

**¿Comunicación pos-masiva?**

***Revisando los nuevos entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos***

GI 4 Estudios de Recepción

Emociones de compasión y envidia en los contenidos de películas animadas infantiles

María Leticia Flores Palacios

**Resumen**

El propósito de esta investigación es analizar la manera en que se presentan las emociones de compasión y envidia en dos películas animadas infantiles de la compañía Disney-Pixar: *Toy Story* de 1995 y *Up* estrenada en el 2009. El análisis de las películas tiene un enfoque cualitativo y pretende resaltar la propuesta filosófica de la teoría de la capacidad a través del enfoque de Martha Nussbaum (2001a) quien enfatiza la importancia de las emociones como una capacidad humana que permite lograr una mejor calidad de vida. En este trabajo se enfatiza una postura cognitiva-evaluativa sobre las emociones la cual afirma que la manifestación emocional se basa en creencias o presupuestos. Bajo este enfoque se admite que las emociones además de acompañar muchas de las acciones y conductas de los seres humanos, pueden ser aprendidas, modificadas o ajustadas a través del aprendizaje en los grupos sociales, aprendizaje que también se ve influido por los medios de comunicación. Para el análisis se identificaron los contenidos donde estuvieran presentes las emociones de compasión y envidia en ambas películas, y se analizaron con la ayuda de un modelo aquí propuesto, que conjunta la secuencia motivadora de Monroe y Enhinger (1969) y los juicios cognitivos de Aristóteles (2002), revisados por Nussbaum (2001a) para el caso de la compasión, y tres elementos propuestos para el caso de la envidia. Se concluye que las películas analizadas muestran mayor cantidad de contenidos relacionados con la compasión que en referencia a la envidia y que estos contenidos son

identificados por palabras, entonación de la voz, acciones y expresiones faciales de los personajes. Es posible que el niño espectador aprenda a través de los ejemplos mostrados cuál es la adecuada manifestación de estas emociones y la manera en que se reacciona a ellas, como por ejemplo brindar palabras de consuelo a quien sufre. Sin embargo es necesario propiciar en los niños una actitud más analítica que permita identificar sesgos o reacciones inadecuadas, de manera que lo observado proporcione elementos valiosos para su relación con los demás y para su propio desarrollo emocional. Sin embargo, no se observó la presencia de una envidia emuladora que permitiera al villano reconocer sus errores y corregir el rumbo de sus actos para tratar de obtener el bien o el logro deseado sin destruir al otro. Por otra parte existe un sesgo a favor de los personajes masculinos que llevan el peso de la acción dejando a los femeninos los roles secundario. Resulta de gran relevancia una educación que permita a los niños reconocer aquellos elementos emocionales que permiten el logro de acciones valiosas para la vida.

## Introducción

En muchas ocasiones las emociones motivan a la acción y acompañan a gran cantidad de decisiones y conductas de la vida diaria. Es por esto que resulta interesante observar la manera en que se manifiestan las emociones en las películas que observan los niños y la forma en que se da solución o salida a estas emociones dentro de la trama, pues es posible que sea una fuente de aprendizaje importante a temprana edad.

El propósito de esta investigación es analizar la manera en que se muestran las emociones de compasión y envidia en dos películas animadas infantiles, y señalar si la manifestación de estas emociones se asocia con elementos favorables a la calidad de vida.

Este trabajo se sustenta en la teoría de la capacidad propuesta por Amartya Sen (Sen 2004; Nussbaum y Sen 2004) quien señala que no es suficiente conocer el

PIB per cápita para determinar la calidad de vida de los habitantes de un país, sino que es necesario profundizar en el conocimiento y evaluación de aspectos diferentes al crecimiento y desarrollo económico, puesto que es necesario conocer cómo se distribuyen los recursos al interior del país y la forma en que son utilizados. Factores de la sociedad que tienen un impacto en la calidad de vida son, por ejemplo, el tipo de servicios, el acceso y las instalaciones de salud, la educación en cuanto a su disponibilidad y calidad, el trabajo para conocer la relación laboral con los diferentes niveles jerárquicos, la seguridad física, los aspectos familiares en cuanto a la libertad y el trato entre sus miembros.

A la postura de Sen, Nussbaum (2006) agrega un sustento filosófico aristotélico que le permite centrarse en la propia persona y en las diversas interrelaciones que como ser social realiza en su entorno. Esta perspectiva no pregunta por la felicidad o por la satisfacción de deseos, sino que destaca lo que la persona puede hacer con sus habilidades y los recursos externos, y cómo puede lograr algo a través de su uso.

Los autores agregan que es necesario ir más allá de los factores mencionados para revisar si la sociedad permite a las personas

imaginar, maravillarse, sentir emociones como el amor y la gratitud, que presuponen que la vida es más que un conjunto de relaciones comerciales, y que el ser humano... es un 'misterio insondable', que no puede expresarse completamente en una 'forma tabular.' (Nussbaum y Sen, 2004, p. 16)

Nussbaum (2001a, 2001b) señala que existen aspectos que son indispensables para todos los humanos, que debieran ser respetados y fomentados por las naciones; a éstos los llama Capacidades Humanas Centrales y entre ellos se encuentra la capacidad de sentir emociones. Nussbaum (2001a, 2001b) describe esta capacidad de la siguiente manera: poder sentir cariño por las cosas y hacia

las personas, amar a quienes nos aman, poder sentir dolor, experimentar gratitud e inclusive enojo justificado, sin sentirse limitado por el miedo y la ansiedad.

