre el primer diseño de personaje de Bo Peep en *Toy Story 1, 2, y 3* y *Toy Story 4*. Fuente: Imagen de Pixar Animation Studios.

subversiva (Hains, 2014: 68). Su evolución, aunque más breve, resulta coherente dentro del arco narrativo y emocional de la saga, permitiendo cierto grado de identificación positiva. En contraste, la reformulación de Bo Peep carece de estos elementos de autoconciencia paródica o progresión narrativa, lo que contribuye a su desconexión emocional con parte del público. La comparación con Barbie evidencia, por tanto, que incluso personajes tradicionalmente problemáticos pueden ser resignificados de forma eficaz si se construyen con continuidad simbólica, diálogo intertextual y una lógica emocional integrada. Además, el análisis comparativo con el personaje de Barbie refuerza la hipótesis central de este estudio: que la eficacia simbólica de una transformación no depende únicamente del rediseño estético o del discurso empoderado, sino de su integración coherente en la diége-

sis. Desde su aparición en *Toy Story*, Barbie ha transitado de ser un elemento decorativo o satírico hacia una figura que encarna agencia y capacidad crítica, especialmente en *Toy Story 2*, donde rompe con su rol superficial y confronta al antagonista con un gesto de autonomía ideológica (Solomon *et al.*, 2010: 64). No obstante, en *Toy Story 2*, Barbie experimenta una resignificación eficaz que combina humor autorreferencial, autonomía y ruptura con el estereotipo. A diferencia de Bo Peep, su evolución, aunque más discreta, es progresiva, simbólicamente rica y narrativamente coherente. De figura decorativa pasa a ser agente activa, protagonizando escenas de independencia, como su ruptura con Ken. Esta transformación breve pero significativa se alinea con las expectativas afectivas del público. La comparación muestra que incluso personajes problemáticos pueden resignificarse con

éxito si el cambio se articula con continuidad simbólica, diálogo intertextual y coherencia emocional. No basta modificar atributos superficiales: es clave conectar con el vínculo emocional acumulado por la audiencia.

Los talleres de experiencia de usuario (Norman, 2005) revelan que el rediseño de Bo Peep genera una “disonancia emocional de diseño”: su nueva imagen autónoma no se alinea con la memoria afectiva del espectador, provocando un quiebre narrativo. Jessie, en cambio, ofrece un arco evolutivo coherente, facilitando una identificación más sostenida. Muchos participantes mostraron más simpatía por Jessie, pese a valorar el intento ideológico de Bo Peep. Este caso evidencia los límites del empoderamiento simbólico en franquicias, donde los cambios visuales no siempre se acompañan de transformaciones estructurales, generando una recepción ambivalente (Tasker y Negra, 2007: 57).

Conclusiones

El análisis del rediseño de Bo Peep en *Toy Story 4* ofrece una oportunidad privilegiada para reflexionar sobre la intersección entre representación de género, recepción emocional y narrativas animadas contemporáneas. Los resultados obtenidos a partir de metodologías mixtas de talleres cualitativos con técnicas centradas en el usuario y encuestas comparativas permiten identificar patrones de identificación emocional y cuestionamientos simbólicos que trascienden la mera actualización estética del personaje. Entre los hallazgos principales, destaca la fuerte conexión afectiva de los participantes con la nueva Bo Peep, especialmente en lo relativo a su autonomía, capacidad de decisión y

liderazgo narrativo. Sin embargo, también emergen resistencias vinculadas a la percepción de una evolución poco integrada narrativamente, lo cual refleja una tensión entre forma y contenido: el rediseño es celebrado por su simbolismo, pero cuestionado por su ejecución abrupta (Banet-Weiser, 2018; R. Gill, 2016: 610-612; Hains, 2014). En suma, la comparación entre Jessie y Bo Peep permite concluir que la eficacia emocional de una transformación simbólica no depende únicamente de su pertinencia ideológica, sino también y especialmente de su integración narrativa. La experiencia emocional del espectador requiere procesos progresivos, conflictos internos, continuidad diegética y resonancia afectiva. Bo Peep genera admiración, pero Jessie genera identificación. Finalmente, la necesidad de adoptar enfoques narrativos más complejos en el rediseño de personajes clásicos, especialmente cuando la memoria afectiva del espectador actúa como eje central de la experiencia estética. El reto no radica solo en representar mujeres empoderadas, sino en construir las de forma emocionalmente verosímil. Para ello, los estudios de animación pueden enriquecerse con teorías sobre empatía mediada, disposición afectiva y experiencia de usuario, analizando cómo se articulan y se reciben los vínculos entre representación, narrativa y emoción.

