



# MANUSCRITO CIENTÍFICO

Seminario Final de Diseño Gráfico

**Carrera:** Diseño Gráfico

**Tema Estratégico:** Diseño adaptado al usuario

**Películas de Pixar y la formación de valores de niños**

**Pixar films and the formation of children's values**

**Módulo 4:** Documentación Final

**Alumna:** Rodríguez de la Torre, María Guadalupe

**Legajo:** DGR01479

**Profesora:** Palamary, Rosa Esther

Fecha: 28 de Junio, 2020

## INDICE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Resumen .....</b>  | <b>2</b>  |
| Palabras claves .....   | 2         |
| <b>Abstract .....</b>   | <b>3</b>  |
| Keywords .....  | 3         |
| <b>Introducción .....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>Método .....</b>   | <b>12</b> |
| Diseño .....  | 12        |
| Participantes .....   | 12        |
| Instrumentos .....  | 16        |
| Análisis de datos .....   | 16        |
| <b>Resultados .....</b>   | <b>18</b> |
| Rol de las películas de Pixar estrenadas entre el 2009 y 2019 en la vida cotidiana de los niños de 3 a 6 años ..... | 18        |
| Los signos visuales de las películas de Pixar .....   | 20        |
| <i>Las películas</i> .....  | 20        |
| <i>Los personajes</i> .....   | 21        |
| <i>Las escenas</i> .....  | 25        |
| Influencias de las connotaciones en las películas de Pixar.....   | 26        |
| <b>Discusión .....</b>  | <b>31</b> |
| <b>Anexos .....</b>   | <b>40</b> |
| <b>Referencias .....</b>  | <b>41</b> |

**INDICED DE FIGURAS**

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| <b>Figura 1</b> ..... | <b>15</b> |
| <b>Figura 2</b> ..... | <b>16</b> |
| <b>Figura 3</b> ..... | <b>24</b> |

## RESUMEN

Esta investigación está motivada por la falta de información, desde la mirada del diseño gráfico, sobre la influencia de las películas infantiles en los niños, y más escasos son los estudios enfocados en Argentina. Mediante este trabajo, se establecieron los parámetros para la aplicación de signos visuales como medio de expresión de valores infantiles en los filmes animados dirigidos a niños de 3 a 6 años. Su desarrollo fue de alcance descriptivo, se realizó un análisis cualitativo de los datos obtenidos con dos instrumentos, aplicando a las diferentes poblaciones, siendo estas las películas de Pixar, los niños de 3 a 6 años y los padres de estos niños, un muestreo no probabilístico. Los resultados obtenidos desembocaron en importantes aportes para el objetivo de la investigación ya que, gracias al análisis realizado de la población, se obtuvieron los diez parámetros. Así, este trabajo representa un antecedente en la temática abordada, y a su vez, buscó fomentar la realización de películas infantiles para que impacte de manera positiva en los niños, mediante el uso de los parámetros establecidos.

### Palabras claves:

Diseño Gráfico, Diseño de Animación, Películas Infantiles, Signos visuales, Valores.

## ABSTRACT

This research is motivated by the lack of information, from the point of view of graphic design, on the influence of children's films on children, and more scarce are the studies focused on Argentina. Through this work, parameters were established for the application of visual signs as a means of expressing children's values in animated films aimed at children from 3 to 6 years old. Its development was of descriptive scope, a qualitative analysis of the data obtained with two instruments was made, applying to the different populations, being these the Pixar films, the children from 3 to 6 years old and the parents of these children, a non-probabilistic sampling. The results obtained resulted in important contributions to the research objective since, thanks to the analysis of the population, the ten parameters were obtained. Thus, this work represents an antecedent in the subject matter addressed, and at the same time, it sought to encourage the making of children's films so that they have a positive impact on children, by using the established parameters.

### Keywords:

Graphic Design, Animation Design, Children's Movies, Visual signs, Values.

## INTRODUCCIÓN

El cine de animación, por definición, se lo entiende como la agrupación de filmes creados mediante la técnica de grabación de imagen por imagen, la cual tiene la capacidad de dar vida a cualquier cosa que esta inanimada como dibujos, muñecos articulados, plastilinas, gráficos 2D y 3D. En fin, es todo aquello que fijado en el tiempo no es considerado vivo (Duran, 2016).

Una característica importante en la animación es que suele estar orientada a un público infantil, otorgándole una gran responsabilidad con respecto a la influencia que tienen en ellos. Sumándole que, según Andrés Tripero (2010), el cine es uno de los medios con el que los niños tienen su primer contacto, y además se lo sitúa como uno de los principales recursos para las funciones psíquicas superiores como crear, soñar o pensar. Siendo, también, un canal para desarrollar la inteligencia fílmica del niño. Es decir, para lograr construir ideas y conocimientos, a través de elementos en la acción fílmica que son expuestas en el crecimiento de una inteligencia. Esta última, dependerá del nivel biológico, como cultural que se le haya predispuesto al niño.

Todo conocimiento se caracteriza por encontrarse en la base misma de todo comportamiento de adaptación, y el niño conoce el mundo, en una gran medida, tal y como se lo muestran los nuevos recursos de comunicación y de información de carácter digital y multimedia. Visto de esta forma, se debe mencionar que el niño pasa por diferentes etapas en el desarrollo epistemológico-genético con respecto a la multimedia. Una de estas fases, es la de influencia emocional y simbólica (de dos a seis años), que daría lugar, con la aparición de una espontánea imitación representativa, a una “Pre-inteligencia multimedia emocional y simbólica” (Andrés Tripero 2010).

Esta etapa coincide con el desarrollo muy relevante del crecimiento personal en los niños de tres a cinco años, centrada en el interés por relacionarse con otros niños, probando sus habilidades y capacidades. En esta etapa de vida, el niño comienza a construir y desarrollar juicios de valor y preservación de sí mismo, denominada por Erikson (según como lo citó Martínez, 2016) como Iniciativa vs Culpa donde el niño comienza a desarrollarse rápidamente tanto física como intelectualmente. En la misma, se construyen y moldean criterios de aceptación o rechazo de acuerdo a las costumbres y creencias aprendidas.

Cabe considerar que, como toda pieza visual comunicativa, el cine de animación hace del diseño gráfico, una disciplina esencial para el análisis de su influencia. Ya que, como señala Joan Costa, “el diseño gráfico es, específicamente, diseño de comunicación. Vincula el lenguaje de la información con la semiótica. Los mensajes son sistemas semióticos. Contienen significados, que son percibidos simultáneamente por las vías semántica y estética. La percepción visual es ambivalente.” (Costa, 2014, p.7). Por lo tanto, no puede separarse el diseño gráfico del significado de los mensajes que el cine produce, ni de cómo estos mensajes le afectan a quienes lo reciben en un entorno y en una situación específica. Entonces, el diseño centrado en este tipo de análisis corresponde al diseño gráfico enfocado como comunicación visual.

Una de las empresas más reconocidas en el cine de animación es The Walt Disney Company, siendo líder internacional en entretenimiento y medios familiares. Creada por Walt Disney en 1923, era antes conocida como Disney Brothers Cartoon Studio, hasta que en 1986 se le cambió el nombre por el actual (The Walt Disney Company, 2020).

Hoy en día, la marca es dueña de varios negocios relacionados con el entretenimiento y entre una de ellas encontramos a Pixar Animation Studios. El cual es un estudio de cine con capacidades técnicas, creativas y de producción de renombre mundial en el arte de la animación por computadora. Ha creado algunas de las películas animadas más exitosas, incluyendo Toy Story, Los Increíbles, Ratatouille, Intensamente y Coco. Sus películas, usualmente orientadas para públicos de todas las edades, han ganado 36 Premios de la Academia y han recaudado más de \$ 13 mil millones en la taquilla mundial (Walt Disney Studios, 2018). Siendo así la situación, resulta claro, que las películas infantiles de Pixar Animation Studios son unas de las más vistas por los niños alrededor del mundo, por ende, unas de las que más influencia tienen en estos.

En este contexto se reconoce el papel importante del diseño gráfico a la hora de analizar la influencia de las películas clásicas para infantes con respecto a la formación de los valores de esta audiencia.

Esta temática ya ha sido investigada antes por lo que se tomaran como antecedentes el trabajo de Alfonso Valdivieso (2013) Análisis de los dibujos animados emitidos en televisión: personajes, estilos y mensajes, donde se analizaron cómo se representan los dibujos animados, las técnicas pictóricas y de animación que se utiliza y los mensajes que transmiten.