Es necesario agregar que contemplar la perspectiva de Aristóteles es fundamental para Nussbaum (1996) pues señala que para este filósofo griego las emociones están relacionadas a las creencias o presupuestos, que a su vez pueden ser racionales o irracionales, verdaderos o falsos, pero finalmente las emociones son valiosas y necesarias para la acción virtuosa y también sujetas a modificación cognitiva cuando se modifica la creencia que les da apoyo. Es por lo tanto útil ejemplificar que una persona puede sentir una gran tristeza al enterarse que un ser querido ha muerto, pero al saber que su creencia era errónea y que su ser querido en realidad está con vida, podrá cambiar la tristeza por alegría.

Hay cuatro aspectos necesarios para analizar las creencias que sustentan nuestras emociones: un primer requisito es pensar críticamente sobre los contenidos que recibimos; aunado a éste se encuentra la habilidad para interpretar sin sesgos la información; un tercer aspecto se refiere a auto cuestionarse aquel conjunto de creencias que se relacionan con la información; y finalmente la posibilidad de una expresión “saludable” de las emociones.

Nussbaum (1988, p. 226) afirma que las emociones no surgen naturalmente en las personas sino que son enseñadas y aprendidas en sociedad. Se aprende todo un repertorio de emociones que en el medio ambiente social se afinan y se reafirman, y una vez que son internalizadas van moldeando la forma en que se observa el mundo. Es posible considerar también el ámbito moral puesto que las decisiones éticas suponen una carga emocional. A este respecto Frank (1988) señala que hay evidencia de sentimientos morales que pueden ser aprendidos en contacto con la cultura como las “definiciones de honestidad, nociones de justicia y condiciones que desencadenan el enojo” (p.93). Lo interesante de las emociones es que se encuentran en muchas de nuestras palabras y conductas de la vida diaria. A este respecto Polo (2007, p.144) señala que las emociones son el sustento de las disposiciones, actitudes, acciones y de nuestros juicios morales.

Las emociones han sido muy estudiadas desde el punto de vista psicológico y filosófico. Solomon (1984) señala que los estudios de las emociones se pueden distribuir entre los siguientes tipos de teorías: las de sensación que se interesan en la relación casusa y efecto; las teorías fisiológicas que ven a las emociones como una molestia física y analizan sus causas; las conductuales que revisan los actos observables relacionados con las emociones; las teorías evaluativas que señalan que existe una conexión entre las emociones y las creencias o presupuestos; y las cognitivas que indican que las emociones son creencias acerca de algo.

Nussbaum (2001a, 2001b, 2003) argumenta que al acercarse a la literatura es posible imaginar y enriquecerse emocionalmente. Podemos agregar que así como la autora acude a la literatura como una fuente de aprendizaje, es posible también señalar que los medios de comunicación audiovisual se convierten en un importante recurso de aprendizaje y que es posible que un niño tenga un acercamiento a estos medios incluso antes de haber tenido contacto con el mundo lingüístico de la literatura. Los medios audiovisuales, al igual que la literatura pueden favorecer la imaginación, la creatividad, la empatía con otras realidades; pero por otra parte ambas, fuentes de aprendizaje pueden mostrar emociones vinculadas a ideas discriminatorias y estereotipadas.

Los medios audiovisuales resultan muy atractivos para una gran parte de la población por su acceso fácil, rápido y económico; y es justamente su atractivo el que plantea el reto de analizar las emociones que presentan y si éstas generan la posibilidad de un aprendizaje de emociones libres de sesgos, que posibiliten una imaginación más allá de lo evidente y que colaboren con el desarrollo de la persona y su calidad de vida.

De entre la gran cantidad de emociones que se muestran en los contenidos audiovisuales en este trabajo se resaltan sólo dos: la compasión y la envidia, mismas que se analizan a continuación.

Con respecto a la compasión Nussbaum (2001a) enfatiza que ésta permite ampliar el interés por los demás. La autora señala que algunas emociones son muy intensas y otras no tanto, y que la pena que sentimos por algo es proporcional a la pérdida sufrida; en el caso de la compasión podemos decir que la intensidad con que la sentimos, depende no de la gravedad del dolor del que sufre, sino de la manera en que como espectadores nos impacta. Y a pesar de que los medios de comunicación presentan gran cantidad de contenidos que apelan a la compasión, es posible que no lleguemos a sentirla. En relación a lo anterior Sontag (2004, p. 117) menciona: “La compasión es una emoción inestable. Necesita traducirse en acciones o se marchita.” Agrega que si sentimos que no podemos hacer nada nos volvemos cínicos o desinteresados.