Desde una perspectiva teórica, el estudio permite confirmar la relevancia de los conceptos de identificación y empatía mediada para comprender la respuesta del espectador ante personajes animados. La figura de Bo Peep, reconfigurada como heroína autónoma, activa mecanismos complejos de proyección y resonancia emocional, pero también confronta al público con sus propias expectativas sobre la verosimilitud del desarrollo de personajes

femeninos (Maldonado, 2020: 102). Este fenómeno se refuerza al contrastarla con figuras como Jessie o Barbie, cuya construcción narrativa ha sido más gradual. En el plano metodológico, el estudio valida el valor heurístico de aplicar técnicas de evaluación de experiencia de usuario al análisis cultural y narrativo. Esta integración permite no solo explorar lo que se representa, sino cómo se percibe, siente y resignifica dicha representación (Plantinga, 2009: 281). La triangulación entre métodos experienciales y cuantitativos ofrece una lectura más completa del impacto de los cambios simbólicos en la animación contemporánea. Esta aproximación transdisciplinar permite no solo describir fenómenos de recepción, sino también evaluar su intensidad, coherencia y resonancia simbólica en contextos culturales determinados. Por último, esta investigación plantea una reflexión crítica sobre el lugar de las transformaciones simbólicas en el cine de animación comercial (Marzal Felici y Gómez Tarín, 2007: 66). La demanda de representacio-

nes femeninas más complejas y activas es una exigencia legítima del público actual, pero su implementación narrativa requiere coherencia interna, profundidad simbólica y continuidad emocional. Solo así es posible construir personajes que no solo encarnen el cambio, sino que generen vínculos sostenibles con las audiencias y contribuyan a una representación más plural, significativa y emocionalmente auténtica (Fonts, 2025: 83; Lauretis, 1987: 1-30; Schellong, 2019).

Este estudio abre nuevas líneas de investigación, como el análisis comparativo de personajes femeninos resignificados Elsa (*Frozen*, Jennifer Lee, Chris Buck, 2013), Raya (*Raya and the Last Dragon*, Carlos López Estrada, Don Hall, 2021) o Mirabel (*Encanto*, Byron Howard, Jared Bush, 2021), y la influencia de variables como edad, género o formación en su recepción. También se plantea explorar el vínculo entre animación, nostalgia y experiencia de usuario, así como el papel del diseño visual en la construcción de la empatía.