Se tomó como segundo antecedente el trabajo de Gabriela Mérito González-Garza (2019), ¿Qué le enseñan a los niños y niñas las películas de Disney y qué tanto les puede llegar a afectar? Dicha investigación ofrece una perspectiva analítica sobre lo que es Disney como empresa y los efectos de sus películas en los niños y niñas.



Como antecedente desde análisis del diseño gráfico en el cine de animación infantil, tomamos el proyecto de investigación Julieta Noriega (2013), Representaciones de Género en la película Enredados desde la mirada del Diseño Gráfico. Este análisis se concentra en detectar la personalidad de cada personaje, de la película Enredados, a partir de un conjunto de recursos gráficos aplicados en decodificar los mensajes que se desean transmitir.

Por último, consideramos como antecedente el trabajo de Beatriz Cordobés Pérez (2018) titulado Análisis de los dibujos animados que ven los niños de Infantil; temática, estética y hábitos de consumo televisivo. El estudio se enfoca en investigar las principales piezas de animación que los niños miran, el por qué las ven, qué opinan los padres y docentes sobre las mismas y qué tipo de contenido, estética y mensaje transmiten.

Debido a que el cine es un medio de comunicación utilizado como enfoque de investigación para sociólogos, comunicadores e incluso desde la pedagogía. Hay muy pocas investigaciones enfocadas desde la mirada del diseño gráfico sobre la influencia de las películas infantiles en los niños, y más escasos son estos estudios enfocados en Argentina.

Como todo medio de comunicación, el cine tiene su propio lenguaje, según Fernando Franco (s.f.), este último es de carácter multidisciplinar, ya que junta elementos de otras áreas como la arquitectura y la fotografía. Estos elementos se los clasifica brevemente en tamaños de plano (plano general, plano entero, plano americano, primer plano, detalle o inserto), ángulos de la cámara (angulación normal, plano picado y plano contrapicado) y movimientos de la cámara (soporte humano y soporte de maquinaria).

Para analizar este lenguaje y sus signos, es necesario recurrir a una ciencia llamada semiótica. Según Mauricio Beuchot (2013) se le llama semiótica a la ciencia que estudia al signo en general, y, por ende, estudia todos los signos que formen lenguajes y sistemas. Entendiendo como signo a todo aquello que represente a otra cosa. En otras palabras, lo que está en lugar de otra cosa, siendo esta última a lo que se denomina como el significado. Del mismo modo, se podría definir que todo aquello que representa a otra cosa de manera visual, es un signo visual. Este tipo de signo, según Pierce (según como citó Bañuelos Capistrán, 2006) puede ser denominado: 1) icono, si está fundado en la similitud entre el representante y el representado. 2) índice, el cual es el que resulta de la contigüidad física entre el representante y el representado. 3) símbolo, llamado así al signo cuya existencia se basa en una convención social.

Esta ciencia tiene como uno de los objetos de estudio a la semiótica de la imagen, es decir, el estudio del signo icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. Esta rama de la semiótica, se divide en tres grandes áreas: la semiótica de la imagen estática (como imágenes icónicas, simbólicas y estéticas), la semiótica de la imagen dinámica (por ejemplo, el lenguaje de los sordomudos, mímica, teatro, tv., etc.) y, por último, una semiótica visual que se puede relacionar con el espacio, como la arquitectura, o con las manifestaciones, como la semiótica de la moda (Karam, 2011).

Una de las características del diseño gráfico es que vincula la información con la semiótica, ya que los mensajes que produce son sistemas de signos que refieren a objetos ausentes (Costa, 2014). Este tipo de mensaje, el cual se lo llama mensaje gráfico, tiene las siguientes funciones: En principal, la de contacto que tiene la capacidad para captar la atención e incitar a la lectura. Luego, la información, siendo la capacidad para aludir a las nociones que el emisor intenta transmitir. Por siguiente, la función de persuasión con la

intención de producir en los receptores efectos posteriores a la propia comunicación. La cuarta función es la identificación, con la capacidad de sugerir la identidad del emisor. La quinta es la capacidad de comunicar sus propias claves de decodificación, llamada convencionalidad. Y, por último, la estética, con la virtud de construir un hecho visual abstracto (Chaves, 1989).

Según Tanius Karam (2011), el mensaje de la semiótica de la imagen puede ser analizado desde la sintagmática, la paradigmática, lo connotativo, lo denotativo y también, desde la retórica. Cada uno de estos análisis tiene su propia perspectiva. Desde el lado sintagmático, se podrá estudiar la superficialidad del mensaje, el orden que expone la presentación de sus signos. La paradigmática, permite conocer las posibilidades combinatorias de los signos y el sistema de elección por parte del autor para resolver alguna necesidad. Ambos análisis conciben a los signos como parte de un sistema y exploran sus funciones dentro de códigos y subcódigos.

Siguiendo con lo expuesto por Karam (2011), analizar las connotaciones de una serie de signos es estudiar los códigos culturales que justamente condicionan dichos significados, es decir, los significados ideológicos. Y analizar desde las denotaciones implica lo anecdótico que se podrá desprender de estas imágenes, de las formas, colores, figuras, etc., se podría decir, lo que se presenta como natural. En semiótica la denotación y connotación son términos que describen relaciones entre el significante y el significado, y la distinción analítica se hace entre sus dos tipos de significados.

Finalmente, el análisis retórico remite a la efectividad y a la naturaleza persuasiva del lenguaje. Esta función del lenguaje no es exclusiva de cierto tipo de discursos como el de la publicidad o el político. Hay que considerar a la retórica como una estrategia para

generar efectos en cualquier tipo de mensaje, donde se debe estudiar todos los recursos, formas, estructuras mediante los cuales el enunciador (el anunciante) trata de ser eficaz, desde los recursos para atraer la atención, hasta la manera en como intenta convencer de la verosimilitud (Karam, 2011). En este trabajo, es necesario mencionar una rama de este análisis, la retórica visual, es el arte del manejo de figuras visuales establecidas por convenciones históricas, sociales y culturales, teniendo como fin principal generar un discurso visual persuasivo (Bañuelos Capistrán, 2006)

Dentro de este tipo de análisis, también se encontrará el concepto de figura retórica, entendiéndolo aquí, como todo tipo de recursos o manipulaciones utilizadas para cumplir el propósito esencial de la retórica mencionado anteriormente. Este concepto tiene gran cantidad de clasificaciones, las cuales se nombrarán algunas como: la metáfora (tropo que consiste en trasladar el sentido recto de las voces a otro figurado, en virtud de una comparación tácita), la hipérbole (figura que consiste en aumentar o disminuir excesivamente aquello de lo que se habla), la paradoja (figura de pensamiento que consiste en emplear expresiones o frases que envuelven contradicción), la antítesis (figura que consiste en contraponer una frase o una palabra a otra de significación contraria) y la anáfora (figura que consiste en repetir a propósito palabras o conceptos) (Menéndez-Pidal, 2010).

Los diferentes antecedentes tomados en este manuscrito llegan a la conclusión de que el cine de animación infantil, como medio de comunicación, es una gran influencia en los comportamientos y pensamientos de los niños, ya sea desde su contenido conceptual, como desde su contenido estético.

Esta investigación busca identificar los componentes visuales utilizados durante la creación de las últimas películas de Pixar. Considerando relevante, enfocar el análisis desde la mirada del diseño gráfico para comprender la influencia de estos signos visuales en la formación de valores en los niños. Al identificar esta influencia, se podrá generar lineamientos para el uso de signos visuales como medio de expresión de valores en los filmes de animación infantil.

Se entiende que se puede analizar una pieza de cine de animación desde distintas profesiones, y que el diseño gráfico es sólo uno de estos enfoques. Esta investigación busca determinar de qué manera influyen las películas más vistas por los niños argentinos, a través de los signos visuales utilizados para su creación.

Para la investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar parámetros para la aplicación de signos visuales como medio de expresión de valores infantiles en los filmes animados dirigidos a niños de 3 a 6 años

Objetivos específicos:

- Describir el rol de las películas de Pixar estrenadas entre el 2009 y el 2019 en la vida cotidiana de los niños de 3 a 6 años.
- Identificar los signos visuales utilizados en las películas de Pixar que puedan llegar a influenciar en la formación de valores del público objetivo
- Analizar de qué manera las connotaciones de las películas de Pixar logran influir en el público objetivo.