Nussbaum (2001a) retomando lo que dice Aristóteles, señala que existen tres juicios o elementos cognitivos necesarios para la compasión: el primer requerimiento cognitivo es una creencia o evaluación de que el sufrimiento es serio en lugar de trivial; el segundo, es la creencia de que la persona no merece el sufrimiento; el tercero, es la idea de que las posibilidades de la persona quien experimenta la emoción son similares a las de aquellos que sufren (p. 306). Por lo que respecta a la envidia, de acuerdo a Nussbaum (2001a, p. 342) se trata de una de las emociones, que junto con la vergüenza y el asco, limitan o frenan la compasión. Aristóteles (2002, p.94) también afirma en la *Retórica* que la envidia se contrapone a la compasión, puesto que se trata de un pesar por el éxito de otro parecido a nosotros en características como edad, origen y parentesco. Sin embargo es posible observar que la envidia tiene diferentes matices. En ocasiones hablamos de una envidia “buena” cuando señalamos que algo es envidiable y no deseamos que quien posee aquel bien lo pierda, también conocemos una envidia destructiva que involucra el odio hacia quien posee el bien. Es posible asimismo hablar de una envidia emuladora que permite concentrarnos en nuestras propias posibilidades de logro teniendo como meta aquello que deseamos obtener. De cualquier manera la envidia supone una comparación que no se limita a la

observación de lo que el otro tiene y nosotros no, sino que requiere una evaluación de nuestras oportunidades de logro.

De acuerdo a Nussbaum (2001a) no podemos entender las emociones de un adulto si no conocemos su historia. Es necesario volver la vista a la infancia pues es ahí donde se forman las emociones y proporcionan los cimientos de las habilidades y conductas, “el niño puede renunciar a la envidia sólo si es capaz de tolerar vivir en un mundo donde los otros hacen demandas sobre los objetos y estas demandas son reconocidas como legítimas” (Nussbaum, 2001a, p. 212).

Los mecanismos psicológico-sociales que utilice la persona para controlar, moldear o encauzar su envidia dependen en gran medida de lo que aprenda en su contexto social y lo que éste le muestre como deseable, así como de un esfuerzo personal por reflexionar no sólo en lo valioso de su objeto de deseo sino de las actividades que pudiera realizar para mejorar su calidad de vida. Desde la ética es necesario cuestionarse la manera en que esta emoción frena o limita el desarrollo personal y el de los otros, cómo esa emoción puede dificultar el acceso a las oportunidades para lograr una vida que valga la pena.

En los medios audiovisuales podemos encontrar los diferentes matices de la envidia, pero en este trabajo el interés principal se enfoca en detectar la manifestación de la envidia emuladora que permite, de acuerdo a Alberoni (2006), motivar a la competencia, al trabajo y a la búsqueda del éxito, que en concordancia con la postura de la teoría de la capacidad, promovería el logro de actos valiosos a favor de la calidad de vida.

A través de los contenidos del cine y de la televisión por ejemplo, vemos tramas de ficción de amor y odio, se expresa envidia, ira, alegría, observamos la tristeza de los personajes, vemos con compasión o con indiferencia la pobreza y la violencia. Al respecto De la Torre (1997) comenta:

El cine nos habla de conocimientos y emociones, de sentimientos y pasiones, de ilusiones y valores; pero sobre todo nos hace pensar y sentir, observar e imaginar, compartir y soñar. En una palabra, nos hace vivir. Vivir otras vidas, aunque sólo sea de forma imaginaria y pasajera. (p.27)

El espectador de pantalla grande o chica corre riesgos: el riesgo de confundir realidad con ficción, de aprender estereotipos, imitar conductas, adquirir información falsa, recibir contenidos que lo perturben o inquieten más allá del tiempo de duración. Un ejemplo de estos riesgos es el consumismo que se promueve en muchos mensajes comunicacionales tanto estadounidenses como mexicanos, como lo señala el trabajo de Lozano (2005, p.99).

El espectador también disfruta de las ventajas que los medios audiovisuales le proporcionan: la ventaja de adquirir información nueva, de comprender otros puntos de vista, de visualizar diferentes maneras de vivir y de reaccionar, de divertirse, de entretenerse a bajo costo, de sentir una gran variedad de emociones aunque no haya vivido la experiencia que observa en la pantalla. De la Torre (1997) agrega que los medios brindan “la posibilidad de evadirse un momento, de vivir un rato agradable, de sentir emociones o liberar tensiones, miedos o sentimientos. Lo comercial no está reñido con la expresión de valores humanos o sociales” (pp.21-22).

Liandrat-Guigues y Leutrat (2003) señalan que algunas emociones propias del cine son la sorpresa, el horror y el gozo. Y que si bien al espectador le gusta reír y llorar, también espera encontrar algo más en el ámbito emocional. Agregan estos autores que a través del cine aprendemos mucho de la educación sentimental y del sentido de los valores.

Si bien a través de la exposición a los medios de comunicación se logra obtener información y entretenimiento, es claro que los mensajes pueden ser tanto positivos como negativos para el desarrollo del ser humano, y es por lo tanto

importante tener una actitud crítica para revisar con cuidado los mensajes que se encuentran bajo contenidos que pueden parecer inocentes como las películas infantiles y fomentar esta actitud de análisis en los niños. Los espectadores infantiles posiblemente vean una película en una sola ocasión en el cine, pero podrán reproducirla muchas veces más en la pantalla del televisor.

Escudero (1997, p.37) afirma:

La televisión no se ve pasivamente ya que suscita la actividad cerebral y el esfuerzo de construcción y reconstrucción aunque no seamos conscientes de ello, pero creo que es posible contrarrestar y completar el uso inmoderado del medio audiovisual o incluso intencionalidad, fomentando su capacidad reflexiva.