Bibliografía

- ALVAREZ-Gayou, J. (2003). "Cómo hacer investigación Cualitativa". En *Fundamentos y metodología*. <https://doi.org/http://www.ceppia.com.co/Herramientas/Herramientas/Hacer-investigacion-alvarez-gayou.pdf>
- BANET-WEISER, S. (2018). *Empowered*. <https://doi.org/10.1215/9781478002772>
- BELL, E., Haas, L., y SELLS, L. (1995). *From mouse to mermaid : the politics of film, gender, and culture*. Indiana University Press.
- CHAN, M. (2010). *Mental Models*. Retrieved from <https://www.nngroup.com/articles/mental-models/>
- COCCA, Carolyn. (2016). *Superwomen: gender, power, and representation*. Bloomsbury Academic, an imprint of Bloomsbury Publishing Inc.
- COHEN, J. (2001). "Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences With Media Characters". En *Mass Communication & Society*, 4(3), 245–264. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0403_01
- DAVIS, A. M. (Amy M. (2006). *Good girls and wicked witches: women in Disney's feature animation*. John Libbey Pub.
- FONTS, E. (2025). "Revolución femenina en Pixar: La Influencia de Domee Shi y Turning Red en la Representación de Género y Diversidad en la Animación". En *Con A de Animación*, 20(20), 76–97. <https://doi.org/10.4995/CAA.2025.22389>
- FURNISS, Maureen. (2017). *Art in Motion*. John Libbey Publishing.
- GILL, Rosalind. (2016). "Post-postfeminism?: new feminist visibilities in postfeminist times". En *Feminist Media Studies*, 16(4). <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1193293>
- GILL, R., 2006. *Gender and the Media*. Cambridge: Polity Press.
- GILLAM, K. y WOODEN, S. R. (2008). "Post-Process Models of Gender: The New Man in Disney/Pixar". En *Journal of Popular Film and Television*, 36(1), 2–8. <https://doi.org/10.3200/JPFT.36.1.2-8>
- MARZAL FELICI, J. J., & GÓMEZ TARÍN, F. J. (Coords.). (2007). *Metodologías de análisis del film*. Edipo.
- GONEN, E. (2009). Number 2 Design Thinking Article 8 2019 Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. *Markets, Globalization & Development Review*, 4(2). <https://doi.org/10.23860/MGDR-2019-04-02-08>
- GRODAL, T. Kragh. (2009). *Embodied visions: evolution, emotion, culture, and film*.
- HAINS, R. C. (2014). *The princess problem: guiding our girls through the princess-obsessed years*. Sourcebooks.
- LAURETIS, T. (1987). *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction* (Indiana University Press, Ed.).
- MALDONADO Parra, M. (2020). "El papel de la mujer en el cine de animación de Pixar". En *SKOPOS. Revista Internacional de Traducción e Interpretación*, 10. <https://doi.org/10.21071/skopos.v10i.12758>
- MCQUARRIE, E. F. y KRUEGER, R. A. (1989). "Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research". En *Journal of Marketing Research* (Vol. 26, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/3172912>
- MCROBBIE, Angela. (2012). *The aftermath of feminism: gender, culture and social change*. SAGE.
- MULVEY, L. (1975). "Visual Pleasure and Narrative Cinema". En *Screen*, 16(3), 6–18. <https://doi.org/10.1093/SCREEN/16.3.6>
- NORMAN, D. (2016). "A Framework of using UX Persuasion as a Tool to Motivate People for using ICT Systems". En *Journal of Basic and Applied Engineering Research* (Vol. 3, Issue 12). <http://www.krishisanskriti.org/Publication.html>
- NORMAN, D. (2002). "Emotion & design". *Interactions*, 9(4), 36–42. <https://doi.org/10.1145/543434.543435>
- PIFARRÉ, M. y TOMICO, O. (2007). "Bipolar laddering (BLA): A participatory subjective exploration method on user experience". En *Proceedings of the 2007 Conference on Designing for User Experiences, DUX'07*. <https://doi.org/10.1145/1389908.1389911>
- PIFARRÉ, M., SORRIBAS, X. y VILLEGAS, E. (2009). "BLA (Bipolar Laddering) Applied to YouTube. Performing Postmodern Psychology Paradigms in User Experience Field". En *Advanced Technologies*. <https://doi.org/10.5772/8233>
- PILLING, Jayne. (1999). *A reader in animation studies*. John Libbey.
- PLANTINGA, C. R. (2009). *Moving viewers: American film and the spectator's experience*. University of California Press.
- POTTS, A. y COOLEY, J. (2019). *The art of Toy story 4* (Chronicle Books).
- SCHELLONG, M. (2019). *Pixar's SparkShorts Ignite More Diversity in Animation | KQED*. KQED. <https://www.kqed.org/pop/111128/pixars-sparkshorts-ignite-more-diversity-in-animation>
- SCHMIDT-ATZERT, Lothar. (1985). *Psicología de las emociones*. Herder.
- SOLOMON, C., Walt Disney Company., & Pixar (Firm). (2010). *The art of Toy story 3*. Chronicle Books.
- STOVER, C. (2013). "Damsels and Heroines: The Conundrum of the Post-Feminist Disney Princess". En *LUX: A Journal of Transdisciplinary Writing and Research from Claremont Graduate University*, 2(1), 29. <https://doi.org/10.5642/lux.201301.29>
- TASKER, Yvonne. y NEGRA, Diane. (2007). *Interrogating postfeminism : gender and the politics of popular culture*. Duke University Press.
- SOTO-Sanfiel, M. T., Aymerich-Franch, L., y Ribes Guàrdia, F. X. (2010). "Impacto de la interactividad en la identificación con los personajes de ficciones". En *Psicothema*, 22(4), 822–827.
- WELLS, P. (1998). *Understanding Animation*. Routledge.
- WOLF, N. (1991). *El mito de la belleza* (Continta Me Tienes, Ed.).
- ZILLMANN, D. (2006). "Explaining the enjoyment of playing video games: The role of competition". En *Conference: Proceedings of the Second International*. <https://doi.org/10.1145/958720.958735>