## MÉTODO

### Diseño

La investigación desarrollada es de alcance descriptivo. Este tipo de alcance busca analizar de las propiedades, características y rasgos importantes y específicos del fenómeno que se estudia. También sirven para describir tendencias en un grupo o población. Esta investigación tiene como meta describir fenómenos, situaciones, contextos y eventos, es decir, detallar cómo son y cómo se presentan. De manera independiente, miden conceptos o variables sin indicar cómo se relacionan estos mismos entre sí. (Hernández Sampieri, et al 2010).

En cuanto al enfoque de este estudio se utilizó el cualitativo. Se lo denomina así, debido a que analizan los datos de manera no numérica permitiendo la subjetividad en este tipo de análisis (Hernández Sampieri et al 2010).

Luego, se optó por el diseño de la investigación no experimental. Ya que, la investigación se realiza sin la manipulación deliberada de variables y sólo se observan los fenómenos tal cual son o en su ambiente natural. Una vez analizados, no se manipulan variables en pos de observar las consecuencias de dichas manipulaciones. (Hernández Sampieri et al, 2010). La investigación de diseño no experimental en este caso será de tipo transversal, en las que se recopilan datos en momentos específicos, no una medición a lo largo del tiempo.

### Participantes

Con respecto a los participantes que forman parte de este manuscrito, se formulan tres líneas de población según los objetivos propuestos, teniendo como centro el rol de las películas de Pixar, como el rol del espectador principal y la de sus padres. En el caso

puntual de esta investigación, la población estuvo conformada por objetos observables y sujetos, a saber: 1) como objetos se tuvieron en cuenta todas las películas producidas y creadas por Pixar desde su fundación hasta ahora y 2) como sujetos a todos los niños entre 3 y 6 años de Argentina que hayan visto las películas de Pixar, como también, a los padres de estos niños.

De este modo, la muestra de esta investigación, es decir, el subgrupo o subconjunto de la población, se conformó por: 1) Nueve películas de animación de la empresa de Pixar de la última década– como criterio de inclusión se tomó la presencia de al menos una película que haya sido estrenada cada dos años (entre los años 2009 y 2019) y cómo método de exclusión son para todas aquellas películas que no se encuentran disponibles para ver en Netflix y Cuevana,- 2) Los niños entre tres a seis años que viven en el barrio La Rufina de La Calera en la provincia de Córdoba – como criterio de inclusión que haya al menos uno de cada género por cada una de las edades y como método de exclusión, los niños que no hayan visto al menos seis de las últimas películas de Pixar- y 3) Los padres de los niños entrevistados- considerando como criterio de inclusión a al menos un padre por cada niño entrevistado, y como de exclusión a aquellos padres que no vivan en el barrio La Rufina- .

En todos los casos, los muestreos fueron no probabilísticos, por la razón de que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra (Hernández Sampieri et al, 2010). Como debe ser, se solicitó el consentimiento informado por escrito a los participantes y padres de los participantes (menores) elegidos para la entrevista. Cómo también se les explicó verbalmente a los participantes, y en el caso de los menores, a sus padres, cada aspecto del mismo consentimiento dándole lugar para que haga las preguntas

que considere necesarias. Ambos consentimientos (el de los padres y el de los menores) se presentan aquí:

### **Documento de consentimiento**

#### **Información**

Documento de consentimiento informado para padres de los niños entre 3 y 6 años

Se les invita a participar en la investigación: influencia de las películas de Pixar en la formación de valores de los niños de 3 a 6 años.

Investigadora principal: María Guadalupe Rodríguez de la Torre.

Institución: Universidad Empresarial Siglo 21.

Me dirijo a ustedes con la finalidad de solicitar su colaboración en el trabajo investigativo titulado: influencia de las películas de Pixar en la formación de valores de los niños de 3 a 6 años.

Se escogieron este grupo por ser padres de niños entre 3 y 6 años que miran las películas de Pixar. Se necesitan algunos datos sobre la percepción que los padres tengan respecto al rol que tienen las películas de Pixar en la vida cotidiana de sus hijos.

Cualquier duda respecto a la investigación, bien sea algún término o concepto específico, puede hacerla llegar, y sin dudarlo se le dará la explicación requerida.

La investigación se realizará a través de una entrevista semiestructurada.

Sería de gran utilidad contar con su consentimiento, quedando expresamente a su voluntad aceptar o no la invitación a participar.

#### **Formulario de Consentimiento**

He leído la información proporcionada. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado. Consiento voluntariamente participar en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte en ninguna manera.

Nombre del Participante \_\_\_\_\_ Firma del Participante  
 \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_ Día/mes/año

*Figura 1. Documento de consentimiento para entrevista con los padres.* Fuente: elaboración propia



## Documento de consentimiento

### Información

Documento de consentimiento informado para padres responsables de los niños entre 3 y 6 años entrevistados.

Se les invita a participar en la investigación: influencia de las películas de Pixar en la formación de valores de los niños de 3 a 6 años.

Investigadora principal: María Guadalupe Rodríguez de la Torre.

Institución: Universidad Empresarial Siglo 21.

Me dirijo a ustedes con la finalidad de solicitar su colaboración en el trabajo investigativo titulado: influencia de las películas de Pixar en la formación de valores de los niños de 3 a 6 años.

Se escogieron este grupo de niños por tener entre 3 y 6 años y mirar las películas de Pixar. Se necesitan algunos datos sobre la percepción que los niños tengan respecto a las películas de Pixar.

Cualquier duda respecto a la investigación, bien sea algún término o concepto específico, puede hacerla llegar, y sin dudarle se le dará la explicación requerida.

La investigación se realizará a través de una entrevista semiestructurada.

Sería de gran utilidad contar con su consentimiento, quedando expresamente a su voluntad aceptar o no la invitación a participar.

### Formulario de Consentimiento

He leído la información proporcionada. He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado. Consiento voluntariamente que el menor participe en esta investigación y entiendo que tengo el derecho de retirarme de la investigación en cualquier momento sin que me afecte en ninguna manera.

Nombre del Participante \_\_\_\_\_

Nombre del Responsable del Menor \_\_\_\_\_

Firma del Responsable del Menor \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_ Día/mes/año

*Figura 2. Documento de consentimiento para entrevista con los padres.* Fuente: elaboración propia

El tamaño de las muestras se determinó a partir de la capacidad de recolección de datos, puntualmente reducida por el tiempo de investigación y por la situación de la pandemia global que se vivió en el año. En el caso del muestreo de las películas, se tuvieron en cuenta seis (6) para cubrir al menos una cada 2 años. Y en el caso de las entrevistas, se seleccionaron seis (6) niños que hayan visto al menos 6 de las últimas películas de Pixar, creadas entre los años 2009 y 2019, por último, se seleccionaron tres (3) adultos, siendo estos los padres de los mismos niños entrevistados.

El muestreo realizado en ambas situaciones fue accidental, ya que según Grasso (1999), se le llama así a toda muestra que se conforma con aquellos sujetos o elementos de la población a los que es más fácil acceder en una situación dada. Usualmente en este tipo de muestras se toman conjuntos intactos o se aprovechan grupos de sujetos que se reunieron o conformaron con anterioridad a la investigación.

### Instrumentos

El instrumento utilizado para el segundo objetivo específico es la observación directa no participante (mediante la cual se captaron datos directos de los objetos y su contexto) y para el primer y el tercer objetivo específico se confeccionó dos tipos de entrevistas semiestructuradas. Se le llama entrevista semiestructurada a “un evento conversacional o, si se quiere, un proceso dinámico de comunicación interpersonal, en el cual dos o más personas conversan para tratar un asunto” (Ander Egg, 2011).

### Análisis de datos

En análisis de datos fue totalmente cualitativo. Únicamente para datos concretos se ha utilizado la herramienta Excel para configurar tablas de análisis y comparación. El primer y tercer objetivo específico se dividieron los dos tipos de entrevistas y se plasmaron las respuestas de cada una en una guía de pautas diferente, donde luego se comparó con las respuestas de las diferentes entrevistas del mismo tipo.

Por otro lado, para el segundo objetivo específico se ha analizado en base a una grilla de análisis morfo estético y semiótico (cuadro de doble entrada), que incluyó unidades de registro tales como: información general de la trama, fecha y lugar aproximado en el que está basada, valores y enseñanzas que quiere transmitir, uso del color

como elemento expresivo (cálidos/fríos y tipo de armonía de color), imagen y nivel de iconicidad.