Charles y Orozco (1990) señalan que en muchos países principalmente europeos, existe desde la década de los setenta, una preocupación por hacer que los sujetos receptores, individuales y colectivos tomen distancia de los medios de comunicación y sus mensajes, que les permita ser más reflexivos, críticos y por lo tanto, independientes y creativos; esto es, que les permita recobrar y asumir su papel activo en el proceso de la comunicación. (p. 21)

En concordancia con la postura anterior Amar (2003) enfatiza que la acepción de educar con cine sería enseñar a mirarlo con unos ojos más críticos, llegando a construir unos espectadores y unas espectadoras responsables que sepan diferenciar, conscientemente entre la ficción y la realidad, además de detectar los intereses que se ocultan en la industria. (p.16)

El valor de haber visto una película puede residir en el esparcimiento que la persona disfrutó, en la imaginación que pudo desarrollar, en la oportunidad de sentir las emociones. E incluso es posible que el espectador salga de la sala de cine con ánimo de realizar actos valiosos, de hacer algo para su propio florecimiento o para el de los demás.

El cine animado infantil se vislumbra particularmente como una importante fuente de conocimiento emocional si consideramos que una persona nacida en países occidentales tiene contacto con este medio desde los primeros meses de su vida, y por lo general acumula muchas horas de exposición a este medio antes de aprender a leer.

Debido a la importancia que tienen los medios audiovisuales en el aprendizaje a temprana edad, es que resulta interesante revisar si los contenidos que muestran emociones de compasión y de envidia proporcionan ejemplos de conductas valiosas para el desarrollo humano. Dos preguntas de investigación que se plantean en este trabajo son: ¿De qué manera se manifiestan las emociones de compasión y de envidia en las películas animadas infantiles *Toy Story I* y *Up*?, y ¿es posible encontrar una envidia emuladora que permita al personaje visualizar la posibilidad de obtener logros a través de su esfuerzo?

### Método

Para el análisis se eligieron dos películas de la compañía Disney-Pixar la cual produjo entre 1995 y 2009 diez largometrajes, muchos premiados y todos ellos éxitos en taquilla, este último aspecto tiene relevancia porque significa popularidad entre los niños y sus familias. La selección fue de la primera y de la más reciente producción de esta empresa: *Toy Story* de 1995 y *Up* de 2009.

Porter y Susman (2000) afirman que la animación de las películas con el sello Pixar en particular, se enfoca a las acciones que permiten que el personaje muestre un proceso cognitivo de manera que pudiéramos observar seres que expresan inteligencia, emociones y personalidad al mismo tiempo. Para lograr estos elementos se cuida, de cada personaje elaborado por computadora, la postura, los gestos de la boca y de la cara en general, el movimiento de los brazos y la expresividad de los ojos que representan la ventana al cerebro del personaje. Se trata de imágenes complejas y ricas visualmente.

Henne, Hickel, Johnson y Konishi (1996) también hablan de las emociones mostradas en la producción de Pixar pues enfatizan que los colores, formas y tamaños de los decorados son elegidos para enfatizar ciertas emociones y dan precisión a la acción. (p.464).

Las dos cuentan con una gran riqueza emocional. De acuerdo al reportaje de González (2009) la película *Up* estrenada en la primavera del 2009, presenta un balance entre la emoción, el humor y la acción: “no sólo hace reír, sino que también lleva al público en una travesía emocional hacia la importancia de las relaciones humanas.” (§ 2).

Monroe y Ehninger (1969) proponen un proceso de cinco etapas que es utilizado para estructurar un discurso y motivar a una audiencia a responder al propósito del orador. Sin embargo en este trabajo se utiliza para revisar la secuencia de elementos que siguen los personajes al manifestar una emoción. Este proceso facilita el análisis por dos motivos: primero, porque resalta que la emoción tiene un componente cognitivo que se presenta a causa de una creencia que un personaje tiene acerca de algo y que puede ser analizada a través de una secuencia de pensamiento; segundo, porque puede dirigir la atención hasta el final del proceso donde se requiere la acción, es decir tener los motivos para actuar ya sea a favor del que sufre en el caso de la compasión, o en la observación de un esfuerzo o trabajo por lograr aquello que se desea.

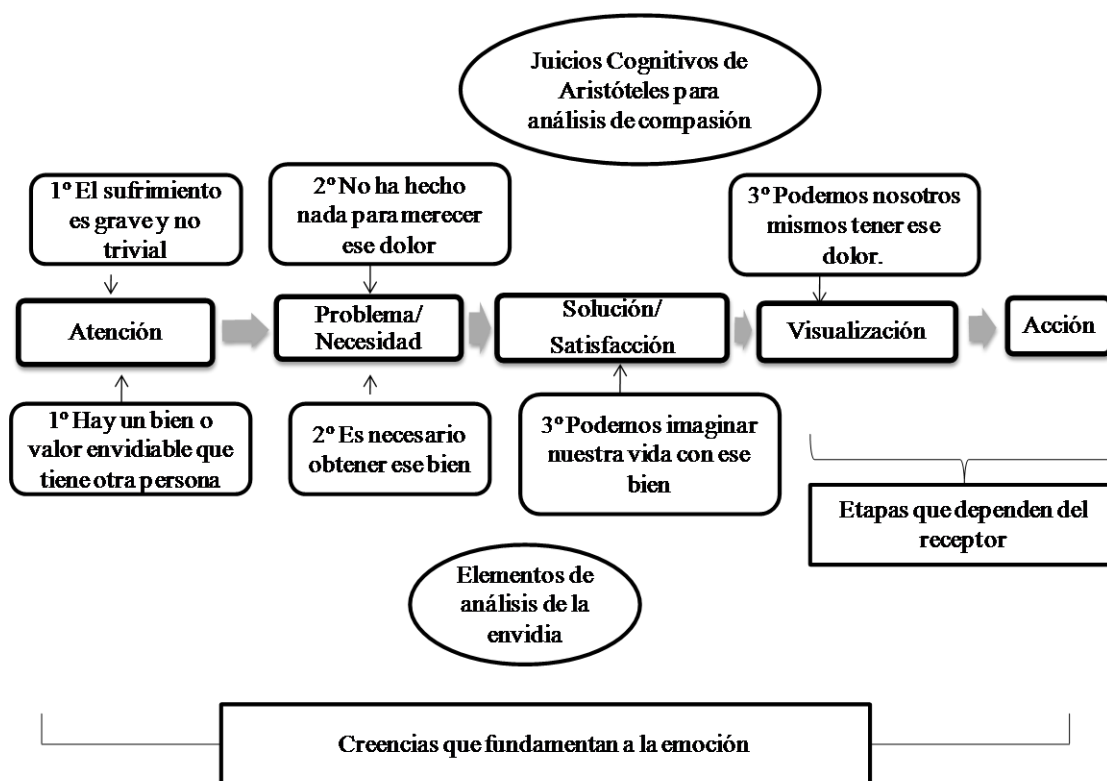
En el caso de la compasión podemos observar las cinco etapas de este proceso de la siguiente manera: primero ocurre algo que llama la atención de los mismos personajes que indican que alguien está pasando por un momento de sufrimiento, en este momento es posible incorporar el primer juicio cognitivo de Aristóteles quien señala que el sufrimiento es grave; en seguida vemos que el personaje muestra directa o indirectamente que hay algún problema o necesidad grave y que amerita ser consolado, aquí se puede incorporar el segundo juicio de Aristóteles

que señala que la persona no merece el sufrimiento, no ha hecho nada para merecer ese dolor. La tercera etapa es la solución del problema o la satisfacción de la necesidad donde vemos a los personajes decir o realizar alguna acción dirigida a mitigar o eliminar el dolor; en el cuarto paso del proceso visualizamos la situación y el observador se coloque en el lugar del personaje para tratar de comprender desde su propia posición, cómo se sentiría si viviera ese dolor. En este momento se incorpora el tercer juicio de Aristóteles que señala la posibilidad de encontrarnos en una situación de dolor similar a la de aquel que padece. Al llegar a este momento es posible decir que la persona pudo imaginarse en la situación, logró la empatía y posiblemente llegó a sentir la compasión. Finalmente, en la etapa de motivación a la acción la persona puede colaborar con acciones concretas para aliviar ese sufrimiento.

Cabe aclarar que las dos últimas etapas la secuencia de Monroe y Enhinger se pueden entrelazar en el contenido del mensaje, pero depende del receptor si logra la visualización y si llega a realizar alguna acción.

En el caso de la envidia también se puede observar que se presenta una secuencia de eventos por lo que resulta útil revisar esta emoción bajo el mismo proceso. Podemos advertir que la llamada de atención surge al darse cuenta de que un bien o un valor admirable o agradable se encuentra en posesión de otra persona, se presenta a continuación una necesidad de obtener ese objeto envidiable, se reflexiona acerca de la manera en que podría satisfacerse esa necesidad, o bien destruir o minimizar su importancia. La visualización se puede presentar en la trama a través de palabras o imágenes del envidioso que considera una vida mejor si tuviera satisfecha esa necesidad, pero la visualización del espectador no es la misma puesto que nos colocamos del lado del envidiado y no deseamos que pierda sus bienes. La acción de la trama se relaciona con aspectos del envidioso por lograr el bien y fracasar en ese momento o más adelante pues como villano tendrá su castigo, sin embargo el aprendizaje va en otro sentido pues el espectador alcanza a reconocer que realizar acciones

despiadadas por obtener un bien o logro no surten efecto. Por otra parte si tuviéramos oportunidad de observar una envidia emuladora, veríamos que esta emoción funge como un motor que motiva para ejecutar actos valiosos en un afán de superarnos y lograr bienes o actos valiosos.



### **Modelo de Análisis de las emociones de compasión y envidia**

#### **Resultados**

Para revisar los fragmentos de contenido audiovisual donde se presenta la compasión se utiliza: la secuencia de Monroe y Enhinger (1969) y se incorporan los tres juicios cognitivos de Aristóteles en Nussbaum (2001a).

<b>Toy Story (1995)</b>	1er. Contenido que muestra compasión	2do. Contenido que muestra compasión	3er. Contenido que muestra compasión
<b>Atención</b> 1er. Juicio cognitivo que indica que el sufrimiento es grave.	Woody es tirado lejos de la cama de Andy, sufre por ser desplazado.	Buzz está triste por comprender que sólo es un juguete sin poderes especiales.	Woody le confiesa a Buzz que tiene una pobre imagen de él mismo.