Con respecto al análisis de los personajes, se utilizaron las unidades como: nombre, naturaleza de los personajes (humanos, antropomorfos, zoomorfos y fantásticos) género, edad, profesión/oficio/cargo/función, historia, características físicas y características de la personalidad de los protagonistas y antagonistas, como también de aquellos personajes secundarios o personajes que usualmente son queridos por el público sin necesariamente ser principales, explicando así la denotación de los mismos, y, luego, su connotación. Además, se analizaron los roles y relaciones que tienen entre estos.

Por último, se analizan las escenas más importantes o claves de la película, teniendo en cuenta las características de esta, las reacciones de los distintos personajes en esa situación. y los recursos de la retórica utilizados. Algunos de estos aspectos se analizaron en base a la regla de recuento de presencia o ausencia.

## RESULTADOS

Los resultados que se expondrán a continuación se basan en la información obtenida a partir de dos entrevistas semiestructuradas realizadas a los usuarios infantes de las películas de Pixar y a los padres de estos mismos. Estas entrevistas tuvieron como objetivo describir el rol de las películas de Pixar estrenadas entre el 2009 y el 2019 en la vida cotidiana de los niños entre 3 a 6 años.

Por otro lado, a través de fichas de observación con parámetros anteriormente determinados, se hizo la observación directa no participante de las películas de Pixar para lograr identificar los signos visuales que puedan influenciar en la formación de valores de los niños.

Por último, las respuestas que se enunciaron con el objetivo de analizar la manera en que las connotaciones de estas películas logran influir en los espectadores, estas respuestas, fueron obtenidas mediante las mismas entrevistas mencionadas anteriormente para el alcance del primer objetivo.

En términos generales, se constataron opiniones homogéneas, de los niños y de los padres, sobre el papel de estas películas en el día a día de los infantes. Esta homogeneidad, es encontrada, también, en las respuestas realizadas para analizar el modo en que estas influyen.

### **Rol de las películas de Pixar estrenadas entre el 2009 y 2019 en la vida cotidiana de los niños de 3 a 6 años.**

Con el fin de responder al objetivo de describir los roles de las películas, se realizaron preguntas a todas las personas involucradas en la investigación. Las cuales indagaban sobre la cantidad aproximada de horas por día que se veían, la descripción de

la película, cuales películas se veían, las escenas y los personajes preferidos, cómo también, la de las otras películas, la de los comportamientos y frases que imitaban sus niños, entre otros (Ver Anexo 1 y 2).

En general, a los niños entre 4 y 6 años, les gusta ver películas de animación. Preferentemente en el cine, más que en sus casas. Cuando se trata de las películas de Pixar, los niños vieron al menos 11 de los últimos 12 filmes, siendo Coco la más elegida como una de las mejores. La mayor cantidad de niños entrevistados quería ser cómo su personaje preferido o incluso amigo de él. Todos recordaban alguna frase de la película o personaje favorito como “¡Sin música!” de la Abuelita de Coco.

Así mismo, en la entrevista realizada a los padres, en la pregunta 1) ¿Cuántas horas al día tu hijo ve películas de este tipo/televisión?, afirmaban que sus hijos veían al menos 4 horas diarias de televisión, dando a entender también, que, debido a la situación presentada por la Pandemia, pasan frente al televisor más horas de las mencionadas anteriormente. Otro aspecto que se mencionó, en la pregunta 2 sobre si su hijo repetía las películas que veía, fue el hecho de que los niños no tenían problema de ver una y otra vez la misma película. Respecto a los personajes y respondiendo a la pregunta 5 sobre si los niños poseían juguetes/objetos sobre sus personajes preferidos, el resultado fue que los niños solían tener no sólo juguetes, sino también, peluches, disfraces, útiles escolares y decoraciones en su cuarto de sus figuras preferidas de los filmes de Pixar. Otro aspecto, en la pregunta 6) ¿Notó si su hijo/a copia algunas actitudes de los personajes o escenas de las películas que ve?, fue que los infantes tendían a imitarlos, repitiendo frases, canciones o incluso la manera de vestir y hablar, dando a entender que sus hijos copian algunos comportamientos de sus héroes en situaciones específicas. Un ejemplo mencionado por

un padre es que su hijo solía decir la famosa frase de Monster Inc.: “Cuidadito, Wazowski, cuidadito”. Cuando quería referirse a la conocida expresión, “Ojo, con lo que haces”.

### **Los signos visuales de las películas de Pixar**

Luego de analizar las 6 diferentes películas estrenadas entre el 2009 y el 2019 se observaron ciertas similitudes y diferencias entre las mismas (ver anexo N°3). Dividiendo este análisis en tres secciones: Películas, Personajes y Escenas.

#### Las películas

Se caracterizaron por estar basadas, en su mayoría, en distintas zonas de Estados Unidos. Otra similitud era que todas trataban en algún punto, ya sea en mayor o menor cantidad, como valores principales la familia, la amistad, la lealtad y la unión. En cuanto al uso del color en la imagen, se asemejaban bastante al utilizar colores fríos en escenas tristes o donde el antagonista se encontraba presente. El rojo ha sido utilizado en situaciones donde los personajes principales se encontraban en peligro extremo de vida. Y los colores amarillos y verdes en situaciones en los finales felices, escenas neutras o donde predomina la comedia. Por último, todas las películas analizadas tenían un nivel de iconicidad de representación figurativa no realista.

En lo que diferían es que ninguna tenía una trama parecida a la otra. Todas trataban sobre diferentes situaciones, personajes o problemas, aun así, no quiere decir que los valores mencionados anteriormente eran distintos, sino que cada película desarrollaba con diferente narración, el mismo valor. Por ejemplo, en el valor “Amistad como familia” se veía representada en Toy Story 3 con las relaciones que los juguetes habían logrado durante tantos años de convivencia, cuidándose unos a los otros. En cambio, en la película Up, los personajes recién se conocían, pero viviendo una aventura que los unió, Carl, el

personaje principal entendió que una familia no necesariamente debía ser sólo su esposa, sino que también podían ser sus nuevos amigos.

### Los personajes

Se analizaron 47 personajes de 6 distintas películas, siendo estos 12 protagonistas, 5 antagónicos y 30 personajes secundarios que actuaban como ayudante de alguno de estos dos. Las características básicas como naturaleza, edad y profesión resultaron ser heterogéneas. Al analizar los protagonistas, los resultados fueron que predominaban los personajes de naturaleza humana y antropomorfos. En los antagonistas, se encontraba el mismo número de personajes con naturaleza zoomorfo, humana y antrópica. Por último, la naturaleza de los personajes secundarios prevalecía los humanos y zoomorfo, luego los antrópicos. Y, a diferencia del resto de las categorías era la única que tenía un personaje de naturaleza fantásica, este es el caso de Bing Bong, un elefante mitad delfín con piel de algodón inventado por Riley para ser su amigo imaginario en la película Intensamente.

Sobre la edad, los principales solían predominar los personajes de 30 a 40 años, luego niños entre 8-10 años y, en último lugar, un anciano de 78 años. En efecto, las edades de los antagonistas eran de igual cantidad de adultos y ancianos siendo estos 40 a 80 años aproximadamente, a excepción de uno sólo de alrededor de 30 años.

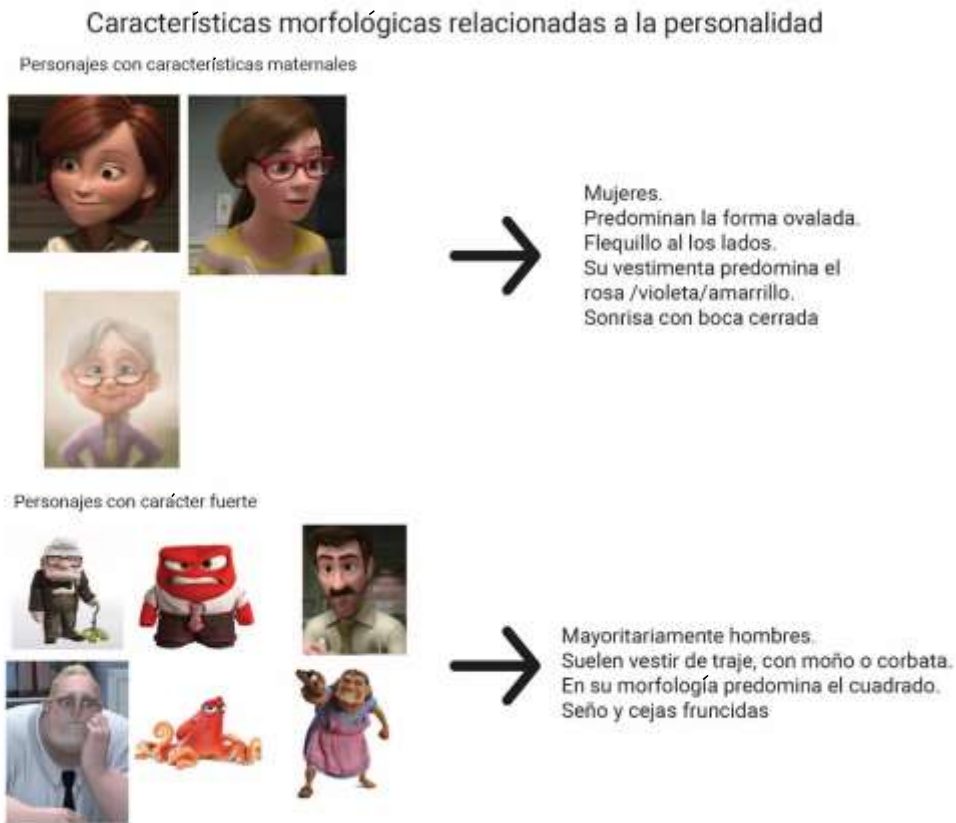
Otra categoría con diferencias en los resultados fue la de profesión/oficio/cargo/función, donde cada personaje de las tres categorías tenía una profesión diferente, a excepción de muy pocas que se repetían. Esto último, se veía en casos como Intensamente donde los 5 sentimientos eran encargados, pero cada uno se ocupada de distintas emociones de Riley. Además, algunas de las tantas profesiones que

se encontraban en todos los personajes analizados eran de vaquero, astronauta, jubilado, estudiante, explorador, diseñador, empresarios, y entre otras.

Con respecto al género, en total, predominaba la presencia de personajes masculinos, con un número de 27 personajes hombres de 47 personajes analizados, siendo 8 protagonistas de género masculino de 12 personajes principales. De 5 antagonistas en total sólo una era mujer, de hecho, esta era la primera villana principal de género femenino en Pixar, este personaje es conocido como Evelyn Deavor de la película Los Increíbles 2. Dejando así, a los personajes secundarios con un total de 15 personajes femeninos y 14 masculinos.

Por lo contrario, cuando se analizó las características físicas y de personalidad de cada uno, había ciertas similitudes que se utilizaban para representar morfológicamente a personajes que tienen personalidades parecidas. Predominando los óvalos, círculos, sonrisas y expresiones más suaves, y colores cálidos y brillantes en personajes con características amigables y maternas. Y los cuadrados, vestimenta formal, rasgos marcados y colores más fríos y opacos para aquellos con carácter fuerte o más antipáticos que el resto. Como muestra la Figura 3.





*Figura 3. Similitudes morfológicas relacionadas a la personalidad.* Fuente: elaboración propia 2020

Otro aspecto relacionado a la personalidad, fue el hecho de que la mayoría de los personajes principales tenían algún tipo de relación de dependencia hacia el pasado, otro personaje o hacia una situación específica, o incluso se encontraban en un estado de duelo y obsesión con respecto a esta. Es decir, el principal solía estar atravesando un cambio en su vida relacionado con la situación o el personaje, en la que su obsesión no le permitía aceptarlo ni lidiarlo de manera apropiada. Esto, le generaba tener algún tipo de defecto como arrogancia, negatividad y/o incapacidad para aceptar la ayuda y compañía del resto.

Debido a esto, el protagonista, a lo largo de la película, se veía perjudicado en su relación con el resto de los participantes e incluso se perjudicaba con su posibilidad de

cumplir aquello que tanto deseaba. Pero al final, el principal aprendía a dejar de forzar una situación, con el objetivo de que se diera o se mantuviera, en vez, empezaba a comprender que era mejor disfrutar de quien o de lo que se le presentaba y dejar de vivir en el pasado.

Un ejemplo muy claro era Carl con su esposa y a su casa (Up), en la que este personaje no podía aceptar el hecho de que su esposa había muerto. Esto lo llevo a personificar la casa donde ambos habían convivido en su esposa, teniéndole un gran apego, hasta incluso le hablaba, cuidada y trataba de cumplir sus sueños cómo si su hogar era realmente su esposa. Esto significaba que perder su casa era como volver a perder a su mujer. Para evitar esto, Carl priorizaba el cuidado de su hogar antes que el de cualquiera de sus amigos e incluso antes que el de sí mismo. Al final, él comprendía que su hogar era sólo un objeto, y que ahora que su esposa no estaba, él debía disfrutar su propia aventura y cuidar de los que sí estaban.

Además, debían lidiar con un ayudante o personaje secundario que poseía características personales y físicas contrarias a las de este. Este personaje secundario, solía ser el que cooperaba para cumplir el objetivo del protagonista, mostrando al final como estos dos lograban complementarse. Como era en el caso de Dory, una pececita cirujana, adulta de color azul y amarilla, su forma morfológica predominante era el círculo. Ella sufría de pérdida de memoria de corto plazo y era muy amigable, sociable y positiva, su único objetivo en la película era encontrar a su familia perdida. Este objetivo la llevaba a cruzarse con Hank, un pulpo muy antipático, solitario y escéptico, su forma de cuerpo predominante era el cuadrado y era de color coral y rojo opaco. Él a cambio de ayudarla con la búsqueda de su familia, le pedía una etiqueta que ella poseía (Buscando a Dory).

Analizando los antagonistas, no siempre se presentaban como tales. Usualmente, solían verse como amigables y encantadores, teniendo una relación de amistad con el resto de los personajes, incluso en ocasiones, solían ser los ídolos de los mismos protagonistas. Estos eran los personajes con los que su connotación física, no concordaba con la connotación de la personalidad.

### Las escenas

Se analizaron tres escenas de cada película. La primera, era donde al protagonista le surgía el objetivo a cumplir o un problema a solucionar, luego, una escena donde el protagonista sufría un conflicto de peligro que le evitaba lograr su meta, y, por último, una escena en la que superaba los obstáculos interpuestos y alcanzaba lo deseado.

En el primer tipo de escena, el protagonista solía demostrar ese defecto y se mostraba bastante decidido a cumplir su objetivo. Su relación con los ayudantes solía ser negativa. También, se presentaban a los villanos como amigos y/o aliados. Eran escenas donde muestran cómo la rutina del personaje se ve afectada, de manera positiva o negativa, insistiéndole a cambiar para poder cumplir su objetivo. Usualmente, estos no aceptaban por aquella relación de dependencia hacia el otro personaje, o también, el principal quería cambiar algo, pero los otros personajes no se lo permitían. Como fue en el caso de Buscando a Dory y Coco. Como se mencionó en el apartado Película, el color utilizado frecuentemente para este tipo de escenas solía ser amarillo.

En el segundo tipo de escena, el principal y sus ayudantes se encontraban en una situación de peligro o dolor, donde por lo general, se descubría la verdadera identidad del antagonista. Haciendo que este último fuera el culpable del problema. En las películas donde no había antagonista, sino que, se les presentaban ciertos sucesos que evitaban al

principal llegar a la meta. Aquí, más que una situación de peligro, el protagonista se encontraba en un proceso de crisis personal, donde se arrepentía de todo el daño que él había causado o sus actos pasados causados por sus defectos.

Y la última tipología, predominaban los finales felices. El protagonista lograba su objetivo y superaba el conflicto, interno o externo, que pasaba. Usualmente eran enseñanzas sobre cómo dejar ir aquello que les causaba dolor, mostrando los resultados positivos que les generó.

En todos los tipos de escenas, las figuras retóricas que predominaban eran principalmente la Alegoría, la Metáfora, la Anáfora y la Alusión, en ocasiones utilizándose más de dos figuras retóricas en una misma escena. Como fue el caso de la primera escena analizada de la película Up, denominada “Escena de la Vida de Ellie y Carl” en la que se utilizó 5 distintas figuras retóricas, una de ellas fue la anáfora. Una secuencia en donde todos los días Ellie, la esposa de Carl, le ayudaba a colocarse la corbata.