<b>Problema/Necesidad</b> 2do. Juicio cognitivo indica que el personaje no merece ese dolor.	Está triste por verse desplazado y sustituido en el cariño de Andy.	El problema es la limitación en las habilidades físicas.	Hay una necesidad de sentirse querido y aceptado a pesar de ser un juguete simple.
<b>Solución/Satisfacción</b>	Betty (pastorcita) dice palabras compasivas a Woody.	Más adelante comprenderá que esa falta de habilidades lo convierte en un juguete querido.	Buzz lo escucha y ambos se organizan para planear su huida y regresar al hogar.
Visualización y acción dependen en gran parte del propio receptor			
<b>Visualización</b> 3er. Juicio cognitivo indica que el sufrimiento podemos sentirlo nosotros mismos.	El espectador puede comprender que el dolor de ser despreciado y olvidado es terrible.	Los niños pueden haberse sentido tristes al darse cuenta que no tienen una capacidad que creían poseer.	Comprendemos la tristeza de sentirse inferior a otros en habilidades o características físicas.
<b>Acción</b> Se puede observar en la trama, pero también es una invitación al espectador a que realice acciones favorables para la vida propia y de los demás.	No se observan acciones en ese momento. Más adelante veremos el esfuerzo por recobrar el cariño. El receptor puede imaginar realizando acciones a favor del que sufre.	En la trama, más adelante, otros personajes ayudan a Buzz a lograr algo valioso en su vida. Como receptores podemos sentir la necesidad de hacer algo para ayudar a quien lo necesita.	El espectador puede comprender que a pesar de las limitantes físicas, el apoyo de los otros y la confianza propia, ayudan a superar obstáculos.

<b>Up (2009)</b>	1er. Contenido que muestra compasión	2do. Contenido que muestra compasión	3er. Contenido que muestra compasión
<b>Atención</b> 1er. Juicio cognitivo que indica que el sufrimiento es grave.	Carl está triste por la muerte de su esposa y se decepciona por no haber realizado el sueño de viajar.	Russell relata que no ve a su padre. La esposa de éste le dice que siempre está ocupado.	Russell va a recibir su insignia y está solo aunque soñaba con tener a su padre al lado.
<b>Problema/Necesidad</b> 2do. Juicio cognitivo indica que el personaje no merece ese dolor.	El problema es una tristeza por la muerte que se une a la decepción por no haber realizado el sueño de ambos.	El problema es el distanciamiento y la sensación de abandono.	El problema es el abandono de su padre en un momento especial.
<b>Solución/Satisfacción</b>	Aunque para la muerte no hay solución, al menos tiene la satisfacción de realizar el sueño de volar dentro de su casa a Sudamérica.	No hay intento de solución en la trama. Carl lo ha escuchado y siente compasión que muestra en sus gestos.	La solución es clara: vemos a Carl subir al estrado y tomar el lugar del padre de Russell para apoyarlo.

Visualización y acción dependen en gran parte del propio receptor			
<b>Visualización</b> 3er. Juicio cognitivo indica que el sufrimiento podemos sentirlo nosotros mismos.	Podemos imaginar el dolor de perder un ser querido y el de no haber cumplido sus deseos.	Es posible imaginarnos el dolor de no ver a los seres queridos por conflictos ajenos.	Podemos imaginar el sufrimiento de Russell por estar solo.
<b>Acción</b>	No hay acciones para mitigar el dolor. La acción de volar con la casa, da la idea de que nunca es tarde para realizar metas.	No se observa en la trama ninguna acción. El espectador puede tener la oportunidad de realizar un acto compasivo.	Una invitación para el receptor que al igual que Carl podemos realizar actos para mitigar el dolor del otro.

A semejanza de los juicios cognitivos de Aristóteles acerca de la compasión, aquí se plantean tres aspectos que podrían facilitar el análisis de la envidia. El primer elemento es el reconocimiento de que existe un bien valioso, y este reconocimiento se logra por medio de una comparación de nosotros mismos con aquellos a quienes consideramos semejantes. El segundo elemento consiste en que el envidioso considera que merece ese bien, más que quien lo posee actualmente. Y finalmente, el envidioso utiliza diversos mecanismos ya sea para negar su relevancia, destruir es bien, o poseerlo.

Por lo que respecta a la emoción de la envidia, en *Toy Story* podemos decir que no se presenta, porque para que ésta se manifieste se requiere un objeto poseído por un personaje que sea deseado por otro. Sin embargo encontramos claramente una emoción parecida a la envidia: los celos entre los personajes principales. En *Up* podemos observar la envidia en conjunción con el enojo, lo cual nos recuerda la idea de indignación que señala Aristóteles (2002), pues para él, la indignación es apesadumbrarse por los inmerecidos éxitos y por lo tanto es opuesta a la compasión que se aflige por las inmerecidas desgracias.

En *Up* la importancia del bien no radica únicamente en la posesión del mismo, sino que es visto como un medio que permitiría lograr un fin mayor consistente en el reconocimiento público y éxito del explorador.