### **Influencias de las connotaciones en las películas de Pixar**

Para el alcance el último objetivo sobre analizar de qué manera las connotaciones de las películas de Pixar lograban influir en el público objetivo, se les pidió a los niños entrevistados que mencionarían escenas que les gustaron y las que no, cómo percibían los diferentes personajes de las distintas películas y qué enseñanzas aprendieron de sus películas preferidas, entre otros.

Asimismo, se les preguntaron a los padres, cómo percibían los filmes, las escenas que le ocasionaron alegría, tristeza o temor en sus hijos. Además, respondieron sobre que

valores y enseñanzas creían que transmitían estas películas para ellos, y si habían visto algún personaje/escena/película que tuviera connotaciones negativas.

Las opiniones de los niños con respecto a cómo describirían al resto de los personajes, fue homogénea. Los niños creían que las características principales de sus personajes preferidos y de los protagonistas eran buenos, amigables y que a la mayoría les gustaba salvar o ayudar al otro. También describían a los personajes con una cualidad que los diferenciaban de otros. Como fue con los personajes de *Intensamente* y *Buscando a Dory*, donde los entrevistados recordaban que a Ira le salía fuego por la cabeza cuando se enojaba, y que a el pulpo Hank le faltaba un tentáculo y tenía tres corazones. Cuando se trataba de un personaje que no era antagonista, pero tenía una personalidad fuerte, lo nombraban como “Era un poco malo, ¡pero no tanto!”, “Era malo, pero después se hizo bueno” o “Era bueno pero mala onda”. Con respecto a los personajes secundarios, la mayoría era interpretada como amigables y, en algunos casos, tontos.

Desde una perspectiva más general, los niños confirman, en la pregunta 15) ¿Qué te enseñó tu personaje/película preferida?, aprender las siguientes enseñanzas de sus personajes favoritos como ser feliz, ser bueno, ser valiente, que no siempre se gana y a recordar/querer siempre a su familia.

En la entrevista de los padres, respondiendo a las preguntas 3) ¿Notó alguna película/escena que haya hecho reír o que generó alegría en él? y 4) ¿Notó alguna película/escena que haya hecho llorar o que provocó mucho miedo en él/ella?, sobre las escenas que a sus hijos los ponían contentos y a los que les generaban miedo y tristeza, se mencionaron las siguientes películas para el primer caso, *Toy Story*, *Monsters Inc*, *Intensamente* y *Valiente*. En el segundo caso, la escena de *Toy Story 4* en

la que aparecían los muñecos de ventrículo en una casa de antigüedades y las escenas de Monsters Inc. en las que Sullivan hacía una prueba de susto y Boo lo ve, como también en la que Randall que secuestraba a Boo y trataba de que la succionará la máquina de los gritos, fueron las que causaba terror en los usuarios. En el caso de escenas del final de Coco, se las nombraba como escenas que causaron emoción y tristeza también.

Por último, en respuesta a las preguntas 7) ¿Qué piensa sobre estas películas que vieron sus hijos? y 8) ¿Piensa que algún personaje/escena/película inculca valores negativos?, los padres pensaban que las películas transmitían mensajes que les enseñaban sobre la amistad, la tolerancia, y una frase que, en mi opinión, fue llamativa: “Gracias a Coco se amigaron con la muerte”. Ningún padre cree que las películas tienen connotaciones negativas.

Con respecto al objetivo dirigido a parámetros para la aplicación de signos visuales como medio de expresión de valores infantiles en los filmes animados dirigidos a niños de 3 a 6 años, se presenta seguidamente los parámetros propuestos:

- Establecer los valores que la película transmitirá, y luego diseñar la morfología de los personajes según su personalidad, comportamientos y relaciones con el resto, esto tiene como fin lograr enfocar el diseño de cada personaje hacia el valor que se quiere transmitir de este.
- Consultar a un psicólogo sobre la influencia que los signos visuales de la película pueden llegar a tener, ya sean positivas o negativas, en los niños. La opinión de un profesional de la psicología lograra aportar y comprender una mirada más profunda sobre esta influencia, más allá del diseño.

- Es necesario realizar estudios previos a la ejecución de la película, sobre cómo los niños perciben las características personales en relación con las características morfológicas de los personajes. La finalidad de este parámetro es comprobar si la morfología del personaje connota, para el espectador, los rasgos de su personalidad de manera correcta o no. Así, se podrá evitar generar un personaje con características erróneas y, además, se podrá descubrir si no connotan estereotipos negativos.
- Es necesario realizar estudios previos a la ejecución de la película, sobre cómo los niños perciben las características morfológicas de los personajes en relación con los valores que se quieren transmitir para verificar que no se estén fomentando estereotipos y valores negativos de cualquier tipo. Esto ayudara a asegurar que se tomen decisiones más acertadas sobre lo que se busca transmitir con cada personaje. Y así, también minimizar riesgos sobre la realización de influencias con connotaciones y valores negativos.
- Hay que tener sumamente cuidado al diseñar las características morfológicas de los personajes antagonistas con respecto a la representación que se le puede dar a este en la vida real. Las características que se le otorguen a este tipo de personaje, puede llegar a crearle, al espectador, un estereotipo negativo relacionando su aspecto con su maldad.
- Es primordial utilizar la predominación de las formas geométricas indicadas en el diseño morfológico de cada personaje para la correcta representación de su personalidad. Averiguar sobre estudios de la connotación de cada forma geométrica, en esta área, será de gran ayuda para la facilidad de las decisiones sobre el físico de estos.

- Se debe diseñar a los personajes que poseen características personales contrarias, con características morfológicas diferentes al del otro para resaltar visual y fácilmente sus diferencias.
- Recordar que es importante utilizar el color predominante indicado para la emoción que se quiere provocar al espectador en una escena específica. La elección correcta del color en una escena, no sólo aporta al diseño, sino que también logra reforzar, de manera notoria, la intención de esta misma.
- Es fundamental utilizar al menos un tipo de figura retórica en escenas donde se quiera transmitir un mensaje abstracto y significativo para recalcar el valor que la película quiere enseñar. Las figuras retóricas, utilizadas de manera correcta, pueden lograr gran repercusión en el espectador a la hora de querer representar un significado complicado de mostrar en una manera figurativa, además, abre al espectador con la posibilidad de reflexionar sobre el mensaje.
- Utilizar los diferentes ángulos en una escena, como plano picado y plano contrapicado es un recurso necesario para la interpretación de la posición/intención de los diferentes personajes en una misma situación. Los ángulos, ayudan a reforzar los últimos dos parámetros mencionados, trabajando el color, la figura retórica y el ángulo elegido de manera conjunta. La decisión de un plano picado, por ejemplo, para mostrar una escena en la que el héroe se encuentra desprotegido e indefenso, consigue connotarlo sencillamente sin tener que mencionarlo.



## DISCUSIÓN

El objetivo general del presente trabajo es determinar parámetros para la aplicación de signos visuales como medio de expresión de valores infantiles en los filmes animados dirigidos a niños de 3 a 6 años. Es importante destacar que la finalidad es proporcionar a los diseñadores criterios para realizar películas animadas para infantes que influyeran de manera positiva en las futuras generaciones. Cabe mencionar que no existen estudios previos que hayan incluido los elementos de la presente investigación.

En específico, se encontró un estudio en el que Julieta (Noriega, 2013) se concentra en detectar la personalidad de cada personaje, de la película de Disney, *Enredados*, a partir de un conjunto de recursos gráficos aplicados en decodificar los mensajes que se desean transmitir desde análisis del diseño gráfico en el cine de animación infantil. Además de que este trate de una película de The Walt Disney Pictures, sólo se enfoca en las representaciones de género, y en cómo influyen estas representaciones en la formación de los valores de los niños. Del mismo modo, se revisaron otras investigaciones que, si bien fueron apuntadas a otros ámbitos, la atención se puso en la importancia de la influencia de las películas animadas en el desarrollo de creencias y valores en los niños.

Asimismo, con los resultados obtenidos de la investigación se pudo probar que los signos visuales utilizados en las películas de Pixar, influyen, en mayor parte, positivamente en los niños entrevistados. Ya que, estos últimos suelen repetir, a pie de la letra, las enseñanzas que las películas le otorgan, ayudándolos a reconocer los valores negativos de los positivos. Se puede concluir que esto es debido a que los niños, tienen como ídolos a los personajes, aspirando, en algún nivel, a ser como ellos, e

imitándonoslos. Sumándole el hecho de que, como explica Tripero (2010), los niños se encuentran en la fase de influencia emocional y simbólica (de dos a seis años), que incluye una espontánea imitación representativa. Por estos motivos, Pixar es una modelo de empresa para tener como referencia la manera en que aplica estos signos visuales.

De esta forma se logró determinar los parámetros presentados en el apartado Resultados. Con respecto al primer parámetro que expresa que se debe establecer los valores que la película transmitirá, y luego diseñar la morfología de los personajes, está relacionada a la teoría expuesta por Pierce (según como citó Bañuelos Capistrán, 2006). En la que se explica que el signo visual es todo aquello que representa a otra cosa de manera visual, por ese motivo, es importante que antes de realizar un signo visual, es decir, antes de realizar la morfología del personaje, hay que ver qué es lo que se quiere representar.

En el segundo parámetro, manifestando el hecho de que se debe consultar a un psicólogo sobre la influencia que los signos visuales de la película pueden llegar a tener es debido a que, en la etapa de 3 a 5 años, los niños comienzan a construir y desarrollar, tal como lo plantea Erikson (según como lo citó Martínez, 2016), juicios de valor y preservación de sí mismo, como también, criterios de aceptación/rechazo. Esto implica, que se necesita la opinión de un psicólogo, ya que es quien está especializado para comprender cómo se desarrolla esta etapa en el espectador.

En los parámetros tres y cuatro, los cuales es necesario realizar estudios previos sobre cómo los niños perciben las características personales en relación con las características morfológicas de los personajes y sobre cómo perciben las características morfológicas de los personajes en relación con los valores que se quieren transmitir,

conduce a Karam (2011). Este autor, cree que, para obtener las connotaciones de una serie de signos, hay que entender los códigos culturales que justamente condicionan dichos significados, es decir, los significados ideológicos. Por este motivo, se debe entender, que a veces se tiene una idea respecto algún tipo de signo, que no es interpretado por el resto de la misma forma, sobre todo cuando se trata de un espectador de una edad y generación diferente. Por lo tanto, es importante asegurar que, los códigos se estén transmitiendo de manera correcta en relación con la implementación visual de estos signos, y una forma de hacerlo es realizando estudios de mercado.

Con respecto al quinto parámetro, sobre tener sumamente cuidado al diseñar las características morfológicas de los personajes antagonistas se debe a que, en las observaciones, se pudo ver que, en la mayoría de los casos, la personalidad de los antagonistas no concordaba con su morfología. Esto es debido a que, usualmente, el antihéroe se presentaba como un ídolo/amigo, o incluso como un personaje encantador para el protagonista. Lo positivo de esto, es que no genera un estereotipo negativo, sino, que, connota que las personas (personajes), no son lo que realmente parecen ser. Es decir, un personaje que parece bueno y encantador, puede terminar siendo el enemigo.

De esta manera, se puede enseñar a los niños a no confiar en las personas sólo porque se ven amables, sino que aprendan que las apariencias pueden llegar a engañar. A su vez, la empresa evita el hecho de utilizar estereotipos que connoten prejuicios negativos en el espectador sobre algún tipo de grupo o minoría.

En el sexto parámetro, es primordial utilizar la predominación de las formas geométricas indicadas en el diseño morfológico de cada personaje para la correcta representación de su personalidad. Con respecto a lo expuesto por Karam (2011), quien

creo que analizar desde las denotaciones implica lo anecdótico que se podrá desprender de imágenes, de las formas, colores, figuras, etc., que se presenta como natural. Por lo tanto, entender lo que se desprende de dicha forma o figura, es sumamente importante para la realización de un personaje.

En el siguiente parámetro sobre diseñar a los personajes que poseen características personales contrarias, con características morfológicas diferentes al del otro para resaltar visual y fácilmente sus diferencias, se relaciona con el análisis de las películas en el cual los dos protagonistas, usualmente un principal junto con su compañero, tienen características físicas como psíquicas diferentes. Se concluye que estas diferencias no son pura casualidad, sino que, es así por la intención de lograr resaltar la divergencia de estos personajes.

El octavo parámetro, recuerda que es importante utilizar el color predominante indicado para la emoción que se quiere provocar al espectador en una escena específica. No sólo por lo expuesto por Karam (2011), mencionado en el sexto parámetro, sobre que los colores, como las formas, desprende un significado, sino también, por el análisis realizado de las escenas de cada película, donde se comprueba la importancia del color para transmitir emociones en una escena.

Sobre el noveno parámetro, es fundamental utilizar al menos un tipo de figura retórica en escenas donde se quiera transmitir un mensaje abstracto y significativo para recalcar el valor que la película quiere enseñar. Esto es, porque en lo propuesto por Menéndez-Pidal (2010) sobre el concepto de figura retórica, donde se lo describe como recursos o manipulaciones utilizadas para cumplir el propósito esencial. También, en las

observaciones, se pudieron observar como impactaba la escena, de gran contenido significativo, gracias a las figuras retóricas utilizadas.

Finalmente, en el décimo parámetro sobre utilizar los diferentes ángulos en una escena, como plano picado y plano contrapicado es un recurso necesario para la interpretación de la posición/intención de los diferentes personajes en una misma situación. Se relaciona con lo mencionado por Fernando Franco (s.f.), de que el cine tiene su propio lenguaje, y este, posee como uno de sus elementos, los ángulos de la cámara (angulación normal, plano picado y plano contrapicado). Como todo lenguaje, cada tipo de ángulo expresa de alguna manera, una intención. Y como se observó en el análisis de las escenas, usualmente este recurso es utilizado para demostrar la posición o poder de un personaje sobre otro sin tener que utilizar varios signos visuales que signifiquen esto. Sosteniendo así, la gran importancia de los ángulos como lenguaje e interpretación de las películas.

Siguiendo con los objetivos del presente trabajo, un primer grupo de objetivos específicos, busca describir el rol de las películas de Pixar en los niños. Con el fin de conocer la importancia de estas para el espectador. Dicho esto, los resultados indican que las películas de Pixar ocupan un lugar importante en el día a día del espectador. Estos resultados confirman lo esperado según las expectativas al inicio del estudio.

Y, retomando lo expuesto por Tripero (2010), el cine es uno de los medios con el que los niños tienen su primer contacto, y además se lo sitúa como uno de los principales recursos para las funciones psíquicas superiores. Entonces se puede decir que las películas de Pixar tienen una gran influencia durante el crecimiento de un niño, es por ello que aplicar parámetros para la aplicación de signos visuales como medio de expresión

de valores infantiles en los filmes animados redituará en un beneficio para dicho espectador, como para los estudios de animación. Ya que les otorgará a los estudios de animación, una manera segura de crear entretenimiento que sea positivo en el desarrollo del niño.

En el segundo grupo de objetivos, se busca identificar los signos visuales utilizados en estas películas que puedan llegar a influenciar en el público objetivo. Teniendo como fin, conocer los signos visuales que fomenten a la formación de valores, tanto positivos o negativos, de los niños. Mencionado esto, se puede decir que se logró reconocer estos signos visuales. Estos resultados, en su mayoría, concuerdan con los esperado al comienzo del estudio, aunque también, se encontró con algunas respuestas inesperadas, como el inmenso significado que poseen algunas escenas de las películas analizadas.

Un ejemplo de estas escenas es “Escena en la que Riley confiesa sus sentimientos” de la película *Intensamente*. El filme en sí, tiene muchas denotaciones con respecto a los sentimientos en las diferentes etapas de la vida, los cambios mentales y las diferentes maneras de expresión que se pueden desarrollar en una situación. Pero, esta escena en particular, les concede un cierre a los conceptos mencionados, mostrando el resultado de cada cambio desarrollado, desde los sentimientos hasta el de la finalización del duelo, obtenido gracias a la expresión de las emociones del personaje Riley. De esta manera, se les otorga a los niños, la importancia y los beneficios de hablar sobre sus sentimientos por más tristes o negativos que sean.

Dentro de este marco, los resultados obtenidos para cumplir este objetivo específico son de gran utilidad para entender que signos visuales son utilizados con

frecuencia, como se caracterizan, de qué manera se utilizan y en cuales situaciones se los utilizan. Como también, se pudo identificar los recursos retóricos utilizados en los signos de estas películas.