Up (2009)	Atención	Problema/ Necesidad	Solución/ Satisfacción	Visualización	Acción
Contenido que muestra envidia	1er. Elemento de la envidia: reconocimiento de la existencia de un bien valioso en posesión de otra persona.	2do. Elemento de la envidia: necesidad de poseer es bien, pues se cree que se merece más que quien lo posee.	3er. Elemento de envidia: ejecución de algún mecanismo para negar, destruir o poseer ese bien.		
	La envidia se muestra junto con el enojo cuando el explorador sabe que Carl y Russell tienen al pájaro que necesita.	El pájaro es un bien necesario para obtener el reconocimiento público y fama.	El explorador hace todo lo posible por conseguir al pájaro, incluso acciones despiadadas.	Imaginamos esta envidia, sin embargo ésta no es la visualización que se busca, pues el receptor siente empatía con el envidiado y no con el villano	La trama no permite al villano rectificar. El receptor debe comprender que este tipo de envidia es negativa.

Otro aspecto importante de acuerdo a Nussbaum (2001a) es el reconocimiento de la individualidad. En la película *Toy Story* se observa que cada personaje tiene características físicas, habilidades y personalidad distintas, también manifiestan emociones de acuerdo a las creencias propias del momento.

En *Up* encontramos que la individualidad se ha definido a lo largo de la historia, cada uno de los personajes es diferente no sólo físicamente, sino en habilidades, conocimientos, actitudes y creencias entre otros aspectos. Y en esa escena de compasión en que Carl sube al estrado a acompañar a Russell se observa que las diferencias son indispensables, uno es el niño que recibirá una recompensa, el otro personaje es el adulto que apoya los logros del pequeño. La diferencia entre ellos es la que permite que cada uno tome una posición en una relación de respeto al otro.

En el caso de la película *Toy Story* se observan valores compartidos y aceptados por toda la comunidad de juguetes, por ejemplo la amistad, la organización, la responsabilidad por el cuidado del otro. También es importante destacar que la mayoría de los personajes son masculinos (Woody, Buzz, el cerdo, el Sr. Cara de papa, el dinosaurio, el perro) y son los que realizan la mayoría de las acciones en las que importa la acción, la fuerza física y la valentía, mientras que los personajes femeninos (Betty la pastora, la mamá y hermana de Andy) tienen un rol de soporte y apoyo a los demás. Esto nos da una idea de que los personajes con una vida interesante son los masculinos, mientras que del lado femenino se encuentra solidaridad y comprensión. Otro aspecto destacable es que Buzz y Woody así como los juguetes que realizan funciones importantes pueden ser clasificados como adultos, dejando a los juguetes preescolares (niños) al margen de la acción.

En las dos películas encontramos el deseo de cuidar la vida y el respeto por la integridad física, la capacidad de relacionarse con otros seres humanos en condiciones de respeto, la capacidad de sentir emociones sin verse limitado por las reacciones de los otros y observar que la vida proporciona oportunidades para el desarrollo individual y colectivo.

Estas apelaciones a capacidades generalizables a cualquier cultura permiten que estas películas puedan ser vistas por personas de diversos grupos y con diferentes identidades, sin sentir amenazadas sus costumbres, tradiciones o valores.

Sin embargo es necesario observar que en estas películas también existen elementos negativos, como por ejemplo el hecho de que sólo los personajes masculinos fungen como líderes y son capaces de tomar decisiones, lo cual puede transmitir la idea de que sólo los hombres tienen una vida interesante. Otro aspecto negativo se observa en *Up* cuando el explorador trata de buscar la posesión del pájaro como un objeto sin considerar que se trata de un ser vivo y

además es capaz de realizar acciones despiadadas para lograr su posesión, lo cual muestra un fuerte egoísmo. Esta diversidad de mensajes positivos y negativos hace necesario fomentar una actitud de análisis de manera que los niños puedan detectar estos contenidos y tomar cierta distancia.

## Discusión

Si bien consideramos que la literatura puede favorecer el aprendizaje emocional como lo señala Nussbaum (2001a, 2001b, 2003), también es necesario enfatizar que otra fuente de aprendizaje se encuentra en los medios de comunicación que pueden propiciar la imaginación y la empatía con otras realidades, así como el reforzamiento o aprendizaje de valores.

Este trabajo muestra un análisis de los momentos en que se observan las emociones de compasión y de envidia en las películas animadas infantiles *Toy Story* y *Up*, puesto que el propósito principal era revisar si los personajes manifiestan estas emociones vinculadas a logros valiosos para su propio florecimiento y en relación con otros seres humanos, como lo señala la teoría de la capacidad.

En *Toy Story* se observan logros importantes en los personajes, por ejemplo vencer el miedo a juguetes que tienen una apariencia terrible y permitir el acercamiento físico en condiciones de mutuo respeto. Lograr la amistad que no se había desarrollado por el impedimento de la emoción de los celos. Lograr regresar al ambiente seguro que da tranquilidad y felicidad. En *Up* se resalta el valor de las relaciones personales por sobre los aspectos materiales, la unión de fuerzas y habilidades para el logro de actos valiosos, el respeto por los animales. Todos éstos son logros importantes para la calidad de vida.

El análisis de la envidia es importante desde el punto de vista de la teoría de la capacidad porque la comparación que se realiza entre el envidioso y el envidiado remite a una evaluación de las condiciones de igualdad y de justicia. Esta

evaluación permitiría revisar las oportunidades que brinda una sociedad para el desarrollo individual, pues es posible que al menos en parte, las instituciones sociales proporcionen mecanismos para que las personas realicen logros que les hagan sentir que su vida vale la pena ser vivida.

Es necesario enfatizar que como adultos tenemos la responsabilidad de educar a los niños a tener una actitud más crítica a los contenidos, discutir y analizar qué emociones se presentan en los medios y por qué son relevantes, revisar que la compasión es positiva pues permite sentir empatía por el otro y presenta ideas de cómo ayudar a quienes sufren. También es posible revisar que la envidia por lo general no permite ver las posibilidades de logro a través del esfuerzo y del trabajo, pero que una envidia emuladora posibilita la realización de acciones que por esfuerzo propio conduzcan a logros valiosos. En el caso concreto de estas dos películas, es posible enfatizar que a pesar de ser los personajes masculinos quienes realizan acciones valiosas, las mujeres también pueden participar de las oportunidades. Al tener una actitud más analítica de las películas es posible desarrollar la habilidad de razonamiento, al mismo tiempo que se es capaz de sentir emociones, imaginar, maravillarse y disfrutar de los contenidos narrativos.

Futuras investigaciones deberán explorar si los contenidos analizados son en realidad identificados por los niños y si es posible que éstos reconozcan en qué momentos y bajo qué circunstancias las emociones pueden favorecer un enriquecimiento humano para mejorar la calidad de vida.

#### Referencias

- Alberoni, F. (2006). *Los envidiosos: ¿qué y quién envidiamos?* Barcelona: Editorial Gedisa.
- Amar, V. (2003). *Comprender y disfrutar el cine*. España: Grupo Comunicar Ediciones.
- Aristóteles. (2002). *Retórica*. Introducción, traducción y notas de Arturo Ramírez. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

- Charles, M., Orozco, G. (1990). *Educación para la recepción: hacia una lectura crítica de los medios*. México: Trillas.
- De la Torre, S. (1997). *Cine formativo: una estrategia innovadora para los docentes*. España: Octaedro.
- Escudero, A. (1997). Televisión y educación. En S. De la Torre (Ed.), *Cine formativo: una estrategia innovadora para los docentes* (pp. 35-54). España: Octaedro.
- Frank, R. H. (1988). *Passions within reason: the strategic role of the emotions*. New York: Norton.
- González, R. (2009, Mayo 31). ¡Mira...son los sueños volando. *El Norte*. Top Magazzine.
- Henne, M., Hickel, H., Johnson, E., Konishi, S. (1996). The making of Toy Story. Pixar Animation Studios. *IEEE Xplore*. 463-468. Consultado Junio 2009, disponible <http://0ieeexplore.ieee.org.millennium.itesm.mx/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=501812&isnumber=10694>
- Liandrat-Guigues, S., Leutrat, J. (2003). *Cómo pensar el cine*. Cátedra Signo e Imagen. Trad. Manuel Taleris. Madrid: Grupo Anaya.
- Lozano, J.C. (2005). Flujos, consumo e identidad cultural en México. *Anuario del Consejo Nacional para la enseñanza de la Investigación de las Ciencias de la Comunicación*. CONEICC. XII, 93-103.
- Monroe, A., Ehninger, D. (1969). *Principles of speech communication*. United States of America: Scott, Foresman and Company.
- Nussbaum, M. (1988, January). Narrative Emotions: Beckett's Genealogy of Love. *Ethics*. 98 (2), 225-254. The University of Chicago Press. Consultado 3 de octubre, 2008, disponible en <http://www.jstor.org/stable/2381115>
- Nussbaum, M. (1996). *The therapy of desire: theory and practice in hellenistic ethics*. NJ: Princeton University Press.
- Nussbaum, M. (2001a). *Upheavals of thought: the intelligence of emotions*. United States of America: Cambridge University Press.

- Nussbaum, M. (2001b, June). *Capabilities as Fundamental Entitlements: Sen and Social Justice*. Paper presented at a conference on Sen's work at the University of Bielefeld.
- Nussbaum, M. (2003). *Cultivating humanity: a classical defense of reform in liberal education*. United States of America: Harvard University Press.
- Nussbaum, M. (2006). *Frontiers of Justice: disability, nationality, species membership*. United States of America: The Belknap Press.
- Nussbaum M., Sen, A. (Comp.) (2004). *La calidad de vida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Polo, M. (2007). Las posibilidades de una ética de los sentimientos. En K. Mutsaku & E. Gutiérrez (Comps.), *Fronteras de la Memoria* (pp.139-151). México: Afínita Editorial/Tecnológico de Monterrey.
- Porter, T., Susman, G. (2000, January). Creating lifelike characters in Pixar movies. *Communications of the ACM*, 43(1), 25-29. Consultada Junio 7, 2009, de Business Source Premier database  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=buh&AN=11872632&site=ehost-live>
- Sen, A. (2004). Capacidad y bienestar. M. Nussbaum y A. Sen (Comps.), *La calidad de vida* (pp. 54-83). México: Fondo de Cultura Económica.
- Solomon, R. (1984). *What is an emotion? Classic Readings in Philosophical Psychology*. NY: Oxford University Press.
- Sontag, S. (2004). *Ante el dolor de los demás*. Trad. Aurelio Major. México: Alfaguara.

### Breve currículum

María Leticia Flores Palacios es doctora en Estudios Humanísticos con especialidad en Ética por parte del Tecnológico de Monterrey. Es profesora de planta del Departamento de Comunicación y Periodismo y colabora como investigadora en la Cátedra de Comunicación del mismo instituto en el Campus Monterrey.