Y finalmente, en el tercer y último grupo de objetivos específicos, se buscó analizar la manera en que las connotaciones de las películas de Pixar logran influenciar en los niños. Teniendo como fin entender la forma en que las influencias de estas películas funcionan. Estos resultados no fueron, del todo, los esperados al iniciar esta investigación, ya que se esperaban resultados de gran cantidad de influencias negativas, las cuales casi no hubo.

De igual manera, se logró analizar la influencia de estas películas en los niños de entre 3 a 6 años. Y se pueden concluir, que debido al uso adecuado de figuras retóricas y la relación, bien planteada, de valores, personalidad y morfología de los personajes y de la película en sí, logran en conjunto, un efecto revelador en el espectador.

Tal como lo plantea Karam (2011), sobre considerar a la retórica como una estrategia para generar efectos en cualquier tipo de mensaje, ayuda a comprobar que estas escenas poseen ese impacto significativo en los niños por su buen uso de los recursos retóricos. Luego de mencionar esto, se podría decir que las películas de Pixar, se caracterizan por explotar la retórica como recurso visual, en las que, como se expuso en los resultados, generan influencias positivas en la formación de valores de los niños.

Con respecto a la manera en que influyen, según los resultados obtenidos, se concluye que estos filmes impactan fuertemente en los niños, no sólo por el hecho de que estas les producen grandes sentimientos como emocionarse o asustarse, sino que, también, les enseñan sobre como ver la vida de manera diferente. Como es en el caso de

la película *Intensamente*, en la que muestran la importancia del sentimiento tristeza y los beneficios que trae no reprimir esta emoción. A diferencia de esto, usualmente se plantea la tristeza como un sentimiento negativo o como un sentimiento por el cual hay que evitar tenerlo, en vez de permitirse a uno mismo sentirlo. Otro ejemplo, es la película *Coco*, el cual muestra una perspectiva diferente sobre la muerte, tema en el que se suele considerar tabú en algunas sociedades, *Coco* muestra a la muerte desde una visión más positiva, aceptándola como algo que forma parte de la vida.

Es por todo lo mencionado anteriormente, que el tercer grupo de objetivos específicos se ha comprobado, siendo esto de gran importancia para comprender de qué manera influyen estas películas y así, poder tomarlas, o no, como guías para la realización de los parámetros para la aplicación de signos visuales como medio de expresión de valores infantiles en los filmes animados.

Para concluir, es importante señalar como limitación de este estudio haber transcurrido, durante el desarrollo del informe, una situación de la pandemia global, lo que limitó las posibilidades de conseguir más niños y padres para entrevistar. También, un limitante fue tener un plazo corto de tiempo para realizar el estudio, ya que redujo la opción de poder profundizar más sobre el tema. Sin embargo, con la cantidad de los entrevistados obtenidos fue útil para tener una noción sobre la percepción de los niños y padres entrevistados sobre las películas de Pixar. Y a pesar del poco tiempo, se pudo realizar un análisis muy minucioso sobre las películas, escenas y personajes. Por otra parte, este estudio suma evidencia de la gran influencia de este tipo de películas en los niños, y, por ende, la importancia de establecer los parámetros para lograr que esta influencia sea lo más positiva posible en la formación de los valores del espectador.



Finalmente, se concluye con que los resultados obtenidos en este informe, en su minoría, no fueron los esperados al comienzo del informe. Si bien las películas de Pixar tienen un gran impacto en el desarrollo de los valores infantiles, no se trataba de un impacto negativo como se esperaba. Para futuros trabajos se recomienda hacer un análisis más minucioso sobre la percepción de los niños y los padres con respecto a los filmes de Pixar. Es recomendable, aplicar los parámetros establecidos a la hora de realizar una película infantil para que impacte de manera positiva en los niños. El tema desarrollado en esta investigación puede servir como antecedente para futuras investigaciones sobre las influencias de las películas infantiles en la formación de los valores en los niños.

## ANEXOS

### **Anexo 1**

Resultados de las entrevistas a los niños sobre las películas de Pixar:

<https://bit.ly/3d1cku0>

### **Anexo 2**

Resultados de las entrevistas a los padres sobre las películas de Pixar que ven sus hijos:

<https://bit.ly/2ZlKB3j>

### **Anexo 3**

Grilla del análisis de los signos visuales de las películas de Pixar:

<https://bit.ly/2ZkhAoB>

## REFERENCIAS

- Ander-Egg, E. (Noviembre, 2011). *Tipos de investigación*. Recuperado de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/11/tipos-de-investigacion-segun-ander-egg.html>
- Andrés Tripero, T. (2010). La psicología del desarrollo de la inteligencia fílmica, digital o multimedia. *Revista Electrónica de Educación e Innovación Multimedia*, Septiembre, 1-10. Recuperado de <http://webs.ucm.es/BUCM/revcul/e-learning-innova/1/art298.pdf>
- Bañuelos Capistrán, J. (2006). Aplicación de la Semiótica a los procesos del diseño. *Revista Signa 15*(2006), 233-254. Recuperado de <http://revistas.uned.es/index.php/signa/article/view/6134/5867>
- Beuchot, M. (2013). *La semiótica Teorías del signo y el lenguaje de la historia*. D.F., Fondo de Cultura Económica.
- Chaves, N. (1989). Pequeña teoría del cartel. *Revista TipoGráfica*, 7, 8 y 9, 3-7. Recuperado de <https://tinyurl.com/y7bchlg9>
- Cordobés Pérez, B. (2018). *Análisis de los dibujos animados que ven los niños de Infantil; temática, estética y hábitos de consumo televisivo* (Tesis de grado). Universidad de Valladolid, Soria. Recuperada de <https://tinyurl.com/ya6g4esf>
- Costa, J. (2014). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. *Revista grafica*, 2 (4), 89-107. Recuperado de <https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v2-n4-costa/pdf>
- Durán, J. (2016). *El cine de animación estadounidense*. Barcelona: OUC.
- Franco, F. (Sin Fecha). Narrativa y lenguaje cinematográfico. *ECAM*. Recuperado de <http://ecam.es/media/GUIA-DIDACTICA-NARRATIVA-Y-LENGUAJE-CINEMATOGRAFICO.pdf>
- Grasso, L. (1999). Introducción a la estadística en ciencias sociales y del comportamiento. Córdoba, AR: Taller de Imprenta de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. del P. (2010). *Metodología de la investigación* (5.a ed.). México D. F., MX: McGraw-Hill. Recuperado de <http://data-collection-and-reports.blogspot.com/2009/05/la-observacion.html>
- History of Disney (2020). Recuperado de: <https://thewaltdisneycompany.com/about/#-5>
- Karam, T. (2011). Introducción a la semiótica de la imagen. *Portal de Comunicación*, 1-18. Recuperada de [https://www.academia.edu/25621589/Introducci%C3%B3n\\_a\\_la\\_semi%C3%B3tica\\_de\\_la\\_imagen](https://www.academia.edu/25621589/Introducci%C3%B3n_a_la_semi%C3%B3tica_de_la_imagen)
- Martinez, A. (2016). *Los valores sociales en niños y niñas de preescolar: una perspectiva desde la cultura del emprendimiento* (Tesis de grado). Universidad Libre,

Bogotá D.C. Recuperada de

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9573/PROYECTO%20DE%20GRADO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Menéndez-Pidal, S. (2010, mayo - agosto). Retórica visual: una herramienta necesaria en la creación e interpretación de productos visuales. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*. Recuperada de <https://www.redalyc.org/pdf/1701/170121899006.pdf>

Mérigo González-Garza, G. (2019). *¿Qué le enseñan a los niños y niñas las películas de Disney y qué tanto les puede llegar a afectar?* (Tesis de grado). Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Recuperada de <https://tinyurl.com/y9hmnepf>

Noriega, J. (2013). *Representaciones de Género en la película Enredados desde la mirada del Diseño Gráfico* (Tesis de grado). Universidad Empresarial Siglo 21, Ciudad de Córdoba. Recuperada de <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/12121>

Our Businesses (2018). Recuperado de: <https://www.waltdisneystudios.com/our-businesses/>

Valdivieso, A. (2013). *Análisis de los dibujos animados emitidos en televisión: personajes, estilos y mensajes* (Tesis de doctorado). Universidad de Granada, Granada. Recuperada de <https://digibug.ugr.es/handle/10481/34001>